

Міністерство освіти та науки України
Рівненський державний гуманітарний університет
Факультет історії, політології та міжнародних відносин
Кафедра політології та міжнародних відносин

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

**«РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У ПОЛІТИЧНІЙ МОБІЛІЗАЦІЇ: ЯК
ПЛАТФОРМИ FACEBOOK ТА TWITTER ВПЛИВАЮТЬ НА
ПОЛІТИЧНУ АКТИВНІСТЬ ГРОМАДЯН »**

**Студента 4 курсу ПЛ-41 групи
спеціальності 052 Політологія
Цурика Станіслава Віталійовича**

Науковий керівник:
к.політ.н., доцент Андрощук І.М.

Рецензент:
д. політ н., професор Юськів Б.М.

Рівне 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ПОЛІТИЧНОЇ МОБІЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ.....	7
1.1. Поняття та види політичної мобілізації.....	7
1.2. Вплив цифрових технологій на політичну участь	12
1.3. Соціальні медіа як нова публічна платформа.....	17
Висновки до розділу 1	23
РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПЛАТФОРМ FACEBOOK І TWITTER У ПОЛІТИЧНОМУ КОНТЕКСТІ.....	26
2.1. Функції Facebook у політичній комунікації	26
2.2. Особливості використання Twitter для мобілізації.....	34
2.3. Порівняння впливу обох платформ на політичну активність.....	41
Висновки до розділу 2	45
РОЗДІЛ 3. ЦИФРОВА ПОЛІТИЧНА АКТИВНІСТЬ: ФОРМИ, ІНСТРУМЕНТИ ТА ВИКЛИКИ.....	47
3.1. Форми політичної активності в соціальних мережах.....	47
3.2. Приклади політичної мобілізації через Facebook і Twitter	57
3.3. Проблеми та перспективи цифрової участі громадян	66
Висновки до розділу 3	76
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	84

ВСТУП

Актуальність дослідження. Трансформація політичної комунікації під впливом цифрових технологій становить один з найбільш значущих феноменів сучасного демократичного розвитку, що вимагає ґрунтовного наукового осмислення та емпіричного дослідження. Соціальні медіа-платформи Facebook і Twitter докорінно змінили механізми політичної участі, створивши нові форми громадянської активності та демократичної взаємодії, що виходять за межі традиційних інституційних структур. За даними різних досліджень, кількість зареєстрованих користувачів Facebook лише в Україні становить понад 16 мільйонів осіб, а Twitter налічує близько 8 мільйонів українських користувачів, що демонструє масштаб потенційного впливу цих платформ на національні політичні процеси. Феномен цифрової політичної мобілізації набув особливої актуальності в контексті глобальних демократичних трансформацій останнього десятиліття. Події Арабської весни, рух Occupy Wall Street, протести Євромайдану в Україні, мобілізація Black Lives Matter та інші масштабні соціально-політичні рухи продемонстрували безпрецедентну здатність соціальних медіа до швидкої координації колективних дій та формування транснаціональних мереж політичної солідарності. Водночас ці ж технології створили нові виклики для демократичної стабільності через поширення дезінформації, політичні маніпуляції та загрози приватності громадян.

Мета дослідження полягає у комплексному вивченні ролі соціальних мереж Facebook і Twitter як інструментів політичної мобілізації, виявленні специфічних механізмів їхнього впливу на форми та ефективність громадянської політичної активності в умовах цифрової трансформації демократичних процесів. Об'єкт дослідження: цифрова політична мобілізація як соціально-політичний феномен сучасних демократичних суспільств. Предмет дослідження: специфічні механізми та форми впливу соціальних мереж Facebook і Twitter на процеси політичної мобілізації громадян.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати теоретичні основи політичної мобілізації в умовах цифровізації суспільних відносин та концептуалізувати роль соціальних медіа як нової публічної платформи;
2. Дослідити функціональні характеристики Facebook у політичній комунікації та особливості використання Twitter для координації політичних дій та систематизувати форми політичної активності в соціальних мережах та проаналізувати конкретні приклади успішної політичної мобілізації через Facebook і Twitter;
3. Виявити ключові проблеми та перспективи розвитку цифрової участі громадян у демократичних процесах та здійснити порівняльний аналіз впливу обох платформ на різні аспекти політичної активності та визначити їхню комплементарність у сучасних політичних кампаніях.

Методологія дослідження. Методологічною основою роботи є системний підхід до аналізу цифрової політичної мобілізації, що поєднує елементи теорії мереж, концепцій цифрової демократії та емпіричний аналіз конкретних випадків політичної активності. Дослідження базується на міждисциплінарному підході, що інтегрує досягнення політичної науки, соціології, комунікативістики та теорії медіа. Основними методами дослідження є: порівняльний аналіз функціональних характеристик соціальних медіа-платформ; кейс-стаді методологія для вивчення конкретних випадків політичної мобілізації; контент-аналіз наукових публікацій та емпіричних досліджень цифрової політичної активності; статистичний аналіз кількісних показників використання соціальних медіа у політичних цілях; типологічний аналіз форм цифрової політичної участі; синтез теоретичних концепцій та емпіричних даних для формування комплексного розуміння досліджуваного феномену. Інформаційною базою слугують праці провідних зарубіжних та вітчизняних дослідників цифрової демократії, офіційні статистичні дані платформ Facebook і Twitter, результати соціологічних

опитувань та емпіричних досліджень політичної активності в соціальних медіа, аналітичні звіти міжнародних організацій щодо стану цифрових прав та демократії.

Теоретичне значення дослідження полягає у розвитку концептуального апарату для аналізу цифрової політичної мобілізації через систематизацію теоретичних підходів до розуміння ролі соціальних медіа у демократичних процесах. Робота вносить вклад у теорію політичної комунікації через виявлення специфічних механізмів впливу технологічних характеристик платформ на форми політичної активності. Розроблена типологія форм цифрової політичної участі та порівняльний аналіз впливу різних платформ розширюють теоретичне розуміння взаємодії технологій та демократії у сучасних суспільствах.

Практичне значення роботи визначається можливістю використання отриманих результатів для оптимізації стратегій політичної комунікації, розробки ефективних кампаній громадської мобілізації та формування обґрунтованої політики регулювання соціальних медіа. Результати дослідження можуть бути корисними для політичних партій, громадських організацій, журналістів та дослідників демократії при розробці стратегій цифрового активізму. Виявлені проблеми та ризики цифрової участі можуть слугувати основою для розробки механізмів захисту демократичних процесів від маніпуляцій та дезінформації.

Наукова новизна полягає у комплексному порівняльному аналізі впливу Facebook і Twitter на політичну мобілізацію, що до цього часу не здійснювався в українській науковій літературі у такому обсязі та з такою деталізацією. Вперше систематизовано форми політичної активності, специфічні для кожної з платформ, та виявлено їхню комплементарність у сучасних політичних процесах. Розроблено типологію проблем цифрової участі та запропоновано концептуальну модель синергетичного використання

різних соціальних медіа-платформ для максимізації ефективності політичної мобілізації.

