

частина перша статті 71, стаття 76 Конституції України), звільнення кандидата у народні депутати України на період виборчої кампанії від виконання обов'язків за місцем роботи є його правом, а не обов'язком”.

Тому оскаржити прийняте окружною виборчою комісією рішення, вчинену комісією, її членом дію чи їх бездіяльність під час підрахунку голосів та встановлення результатів голосування, які тривають понад п'ять днів після дня виборів, у строки, визначені положенням останнього речення частини шостої статті 29 Закону про вибори, неможливо. Тим більше, що за чинним положенням частини одинадцятої цієї статті строк подання скарги продовженню або поновленню не підлягає. Скарги, подані після закінчення строку оскарження, залишаються без розгляду.

Одним із етапів виборчого процесу є передвиборна агітація, основною метою якої є формування волі виборців голосувати за того чи іншого кандидата на пост Президента України. Передвиборна агітація може здійснюватися у будь-якій формі будь-якими засобами, що не суперечать Конституції України та законам України (частина перша статті 58 Закону)

Отже, положення пункту 2 частини першої статті 64 Закону треба розуміти так, що посадовим і службовим особам органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування забороняється брати участь у передвиборній агітації у будь-який час (робочий чи позаробочий).

Виходячи з наведеного Конституційний Суд України дійшов висновку, що результати народного волевиявлення, отримані через вибори й референдум, є обов'язковими.

Важливою складовою механізму здійснення влади народом є встановлені законодавцем виборчі системи, зміст яких має значення для характеру відповідного представницького мандата та особливостей функціонування інституту конституційної відповідальності в системі представницьких органів.

*Литвиненко В. М.*

*канд. іст. наук, проф. Воронянський О. В.*

*Харківський національний технічний університет*

*сільського господарства імені Петра Василенка*

## **СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ І ПОЛІТИКА**

Соціальні мережі, в тому числі політичного характеру, надзвичайно різноманітні і охоплюють різні сфери людської життєдіяльності. Для повноцінного уявлення про політичну динаміку сетевізації соціологічні теоретичні підходи вимагають комбінування з іншими методиками, зокрема, з тими, які традиційно використовуються в політичному аналізі суспільних явищ і процесів. Електронні мережі хоча і мають ряд характеристик медійних цифрових структур, не тотожні їм. Проте за певних функціональних відмінностей онлайн-мережі (віртуальні засоби міжособистісного і

групового спілкування) і соціальні медіа (віртуальні засоби виробництва та поширення інформації) можуть розглядатися в єдиному комплексі, оскільки і ті, і інші служать цілям соціальної комунікації. До їх числа відносяться, крім соціальних мереж Інтернету в вузько-технічному розумінні, різноманітні форми віртуальної мережевої комунікації: блоги, форуми, месенджери, новинні сайти, соціальні каталоги і бібліотеки, служби обміну даними (медіахостингі), розраховані на багато користувачів мережеві ігри та інші соціальні інтернет-сервіси. До теперішнього часу електронні (цифрові) соціальні мережі зайняли міцне місце в повсякденному житті суспільства. Частка інтернет-користувачів приблизно 80% населення. При цьому більше половини населення (60%) активно використовують віртуальні соціальні мережі; в молодіжному середовищі цей показник досягає 92%. Найбільш популярні в нашій країні соцмережі Instagram, Google +, Facebook, Twitter та ін. До числа найбільш відвідуваних інтернет-ресурсів відноситься також YouTube - глобальний відеохостинг з функціями соціальної мережі. Крім того, населення регулярно користується послугами мобільних месенджерів. Сьогодні масштаби мережевої залученості населення настільки значні, що роблять її фактором суспільного життя, який важко ігнорувати. Соціально-технологічні трансформації безпосередньо впливають на сферу політичних відносин. В силу цього віртуальний соціальний простір сьогодні розглядається не просто як комунікативне середовище, але і як простір реалізації публічної політики. Виникають і отримують розвиток нові, онлайн-ові форми політичного дискурсу та механізми взаємозв'язку влади і суспільства. Становлення мережевого суспільства породжує надії на якісний стрибок в демократичному розвитку, на широкі можливості цифрової демократії, і ці надії частково підкріплені реальними інноваційними змінами в публічно-політичній сфері. Проте пильний погляд на специфіку політичного життя в цифрових соціальних мережах наводить на певні роздуми. Мережева діяльність не вимагає від користувачів формального підключення до інститутів традиційної політики, а витрати мережевої політичної участі зведені до мінімуму. Віртуальний «кліковий» активізм передбачає додаток самих незначних зусиль - часом досить віднести до числа вподобаних текстове повідомлення, зображення або медіафайл, що володіють ознаками політичного контенту. Інтенсивність і змістовне наповнення мережевої діяльності служать своєрідним барометром репрезентативності політичної системи, показником того, наскільки повно офлайн-ова політична повістка відображає весь спектр суспільних умонастроїв і динаміку соціального запиту. Будучи обмежене в можливостях реалізувати свій конструктивний потенціал за допомогою традиційних інститутів, громадянське суспільство йде в мережі, занурюючись в безкровні онлайн-ові баталії та сигналізуючи владі про наявність больових точок в економічній, соціальній і політичній сфері життя країни. Оцінюючи можливості політичного впливу в віртуальному просторі мережі, слід враховувати: мережева реальність відображає, відтворює і багато в чому ускладнює конфлікти ідентичностей,