Структура роботи. Курсова робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 87 сторінок, включаючи 10 таблиць. Список використаних джерел містить 72 наукових публікацій, з яких 48 англомовних.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ ПОЛІТИЧНОЇ МОБІЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ

1.1. Поняття та види політичної мобілізації

Концептуалізація політичної мобілізації у сучасній політичній науці потребує всебічного аналізу теоретичних підходів та емпіричного досвіду різних політичних систем, особливо в контексті глибоких трансформацій, що їх переживають демократичні та транзиційні суспільства під впливом технологічних змін. Фундаментальним підґрунтям розуміння цього феномену є класичні праці європейських та американських дослідників, проте особливого значення набувають роботи українських вчених, які аналізують специфіку мобілізаційних процесів в умовах транзиційних суспільств та демократичних трансформацій, що відбуваються на тлі інформаційної революції та цифровізації суспільних відносин.

Політичну мобілізацію, на думку Т. В. Кремень можна визначити, як участь громадян у реалізації поточних і стратегічних цілей політичних систем, сутність якої полягає в активізації суспільства на досягнення важливих суспільних завдань через комплексну систему механізмів впливу на свідомість та поведінку індивідів і соціальних груп. Цей процес охоплює надзвичайно широкий спектр явищ (організовані партійні кампанії, масові демонстрації, до неформальних волонтерських чи протестних рухів, від електоральної мобілізації до громадських ініціатив, від державних пропагандистських кампаній до низових рухів соціальних змін. [63]

Важливим методологічним аспектом, як зазначає О. Я. Ямельницький, є уникнення одномірного сприйняття мобілізації як винятково позитивного чи негативного феномену, оскільки її характер значною мірою визначається політичним контекстом, цілями та методами реалізації. Дослідник акцентує, що мобілізація може мати як негативний характер (авторитарна, вертикальна, примусова), безпосередньо пов'язаний із суцільним залученням населення під жорстким контролем влади і застосуванням різноманітних механізмів

примусу, індоктринації та маніпуляцій, так і позитивний (змагальна, горизонтальна, демократична), що означає добровільну участь громадян у ситуації, коли люди свідомо долучаються до соціально-політичних процесів на основі власних переконань та інтересів. [71] Слід зауважити, що демократичних суспільствах переважає змагальна мобілізація як "свідоме громадянське залучення" з можливістю вільного вибору форм участі, тоді як авторитарні режими систематично використовують мобілізацію як інструмент примусу, контролю та легітимації влади через створення ілюзії масової підтримки.

Теоретично важливим доповненням до традиційних класифікацій є феномен "мінус-мобілізації", який детально концептуалізує та обґрунтовує Д. С. Дроботун у своїх дослідженнях постсоціалістичних трансформацій. За визначенням науковця, мінус-мобілізація являє собою цілеспрямований процес зростання політичної апатії та байдужості, який фактично знижує загальний рівень участі населення в політиці через створення атмосфери безнадійності, цинізму та відчуження від публічної сфери. Результатом мінус-мобілізації є зростання політичної апатії потенційних виборців, поширення байдужого ставлення до політичної діяльності, формування установок політичного абсентеїзму та недовіри до демократичних інститутів. [53] Справедливим буде зауважити, що такий тип мобілізації систематично використовується в авторитарних суспільствах і виконує подвійну функцію. З одного боку, дозволяє позбутися конфліктів і "придушити" опозиційні настрої, з іншого – забезпечити мінімальну пасивну згоду населення з політикою держави через відмову від активної участі в політичному житті.

Формуванню мінус-мобілізації, сприяє розкол і радикалізація суспільства, коли різним соціальним групам усе складніше знаходити спільну мову і формувати консенсус навколо базових цінностей та пріоритетів розвитку. Політична мінус-мобілізація, як правило, свідчить про певну незрілість та інфантильність суспільства, низький рівень політичної культури,

слабкість громадянських інститутів та відсутність ефективних каналів артикуляції та агрегації інтересів. [53 ; 74] На думку автора, вона є проявом соціально-психологічного синдрому "втечі від свободи та відповідальності", який детально проаналізував Е. Фромм у контексті авторитарних тенденцій у масовому суспільстві. [51] На противагу цьому, "негативна мобілізація", як її трактує вітчизняна науковиця О. М. Кіндратець, постає як специфічний механізм консолідації населення на основі зростання дифузного масового роздратування, страху, ненависті, що супроводжується формуванням тимчасового почуття спільності на основі актуалізації образу "ворога" та перспектив "небажаного розвитку подій". Такого типу консолідація характеризується як вкрай неконструктивна і потенційно небезпечна для стабільності суспільства, оскільки негативна мобілізація систематично блокує реальні шляхи виходу з кризи, провокує цинізм та залишає після себе "випалений ціннісний простір", у якому стають неможливими жодні смислові інновації чи конструктивні соціальні зміни. [56]

О. Я. Ямельницький пропонує трактувати поняття "негативна мобілізація" як контрмодернізаційну стратегію поведінки суспільства в умовах глибокої соціокультурної кризи, коли традиційні механізми соціального відтворення виявляються неефективними. Автор приписує такий тип мобілізації тим соціальним акторам (класам, стратам, групам, конкретним особам), які тяжіють до підтримки застарілих принципів, механізмів і структур організації суспільства і за певних умов намагаються "повернути" їх до життя через актуалізацію архаїчних форм ідентичності та солідарності. [70] За результатами дослідження, здійсненого автором виокремлено основні типи політичної мобілізації (див. Таблиця 1.1).

Таблиця 1.1

Типологія політичної мобілізації за основними критеріями

Критерій класифікації	Тип мобілізації	Характеристики	Приклади прояву
За	Позитивна	Добровільна участь,	Виборчі кампанії,

спрямованістю		конструктивні цілі, демократичні методи	громадські ініціативи, волонтерські рухи
	Негативна	Мобілізація "проти", використання страхів та ненависті	Антиімміграційні рухи, ксенофобські кампанії
	Мінус-мобілізація	Деполітизація, формування апатії	Пропаганда аполітичності, дискредитація участі
За масштабом	Масова	Залучення широких верств населення	Національні референдуми, революційні рухи
	Тотальна	Примусове залучення всього населення	Мобілізація в тоталітарних режимах
	Часткова	Цільові групи та сегменти	Професійні страйки, студентські протести
За організацією	Горизонтальна	Мережева самоорганізація	Соціальні рухи, грас-рутс ініціативи
	Вертикальна	Централізоване управління	Державні кампанії, партійна мобілізація
За тривалістю	Короткострокова	Реакція на конкретні події	Протести, мітинги, флешмоби
	Довгострокова	Системні зміни свідомості	Культурні трансформації, ідеологічна робота

Джерело: сформовано самостійно автором на основі власного дослідження

Концептуально важливим є розуміння структурних компонентів та механізмів політичної мобілізації як складної системи взаємопов'язаних елементів. Механізм політичної мобілізації складається із взаємодії трьох основних факторів: довіри до агента мобілізації (легітимності та авторитетності джерела мобілізаційних імпульсів), емоційного наповнення (здатності активізувати почуття та мотиви), каналів комунікації (ефективності передачі та сприйняття мобілізаційних повідомлень).

Зазначена тріада функціонує як єдина система, де слабкість одного елемента може суттєво знизити ефективність усього мобілізаційного процесу. Суб'єкти політичної мобілізації, зважаючи на фактор об'єму наявних ресурсів влади та організаційних можливостей, включають широкий спектр акторів: держави та міждержавні об'єднання з їх інституційними можливостями та ресурсами примусу; неасоціативні об'єднання, угруповання людей,

взаємопов'язаних неформальними зв'язками, без чіткої організаційної структури та формальних процедур; асоціативні об'єднання з розвиненою організаційною структурою, чітким адміністративним апаратом та формалізованими процедурами прийняття рішень; інституційні угруповання, що існують всередині формальних структур соціально-політичних інститутів та використовують їх ресурси; окремі індивіди як лідери суспільної думки, моральні авторитети, медійні особи, публічні персони, що володіють символічним капіталом та здатністю впливати на громадську думку. [65]

Об'єкти мобілізації характеризуються значною диференціацією за рівнем політичної активності та готовності до участі. Залежно від ступеня та характеру участі, вони поділяються на "масову громадськість" (пасивну більшість, що спорадично залучається до політичних процесів) і "мобілізовану громадськість" (активну меншість, що систематично бере участь у політичному житті). [59] У науковій літературі розрізняють різноманітні типи політичної активності громадян, що відображають ступінь їх залучення до політичного процесу. Зокрема, у фундаментальній праці Джона Залера виокремлюються:

- «Уважна публіка» (attentive public) - громадяни, які активно цікавляться політичними подіями, уважно стежать за інформацією та беруть участь у публічних дебатах.
- «Рецептивна публіка» (receptive public) - ті, хто не слідкує за політикою постійно, але реагує на чіткі сигнали від еліт або медіа, зазвичай бере участь у виборах.
- «Апатична публіка» (politically inattentive) - громадяни з низьким рівнем інтересу до політики, що не проявляють активності а ні пасивної, ні виборчої. [48]

Сучасне розуміння політичної мобілізації базується на необхідності врахування не лише економічних стимулів, які можуть запускати участь громадян, а й усього комплексу соціокультурних, інституційних та

індивідуально-психологічних чинників. Однією з основ мобілізаційного потенціалу виступає рівень суспільної ідентифікації з колективними цінностями, що формує готовність до залучення у політичну сферу. Не менш істотним чинником є ступінь комунікативного розриву між правлячими елітами та масами, який зменшує ефективність репрезентації та підвищує ризики радикалізації. Поведінкові патерни також значною мірою визначаються соціальними характеристиками особистості, зокрема її схильністю до участі, самоусвідомленням громадянського обов'язку або політичної неефективності.

Крім того, політична мобілізація залежить від того, наскільки пріоритетною є політична проблематика в ієрархії індивідуальних та суспільних потреб, і наскільки легітимними визнаються вимоги, що формуються у публічному просторі. Особливе значення має рівень довіри до політичних інститутів, який або відкриває доступ до каналів участі, або навпаки знижує мотивацію до залучення. Структура соціального простору, включаючи характер стратифікаційної системи, задає рамки, в яких відбувається мобілізація. Визначальну роль при цьому відіграють політичні партії, громадські об'єднання та інші посередницькі структури, що виконують функції представлення, агрегації й артикулювання інтересів. Саме завдяки їхній діяльності забезпечується інституціоналізована участь широких мас у демократичному процесі, що виступає чинником загальної політичної стабільності.

1.2. Вплив цифрових технологій на політичну участь

Трансформація політичної участі під впливом цифрових технологій становить один з найбільш динамічних та кардинальних аспектів сучасного політичного процесу, що вимагає ґрунтовного теоретичного осмислення та емпіричного дослідження. Цифровізація і стрімке поширення Інтернету докорінно змінили форми, механізми та масштаби залучення громадян до політичного життя, створивши водночас безпрецедентні можливості для

демократичної участі та принципово нові виклики для стабільності та якості демократичних процесів. Фундаментальним аспектом цифрового впливу на політичну участь є радикальне зниження трансакційних затрат на здійснення мобілізаційних процесів, що створює якісно нові умови для організації колективних дій. На думку О. В. Марко, поява інформаційних технологій і особливо соціальних медіа "знизили 'пори́г' трансакційних затрат на здійснення процесу мобілізації", що суттєво розширило можливості не лише традиційних політичних акторів, але й окремих індивідів як суб'єктів політичної мобілізації, створивши передумови для формування горизонтальних мереж політичної взаємодії. [62] Це означає, що громадяни отримали можливість практично миттєво отримувати, обробляти і поширювати політичну інформацію, знаходити однодумців у географічно розпорошених спільнотах і ефективно організовуватися у віртуальній мережі без значних фінансових, часових чи організаційних витрат, що раніше були характерними для традиційних форм політичної мобілізації. Соціальні платформи також принципово розмивають географічні та часові бар'єри політичної комунікації, створюючи умови для формування глобальних мереж політичної взаємодії. Учасники політичних процесів можуть вести безперервний діалог із політиками і одне з одним незалежно від фізичної відстані, часових поясів чи національних кордонів у будь-який зручний час, що створює принципово нові можливості для координації транснаціональних політичних рухів та ініціатив. [61] Як наслідок, цифрові технології відкривають широкий спектр інноваційних форм політичної участі: електронні петиції з можливістю збору мільйонів підписів; мобільні додатки для голосування, інформування про вибори та моніторингу політичних процесів; онлайн-форуми та платформи для політичних дискусій з можливістю модерації та структурування обговорень; різноманітні інтернет-акції (флешмоби, віртуальні демонстрації, кампанії у хештегах, бойкоти) з потенціалом глобального охоплення (див. Таблиця 1.2).