притаманні сучасному українському суспільству. Ідейне та політичне протистояння все частіше відбуваються в режимі онлайн і служать основою вибудовування алгоритму віртуалізованих соціальних зв'язків і колективної мережевої дії. Вибірковість мережевої комунікації, свідоме відсікання дисонуючих точок зору формує тенденційне, однобоке, ангажоване бачення реальності і обмежує здатність адекватного осмислення її проблем. В Україні мережевий ціннісний розрив з усією очевидністю проявився в зв'язку з подіями 2014 р і до теперішнього часу він не просто зберігається, а й у багатьох своїх аспектах радикалізується і набуває виражену онлайн локалізацію. Мережевий простір політично розділений на дві основні когорти консервативно орієнтованих і радикально налаштованих користувачів. Важливу роль в цьому відіграють технології політичного маніпулювання, під впливом яких у взаємно опонуюємих сегментах мережевого світу формуються різні, часом протилежні моделі сприйняття одних і тих же подій і фактів політичної інформаційної повістки, тому проблема конструювання суспільно-політичного діалогу і пошуку точок можливого досягнення громадянського консенсусу поширюється і на мережевий простір. Необхідно також мати на увазі, що в Україні зберігається ситуація, при якій критичні системи і елементи інформаційної інфраструктури залежать від центрів виробництва, моніторингу та управління, розташованих за межами країни. Найбільші світові гравці в Інтернеті і соціальних мережах, такі як Google, YouTube, Facebook і Twitter, «ВКонтакте», «Однокласники» не є українськими резидентами. Сучасні цифрові технології, зокрема, аналітичні системи великих даних, дозволяють не просто фіксувати мережеву дислокацію користувачів, але і складати, нібито під цілі таргетованої реклами, їх структуровані інформаційні профілі (включаючи інформацію, відібрану за політичними критеріями), які можуть бути передані третій стороні і використані для здійснення цифрового контролю. Стратегії цифрового контролю носять дзеркальний характер і все ширше входять в практику різних зацікавлених груп та центрів впливу, стає ілюзорною сама можливість Інтернету виконувати функцію відкритого і рівноправного майданчика соціальної взаємодії. У подібних умовах можливий не тільки інтернальний, але і екстернальний політичний вплив на українську мережеву середу. За інформацією в мережі стоять певні сили, які використовують її для формування культурно-політичного простору і, відповідно, форматування суспільної свідомості. Тому в Україні заборонені російські «ВКонтакте», «Однокласники» та ін. Хоча питання спірне.

Говорячи про мережеві політичні ефекти, не можна обійти увагою легітимізаційну функцію соціального кіберпростору і його роль в електоральному процесі. Мережева реальність, видозмінює принципи функціонування сучасного суспільства, передбачає і певну модифікацію базових моделей легітимізації політичної влади. Головний теоретик мережевого розвитку М. Кастельс докладно зупиняється на проблемі легітимності, побудованої на контролі над мережевими комунікаціями. За його словами, в

новій конфігурації владних відносин здійснюється контроль над мережевими дискурсами, а через них над суспільною свідомістю. Одним із дієвих засобів такого контролю є маніпулювання інформацією, що дозволяє «перепрограмувати» соціальні комунікації, цьому немало сприяє незахищеність більшості громадян перед натиском інформаційного поля. Для навколівладних політичних сил, що домінують в традиційних ЗМІ, соціальні мережі і медіа відіграють роль допоміжного інструменту у виборчих кампаніях. Для несистемних опозиційних і маргінальних політичних груп і рухів вони служать чи не єдиним (і тому активно практикуються) способом завоювати і поширити свій вплив, але аж ніяк не гарантують успіху. У 2014 р телевізійні канали служили основним джерелом інформації для 91% українців, Інтернетом для цих цілей користувалося в два рази менше громадян (46%). Найбільшу залежність від телебачення демонструють люди старших поколінь, тоді як в молодіжному середовищі його позиції все більш активно тісняться онлайн-інформаційними ресурсами. Для навколівладних політичних сил, що домінують в традиційних ЗМІ, соціальні мережі і медіа відіграють роль допоміжного інструменту у виборчих кампаніях. Для несистемних опозиційних і маргінальних політичних груп і рухів вони служать чи не єдиним (і тому активно практикуються) способом завоювати і поширити свій вплив, але аж ніяк не гарантують успіху.

Тим часом досвід інших країн висвічує ключову роль онлайн-інструментів в інформаційному супроводі електорального процесу. Зокрема, як зазначає Жежко-Браун, в 2016 р соціальні медіа зробили вирішальний вплив на зростання політичної капіталізації виборчої кампанії Д. Трампа, в той час як його опонент Х. Клінтон робила основну ставку на традиційний медійний мейнстрім. Онлайн-інструментом, за приміром виборчої кампанії Д.Трампа, скористалася і політична група Зеленського на виборах президента України в 2019 р. Політологія в соціальних мережах має право на існування, але лише як перший ступінь, що пробуджує у публіки інтерес до предмету і бажання розібратися в ньому докладніше. Але щоб піти далі, потрібно пересилити себе і свої звички, вирватися з порочного кола спрощування і перейти на новий рівень споживання інформації - більш складного і вимагаючого справжньої роботи по засвоєнню.