Порівняльна характеристика традиційних та цифрових форм політичної участі

Аспект	Традиційні форми	Цифрові форми
Організаційні витрати	Високі (координація, логістика, ресурси)	Низькі (автоматизація, мережеві ефекти)
Географічний охоплення	Обмежений (локальний/національний)	Глобальний (транскордонний)
Швидкість мобілізації	Повільна (тижні/місяці)	Миттєва (години/дні)
Бар'єри для входу	Високі (членство, ресурси, контакти)	Низькі (доступ до Інтернету)
Контроль якості інформації	Високий (медійні фільтри)	Низький (відкритість, дезінформація)
Стійкість участі	Висока (довгострокові зобов'язання)	Змінна (від слактивізму до активізму)
Демократичність доступу	Обмежена (соціальний капітал)	Розширена (цифровий розрив)

Джерело: сформовано самостійно автором на основі власного дослідження

Згідно з результатами досліджень Pew Research Center, вже до початку 2010-х років дві третини користувачів соцмереж у США (що становило близько 39% дорослого населення) брали участь хоча б в одній з восьми основних форм соціально-політичних активностей через медіа, що свідчить про масштабну трансформацію структури політичної участі та появу нового покоління "цифрових громадян". Послідовно, можна стверджувати, що цифрові інструменти реально сприяють перетворенню пасивних споживачів політичної інформації на активних учасників політичного процесу, особливо серед тих верств населення (молодь, освічені городяни, представники креативного класу), які традиційно демонстрували відносно низький рівень участі в конвенційних формах політичної діяльності. [31]

Особливо важливим є вплив цифрових технологій на політичну соціалізацію та залучення молодших поколінь до політики, оскільки для них цифрове середовище є природним простором соціальної взаємодії та самовираження. Цифрові інструменти дозволяють подолати традиційні психологічні та соціальні бар'єри політичної участі: страх публічного виступу,

відчуття некомпетентності, соціальний тиск, географічну ізоляцію. Використання соціальних медіа дозволяє політичним акторам досягати аудиторії, яка раніше могла бути не охоплена традиційними каналами комунікації через свою маргінальність, аполітичність чи соціальну дистанційованість від офіційних політичних інститутів. [58]

Водночас цифрові технології породжують комплекс серйозних негативних тенденцій у політичній участі, що вимагають критичного аналізу та розробки стратегій їх подолання. Існує фундаментальна проблема "цифрового розриву" (digital divide) між різними соціальними групами за рівнем доступу до цифрових технологій та навичок їх використання. Наявний розрив проявляється між поколіннями (молодь vs старші вікові групи), соціальними прошарками (заможні vs бідні), освітніми рівнями (вища освіта vs базова освіта), типами поселень (урбаністичні vs сільські райони), що створює нові форми соціальної нерівності та обмежує потенціал інклюзивної мобілізації серед вразливих верств населення. [29]

Інтенсивне споживання цифрової інформації може призводити до інформаційного перевантаження, когнітивного дисонансу і зростання скепсису щодо можливості раціонального політичного вибору в умовах надлишку суперечливої інформації. Особливо проблематичним є феномен "слактивізму" – форми псевдо-участі, що обмежується поверхневими діями (лайки, репости, підписи під онлайн-петиціями) без реального залучення до змістовної політичної діяльності. На думку Т. Кремень, соціальні медіа можуть перетворювати мобілізацію в "квазі-процес", провокуючи слактивізм, якщо протестний рух не буде своєчасно виведений у площину реальних дій та інституційних змін. Без подальшої організації, інституціоналізації та трансформації у стійкі форми політичної участі навіть потужний медійний резонанс та емоційна мобілізація ризикують залишитися лише тимчасовим інформаційним сплеском без довгострокових політичних наслідків. [60]

Слід зауважити, що цифрові технології значно посилили роль емоційних, ірраціональних та маніпулятивних чинників у політичній участі, створивши умови для розповсюдження дезінформації та пропаганди. Систематичні маніпуляції через фейкові новини, використання ботів для штучного підсилення певних меседжів, алгоритмічні маніпуляції з інформаційними потоками посилюють політичну поляризацію і часто запускають деструктивні мобілізаційні імпульси, базовані на агресії, страху чи ненависті, а не на раціональному обговоренні альтернатив та пошуку компромісів.

Вітчизняний дослідник М. С. Шманатов зазначає, що українські політики дедалі частіше орієнтуються на використання сучасних цифрових технологій та поступово відходять від традиційних методів "тіньової" політичної боротьби, оскільки саме інформаційні технології довели свою високу ефективність у конкуренції за голоси виборців та формування громадської думки. Особливо це стосується сфери політичних технологій, де тенденції змінюються надзвичайно швидко, що безпосередньо пов'язано з динамічним розповсюдженням глобальної Інтернет-мережі та процесами всеохоплюючої технологізації суспільних відносин. [34]

Крім того, цифровий вплив посилив тенденцію до фрагментації інформаційного простору через створення "інформаційних бульбашок" та "ехо-камер". Алгоритми соцмереж, що персоналізують контент відповідно до попередніх вподобань користувачів, створюють замкнені віртуальні середовища, де люди переважно взаємодіють з однодумцями та споживають інформацію, що підтверджує їх існуючі переконання. Це знижує якість громадського дискурсу, ускладнює формування спільних громадянських позицій та сприяє радикалізації політичних поглядів. Важливим аспектом сучасних трансформацій є вплив штучного інтелекту та передових аналітико-статистичних технологій на політичні процеси. Доволі актуальною сьогодні є проблема поширення дезінформації та маніпуляцій через штучно створений

контент, включаючи deepfake відео та фотографії, що можуть суттєво спотворювати публічний дискурс та підривати довіру до виборчих процесів і демократичних інститутів загалом. [50] Такі технології, на думку автора, потребують розробки чітких етичних стандартів, правових рамок і ефективних регуляторних механізмів для запобігання їх зловживанню в політичних цілях.

Отже, цифрові технології справляють амбівалентний вплив на політичну участь. Вони істотно полегшують процеси мобілізації, відкривають громадянам безпрецедентні можливості політичного впливу і стимулюють самоорганізацію через радикальне зниження транзакційних витрат та децентралізацію контролю над інформаційними потоками. Разом із тим цифрові технології створюють принципово нові виклики, що вимагають від учасників політичного процесу розвитку нових стратегій організації ефективних колективних дій, забезпечення високого рівня медіаграмотності і створення дієвих механізмів протидії "інформаційним шумам" та маніпуляціям. У підсумку, цифровізація значно розширює демократичні перспективи політичної мобілізації, але одночасно вимагає комплексного та виваженого підходу до управління цифровими процесами для забезпечення якісної, інклюзивної та конструктивної політичної участі.

1.3. Соціальні медіа як нова публічна платформа

Соціальні медіа дедалі частіше концептуалізуються провідними теоретиками демократії та політичної комунікації як принципово нова форма публічної платформи чи "віртуального публічного простору", де відбуваються політичні обговорення, формується громадська думка і здійснюються різноманітні мобілізаційні процеси. На відміну від традиційних медіа, що функціонують за принципом односторонньої комунікації від професійних журналістів до пасивної аудиторії, ці цифрові платформи характеризуються гнучкістю, багатосторонньою інтерактивною взаємодією, відносно низьким рівнем централізованого модерування та можливостями для створення

горизонтальних мереж комунікації, що принципово змінює характер, динаміку та якість політичної комунікації у сучасних демократичних суспільствах. [72]

Фундаментальна відмінність соціальних мереж від традиційних медіа полягає у кардинальному розмиванні усталених меж між відправниками й отримувачами політичних повідомлень, що створює умови для демократизації інформаційного простору. Будь-який користувач, незалежно від свого соціального статусу, професії чи політичної афіліації, може генерувати оригінальний політичний контент, ініціювати створення тематичних груп за інтересами, активно коментувати політичні новини та події і негайно поширювати важливу інформацію серед сотень, тисяч або навіть мільйонів людей через механізми вірусного розповсюдження. Соціальні медіа стали невід'ємною та органічною частиною політичної участі. Результати дослідження Л. Рейні та А. Сміта демонструють, що понад половина дорослих американців регулярно використовують такі платформи для різноманітних політичних цілей, включаючи отримання новин, обговорення актуальних питань, організацію заходів та мобілізацію підтримки. [31]

Соціальні мережі створюють якісно новий тип колективності, який, на думку Ю. А. Кокарчі, змінює сучасне індивідуалістичне суспільство, виводячи політичну мобілізацію на принципово новий рівень організації та ефективності. Послідовно, через соціальні мережі виникають мережеві спільноти однодумців (віртуальні community), які формують складні багаторівневі обговорення і координують колективні дії незалежно від традиційних політичних лідерів, партійних структур чи формальних інститутів громадянського суспільства. Така мережева суб'єктність підтримується принципово новими можливостями двосторонньої та багатосторонньої комунікації. [57] Активна участь у спеціалізованих групах, тематичних дискусійних форумах чи офіційних сторінках політичних акторів

дозволяє людям отримувати інформацію та відчувати себе активними учасниками та співтворцями ширшого політичного руху або ініціативи.

Принципово важливою характеристикою соціальних медіа як нової публічної платформи є їх здатність до створення та підтримки мереж "малих світів" (small worlds networks), які, за висновками дослідників мережевого суспільства, є ідеальною структурною основою для ефективної політичної мобілізації. А. Стасюк підкреслює, що успіх політичної мобілізації через інструментарій соціальних медіа критично залежить від оптимального поєднання двох основних факторів: наявності в суспільстві розвинених та активних соціальних мереж малих світів; системи яскравих, емоційно насичених, культурно резонансних мобілізуючих образів та символів. Соціальні онлайн-медіа створюють такі мережі природним чином через алгоритми рекомендацій, спільні інтереси та механізми соціального зв'язування, забезпечуючи швидкий та ефективний потік інформації, можливості для багатостороннього колективного діалогу (див. Таблиця 1.3). [66]

Таблиця 1.3

Характеристики соціальних медіа як публічної платформи порівняно з традиційними медіа

Аспект	Традиційні медіа	Соціальні медіа
Модель комунікації	Одностороння (від медіа до аудиторії)	Багатостороння (мережева взаємодія)
Контроль контенту	Професійні редактори та журналісти	Користувачі та алгоритми
Бар'єри для публікації	Високі (професійні стандарти, ресурси)	Низькі (реєстрація та доступ до Інтернету)
Швидкість поширення	Обмежена (цикли випуску новин)	Миттєва (реальний час)
Географічний охоплення	Національний/регіональний	Глобальний
Персоналізація контенту	Обмежена (цільові аудиторії)	Висока (алгоритмічна фільтрація)
Зворотний зв'язок	Опосередкований (листи, дзвінки)	Прямий (коментарі, реакції)
Довіра та достовірність	Висока (професійні стандарти)	Змінна (від офіційних джерел до фейків)
Роль аудиторії	Пасивні споживачі	Активні співтворці контенту

Джерело: сформовано самостійно автором на основі власного дослідження

Особливість нової "цифрової публічності", що формується через соціальні медіа, полягає у її унікальній здатності охоплювати та активізувати соціально маргінальні верстви населення, які традиційно залишалися поза межами офіційного політичного дискурсу. Політичні повідомлення надходять до таких груп не через традиційні, часто недоступні або нерелевантні канали, і, отже, сприймаються поза звичною "зоною політики" з її формальними правилами та конвенціями. Це створює для груп населення, які раніше не цікавилися політикою через відчуження, маргіналізацію чи культурну дистанцію, принципово нові "вікна можливостей" для реального впливу на політичні процеси та формування власної політичної суб'єктності. [67]

На думку автора, такий механізм особливо важливий для подолання системного політичного абсентеїзму, який часто спричиняється домінуванням вузьких норм субкультури в умовах повного занепаду загальних культурних норм та цінностей, внаслідок чого маргіналізовані особи сприймають світ, що існує за рамками їх обмеженої субкультури, як недоступний та такий, на який вони принципово не можуть впливати. Водночас нова цифрова публічна сфера характеризується комплексом серйозних структурних проблем, що потребують критичного аналізу та розробки стратегій їх вирішення. Відносно вільний обмін величезними обсягами неперевіреної та часто безглуздої інформації та думок може легко перетворювати соціальні медіа на простір для систематичних маніпуляцій з боку різноманітних політичних акторів, включаючи авторитарні режими, екстремістські групи та комерційні структури. Прискорені інформаційні потоки та загальне зниження якості публічних дебатів (через поширення емоційних голослівних висловлювань, систематичний тролінг, масове розповсюдження фейкових новин) вимагають від суспільства розвитку принципово нових навичок критичної медіаграмотності та цифрової компетентності. Важливою особливістю соціальних медіа як публічної платформи є їх здатність ефективно

функціонувати в умовах різних політичних режимів, демонструючи як демократизуючий, так і авторитарний потенціал залежно від контексту використання. У розвинених демократичних державах соціальні медіа переважно сприяють "плюс-мобілізації", оскільки ними активно користуються громадяни, схильні до політичних і технологічних інновацій, готові експериментувати з новими формами участі та відкриті до горизонтальної співпраці. В авторитарних державах, де доступ до глобальної Інтернет-мережі має відносно обмежена, але зазвичай більш освічена та критично мисляча частина населення, соціальні медіа значно вірогідніше виступають потужним засобом демократизації та політичної "плюс-мобілізації" проти репресивних режимів. [35]

Однак ті ж самі технологічні інструменти можуть бути ефективно використані групами та рухами, які є далекими від демократичних цінностей та принципів, як переконливо демонструє досвід політичного успіху радикального ісламського об'єднання "Брати-мусульмани" в Єгипті після революційних подій "Арабської весни". Це об'єднання досягло значного електорального успіху, серед іншого, завдяки умілому та систематичному використанню соціальних мереж для мобілізації своїх прихильників через спеціально розроблені стратегії:

- використання "мови революції" та демократичної риторики;
- заперечення безпосередньої причетності до радикального угруповання;
- демонстрація підтримки свободи преси та громадянських прав;
- висміювання політичної опозиції;
- створення привабливого образу харизматичних лідерів;
- звинувачення противників в ісламофобії;
- стратегічне перенесення уваги на міжнародні події;
- наголошення на особистих якостях політиків;
- персоналізовані звернення до цільових аудиторій. [44]

Трансформаційний потенціал соціальних медіа особливо яскраво та драматично проявляється у процесах формування нових типів колективної ідентичності та політичної суб'єктності. Вони створюють принципово новий інформаційний дискурс, у рамках якого може здійснюватися ефективна мобілізація соціально фрустрованої молоді та маргіналізованих груп, як це відбувалося під час хвилі революційних подій "Арабської весни" у країнах Північної Африки та Близького Сходу. Соціальні медіа перетворилися на синонім "голосу революції", забезпечуючи критично важливу основу для координації комунікації між різними протестними групами, що дозволило розвинутися потужному та стійкому циклу масових протестів проти авторитарних режимів. [45]

Аналіз процесів політичної мобілізації через соціальні медіа також виявляє їх важливу роль у трансформації традиційних механізмів формування громадської думки та політичного порядку денного. Через механізми вірусного поширення контенту, алгоритмічного підсилення популярних тем та користувацького дискутування окремі політичні питання можуть швидко набувати широкого громадського резонансу та змушувати традиційні політичні інститути реагувати на суспільні вимоги. Алгоритми платформ визначають, які повідомлення та теми отримують більшу видимість у стрічках новин користувачів, що надає соціальним медіа значний структурний вплив на формування суспільних пріоритетів та напрямів політичних дискусій. [49]

Підсумовуючи, соціальні медіа слід розглядати як принципово нове, тісно пов'язане з глобальними процесами цифровізації суспільства інформаційне середовище, у якому формується, артикулюється й виражається політична воля громадян через нові форми участі та взаємодії. Вони функціонують як потужна альтернатива традиційним медіа, які дедалі більше підпорядковуються вузьким економічним і політичним інтересам корпоративних власників та політичних еліт. Водночас ця нова публічна платформа об'єктивно вимагає від громадян розвитку нових форм

громадянської компетентності, критичного мислення та цифрової грамотності, а від суспільства загалом – створення ефективних інституціональних механізмів забезпечення якості, плюралістичності та конструктивності публічного дискурсу в цифрову епоху.

Висновки до розділу 1

Комплексний аналіз загальних засад політичної мобілізації в епоху глобальної цифровізації демонструє фундаментальні та багатовимірні трансформації у природі, механізмах, масштабах та ефективності залучення громадян до політичного життя сучасних демократичних суспільств. Політична мобілізація як соціально-політичний феномен зберігає свої базові функції та традиційні канали реалізації (політичні партії, масові мітинги, електоральні кампанії), але водночас набуває принципово нових характеристик, зумовлених цифровою революцією та радикальною трансформацією комунікаційних технологій.

Концептуалізація політичної мобілізації у сучасних умовах об'єктивно потребує застосування диференційованого та багатовимірного підходу, який враховує як конструктивні позитивні прояви (демократичні, горизонтальні, добровільні форми участі), так і деструктивні негативні тенденції (авторитарні, вертикальні, примусові механізми контролю).

Особливого теоретичного та практичного значення набуває концепція "мінус-мобілізації", яка відображає складні процеси цілеспрямованої деполітизації, формування громадянської апатії та зростання недовіри до демократичних інститутів. Така розширена типологія дозволяє значно глибше зрозуміти багатоаспектну складність мобілізаційних процесів у різних політичних, культурних та технологічних контекстах.

Цифрові технології створили безпрецедентні можливості для розвитку нових форм політичної участі, найважливішою з яких є кардинальне зниження транзакційних затрат на організацію та координацію колективних політичних дій. Це дозволило суттєво розширити коло потенційних учасників

політичних процесів, особливо серед молодших поколінь, освічених городян та представників креативного класу, які традиційно демонстрували відносно низький рівень залученості до конвенційних форм політичної діяльності.

Водночас виникли принципово нові системні виклики: поглиблення цифрового розриву між різними соціальними групами, проблеми інформаційного перевантаження та когнітивного дисонансу, широке розповсюдження явища поверхневого слактивізму, а також посилення ролі емоційних маніпуляцій та дезінформації у політичних процесах.

Соціальні медіа як принципово нова публічна платформа кардинально змінили характер, динаміку та якість політичної комунікації, створивши децентралізовані мережеві спільноти нового типу та забезпечивши можливості для масової самоорганізації громадян навколо спільних інтересів та цінностей. Вони функціонують як демократична альтернатива традиційним медіа для формування та артикуляції громадської думки, демонструючи здатність ефективно охоплювати соціально маргінальні верстви населення та створювати нові форми політичної ідентичності й солідарності, що виходять за межі традиційних географічних, класових чи культурних кордонів. Визначальними факторами успішності сучасної політичної мобілізації стають не тільки традиційні ідеологічні конструкти чи матеріальні стимули, але й технологічні можливості цифрового зв'язку, навички інформаційної самоорганізації та здатність до ефективного використання мережевих ефектів. Цифровізація об'єктивно розширює демократичні перспективи політичної мобілізації через демократизацію доступу до інформації та засобів комунікації, але одночасно вимагає від усіх учасників політичного процесу розвитку принципово нових стратегій організації ефективних колективних дій, забезпечення високого рівня медіаграмотності та цифрової компетентності. Ефективність політичної мобілізації в цифрову епоху критично залежить від здатності громадянського суспільства та політичних інститутів успішно поєднувати онлайн-активність з реальними

інституційними змінами та підтримувати стійкий, конструктивний громадянський активізм в умовах надзвичайно динамічного та часто непередбачуваного інформаційного суспільства.

РОЗДІЛ 2. ХАРАКТЕРИСТИКА ПЛАТФОРМ FACEBOOK І TWITTER У ПОЛІТИЧНОМУ КОНТЕКСТІ

2.1. Функції Facebook у політичній комунікації

Facebook як найбільша у світі соціальна мережа за загальною чисельністю активних користувачів і глобальним географічним охопленням аудиторії відіграє винятково важливу та багатогранну роль у радикальній трансформації усталених форм взаємодії між професійними політиками, політичними інститутами та широкими верствами громадян. Зазначена цифрова платформа функціонує як потужний, багатфункціональний канал політичної комунікації з принципово іншими технологічними можливостями, організаційними механізмами та соціальними ефектами порівняно з традиційними медіа, що зумовлює необхідність детального науково-теоретичного аналізу її специфічних характеристик, функціональних можливостей та впливу на сучасні політичні процеси у різних національних та культурних контекстах. [69] Фундаментальною відмінністю Facebook від традиційних засобів масової інформації є забезпечення прямого, неопосередкованого доступу громадян до автентичної політичної інформації без втручання професійних журналістів, редакторів чи медіа-корпорацій як посередників у процесі формування та передачі політичних повідомлень. Через офіційні сторінки політичних партій, персональні профілі політичних лідерів та акаунти громадських діячів виборці отримують можливість безпосереднього контакту з оригінальними, неадаптованими політичними повідомленнями, програмними документами, заявами та позиціями без їх попередньої інтерпретації або редагування згідно з редакційною політикою конкретних медіа-організацій. Зарубіжні науковці Н. Беркару та С. Беркару, Facebook-допис політичної партії чи кандидата значно ефективніше сприяє інтерактивній взаємодії та масовій політичній участі, забезпечуючи принципово нову модель двосторонньої та багатосторонньої комунікації і

кардинально вищий рівень залученості широкої громадськості до політичних процесів. [6]

Така революційна двосторонність комунікаційного процесу означає, що сучасний користувач Facebook може не лише пасивно читати та споживати політичні повідомлення, але й активно коментувати їх, висловлювати власну позицію, ставити критичні запитання, ділитися контентом зі своєю персональною мережею контактів, а політичні партії чи державні чиновники у свою чергу отримують можливість оперативно та безпосередньо бачити реальну реакцію громадськості, аналізувати громадську думку через зворотний зв'язок та оперативно коригувати свої політичні меседжі, стратегії комунікації чи навіть програмні позиції відповідно до виявлених настроїв та очікувань електорату (див. Таблиця 2.1).

Таблиця 2.1

Функціональні можливості Facebook у політичній комунікації

Функціональна сфера	Конкретні інструменти	Переваги для політичних акторів	Переваги для громадян
Прямий зв'язок	Офіційні сторінки, пости, прямі трансляції	Обхід медіа-фільтрів, контроль меседжу	Автентична інформація, доступ до першоджерел
Таргетування	Демографічні, географічні, інтересові фільтри	Точне націлювання, ефективність кампаній	Релевантний контент, персоналізація
Інтерактивність	Коментарі, реакції, поширення	Зворотний зв'язок, вірусний ефект	Активна участь, вплив на політиків
Аналітика	Статистика охоплення, залученості, конверсій	Вимірювання ефективності, оптимізація	Прозорість популярності, трендів
Мобілізація	Події, групи, заклики до дій	Організація заходів, збір підтримки	Координація активності, знаходження однодумців
Освітня функція	Інформаційні матеріали, роз'яснення позицій	Підвищення політичної грамотності	Кращі знання про політичні процеси

Джерело: сформовано самостійно автором на основі власного дослідження

Принципово важливою та унікальною характеристикою Facebook є наявність розширених та технологічно просунутих можливостей таргетованої

політичної реклами, які дозволяють політичним акторам з високою точністю націлювати свої повідомлення, агітаційні матеріали та мобілізаційні заклики за складними алгоритмами демографічних характеристик (вік, стать, освіта, дохід), географічних параметрів (від конкретних вулиць до цілих регіонів), інтересових профілів (захоплення, вподобання, членство у групах) чи поведінкових паттернів (активність онлайн, покупки, мобільність). Політичні агенти, кампанії та організації можуть надзвичайно ефективно використовувати різноманітні інструменти Facebook як потужну "бліц-стратегію" для швидкого формування масової підтримки навколо конкретних ініціатив та кардинального збільшення охоплення як платного, так і органічного політичного контенту серед найбільш релевантних та восприйнятливих аудиторій. [52] Завдяки складним алгоритмам соціальної мережі, професійні політики та громадські активісти отримують безпрецедентний прямий доступ до тих специфічних сегментів електорату, які є найбільш чутливими, сприйнятливими та готовими до позитивного сприйняття їх конкретних політичних повідомлень, програм чи ініціатив. Особливо важливим є те, що практична відсутність класичних "журналістських фільтрів" та редакційного втручання означає можливість доставки оригінального політичного повідомлення до цільового потенційного виборця у значно більш автентичному, незміненому та неінтерпретованому вигляді. У соцмережі Facebook політичне повідомлення не проходить через традиційні фільтри масмедіа та використовується як потужний інструмент ефективної взаємодії з тією специфічною аудиторією, яка раніше могла бути не охоплена через географічну віддаленість, соціальну маргінальність чи культурну дистанцію від основних каналів політичної комунікації. [55]

На думку автора, у поєднанні зазначені фактори створюють унікальні можливості для того, щоб навіть соціально маргінальні, географічно ізольовані чи політично відчужені групи виборців могли бути почутими, залученими та мобілізованими через стратегічно спрямовані, персоналізовані

кампанії, що враховують їх специфічні потреби, інтереси та культурні особливості. Facebook також виконує критично важливу функцію універсального майданчика для громадянської освіти, політичної просвіти та організаційного розвитку громадянського суспільства через створення можливостей для неурядових організацій, активістських мереж та громадських ініціатив. На сторінках різноманітних неурядових організацій, правозахисних груп, екологічних рухів та соціальних ініціатив політичні активісти систематично поширюють важливу інформацію про громадянські права та свободи, активізують та координують діяльність волонтерів, організовують та координують масштабні дії під час протестних акцій, благодійних кампаній чи екологічних ініціатив. У багатьох країнах світу громадські ініціативи та неприбуткові організації активно та ефективно використовують Facebook як основну платформу для збору благодійних пожертв, краудфандингу соціальних проєктів і координації різноманітних громадських проєктів та ініціатив. [64] У цьому важливому плані соціальна мережа функціонує як рупор офіційних політичних партій та державних інститутів та потужний та доступний механізм самоорганізації, самообілізації та самоуправління локальних громад та тематичних спільнот.

Детальний аналіз практичного використання Facebook у реальних виборчих кампаніях у різних країнах переконливо демонструє його виняткову багатофункціональність та адаптивність до різних політичних контекстів. Консервативна партія Великобританії під час останніх парламентських виборів активно та систематично використовувала можливості Facebook і Twitter, стратегічно поєднуючи їх з більш традиційними електронними засобами мобілізації виборців: масовим розсиланням персоналізованих електронних листів, інтенсивним розвитком багатофункціонального офіційного веб-ресурсу партії, комплексним онлайн-маркетингом через різноманітні цифрові канали. Загальна стратегія консерваторів полягала у створенні розгалуженої мережі привабливих соціальних "гачків" – емоційно

насичених текстових повідомлень, професійно створених зображень, високоякісних відео-роликів – і постійному, систематичному нагадуванні ключових слоганів виборчої кампанії через різноманітні формати контенту. [42]

Особливо яскравим та показовим прикладом революційно успішного використання потенціалу Facebook стала історично значуща виборча кампанія президента США Б. Обами, головним стратегічним елементом якої стала не традиційна мобілізація професійних політичних активістів через партійні структури, а інноваційне заохочення широких мас до активної участі в політичному процесі шляхом масового поширення підтримуючої інформації в соціальних медіа та активної участі у політичних онлайн-дискусіях. Б. Обама та його команда стратегічно використали специфічну слактивістську психологію американських користувачів соціальних медіа – участь у його кампанії не вимагала від прихильників значних фізичних зусиль, часових затрат чи фінансових вкладень, але водночас давала учасникам глибоке психологічне відчуття особистого задоволення, політичної ефективності та емоційної причетності до історично важливої політичної події. Інноваційна стратегія команди Обами в контексті використання революційних можливостей соціальних медіа концептуально складалася з двох взаємопов'язаних стратегічних напрямів:

- отримати масову фінансову підтримку від широкого кола майбутніх виборців через інноваційні механізми краудфандингу та систему мікро-донацій;
- шляхом психологічного залучення прихильників до безпосереднього процесу фінансування кампанії, стратегічно подолати їхню традиційну політичну апатію та цинізм, перетворивши пасивних спостерігачів на активних учасників демократичного процесу. [13]

Водночас Facebook піддається серйозній та обґрунтованій критиці з боку дослідників демократії, журналістів та громадських організацій за

створення можливостей для систематичних зловживань у сфері політичних маніпуляцій та порушення приватності. Гучний скандал пов'язаний з Cambridge Analytica, який отримав широкий міжнародний резонанс, переконливо продемонстрував, що величезні обсяги персональних даних користувачів та складні технологічні можливості мікротаргетування можуть бути незаконно та неетично застосовані для непрозорих, маніпулятивних впливів на суспільну думку, електоральні переваги та навіть результати демократичних виборів. [18] Прецедент підкреслює критичну необхідність розробки та впровадження ефективного правового регулювання, етичних стандартів та громадського контролю політичної реклами, використання персональних даних та алгоритмічних маніпуляцій у соціальних мережах. Звернемось до аналізу переваг та ризиків використання соцмережі у політичній комунікації (див. Таблиця 2.2).

Таблиця 2.2

Переваги та ризики використання Facebook у політичній комунікації

Аспект	Переваги	Ризики та виклики
Доступність	Низькі бар'єри входу, масова аудиторія	Цифровий розрив, нерівність доступу
Таргетування	Точне націлювання, ефективність ресурсів	Маніпуляції, порушення приватності
Інтерактивність	Двосторонній діалог, зворотний зв'язок	Тролінг, хейт-спіч, поляризація
Швидкість	Миттєве поширення, вірусний ефект	Дезінформація, емоційні реакції
Персоналізація	Релевантний контент, індивідуальний підхід	Ехо-камери, фільтрові бульбашки
Аналітика	Детальні метрики, оптимізація кампаній	Алгоритмічні упередження, непрозорість
Мобілізація	Самоорганізація, краудсорсинг	Слактивізм, короткочасність участі
Глобальність	Транскордонний вплив, міжнародні мережі	Втручання у внутрішні справи, пропаганда

Джерело: сформовано самостійно автором на основі власного дослідження

Функціональний аналіз дозволяє систематизувати та виокремити основні ролі та функції Facebook у сучасній політичній комунікації через призму їх практичного впливу на демократичні процеси. Інформаційно-

комунікативна функція реалізується через забезпечення швидкого, масового та ефективного поширення політичних новин, офіційних позицій, програмних документів та аналітичних матеріалів серед цільових аудиторій без географічних чи часових обмежень. Організаційна функція проявляється через створення та активну підтримку тематичних груп, організацію політичних подій, координацію онлайн-кампаній для подальшої реальної мобілізації учасників у фізичному просторі. Аналітична функція забезпечується через можливість отримання детального, статистично обґрунтованого зворотного зв'язку від аудиторії через систему лайків, поширень, коментарів, що допомагає політичним акторам ефективно коригувати та оптимізувати свої комунікаційні стратегії. Просвітницька функція реалізується через систематичне поширення освітньої інформації про громадянські права, демократичні процедури та різноманітні громадські ініціативи, що сприяє підвищенню рівня політичної грамотності та громадянської активності. [69]

Особливого значення набуває здатність Facebook "фасилітувати участь" і забезпечувати кардинально вищу залученість широких верств суспільства до політичних процесів. Ця інноваційна мережа ефективно перетворює традиційну односторонню політичну комунікацію на динамічний двосторонній та багатосторонній відкритий діалог, де практично кожен користувач може стати активним медіатором політичної інформації або навіть впливовим лідером думок у своїй персональній мережі контактів та тематичних спільнотах. Алгоритмічна організація та персоналізація контенту дозволяє політичним повідомленням досягати максимально релевантної та восприйнятливої аудиторії, що значно підвищує загальну ефективність мобілізаційних зусиль та забезпечує оптимальне використання обмежених ресурсів політичних кампаній. Технологічні можливості Facebook також активно сприяють створенню та розвитку віртуальних спільнот навколо конкретних політичних ініціатив, програм чи ідеологічних напрямів.

Функціональні можливості створення тематичних подій, спеціалізованих груп та офіційних сторінок дозволяють ефективно організовувати як локальні громадські ініціативи, так і масштабні національні та навіть транснаціональні кампанії. Розвинена система сповіщень та можливості масового запрошення забезпечують швидке та ефективне поширення важливої інформації про політичні заходи, ініціативи та події серед найбільш зацікавленої та активної цільової аудиторії. [47] Надзвичайно важливим аспектом впливу Facebook на сучасні політичні процеси є його центральна роль у формуванні актуального політичного порядку денного та визначенні пріоритетів громадського дискурсу.

Через складні механізми вірусного поширення контенту, алгоритмічного підсилення популярних тем та користувацького курування окремі політичні питання, ініціативи чи події можуть надзвичайно швидко набувати широкого громадського резонансу та змушувати традиційні політичні інститути, державні органи та медіа-організації оперативно реагувати на виявлені суспільні настрої та вимоги. Алгоритми платформи визначають, які конкретні повідомлення та тематичні напрями отримують більшу видимість у персоналізованих стрічках новин користувачів. Послідовно, вони фактично надають Facebook значний структурний вплив на процеси формування суспільних пріоритетів, напрямів політичних дискусій та навіть електоральних переваг громадян. Водночас ця потужна здатність впливати на громадську думку створює серйозні ризики для демократичного плюралізму, оскільки алгоритмічні рішення приватної корпорації можуть суттєво впливати на доступ громадян до різноманітної політичної інформації та якість демократичного вибору. [17] Крім того, Facebook демонструє унікальну здатність до інтеграції різноманітних форм політичної активності в єдину комплексну екосистему участі. Платформа дозволяє користувачам споживати політичну інформацію, активно генерувати власний контент, організовувати тематичні дискусії, координувати офлайн-активність, збирати кошти для

політичних кампаній, створювати петиції, організовувати бойкоти та підтримувати різноманітні громадські ініціативи. Така інтегрована функціональність створює ефект синергії, коли різні форми політичної участі взаємно підсилюють одна одну та створюють стійкі мережі політичної взаємодії. Особливою характеристикою Facebook є його здатність адаптуватися до різних політичних культур та контекстів, зберігаючи при цьому базову функціональність.

Платформа ефективно функціонує як у сталих демократіях з розвиненою політичною конкуренцією, так і в авторитарних контекстах, де вона може служити інструментом як для мобілізації опозиційних рухів, так і для державної пропаганди та контролю. Універсальність робить Facebook надзвичайно важливим об'єктом дослідження політичної комунікації та демократичних процесів у глобальному масштабі. [11] Підсумовуючи, важливо відзначити еволюційний характер впливу Facebook на політичні процеси. Платформа постійно змінюється через впровадження нових функцій, модифікацію алгоритмів, зміну політики модерації контенту та адаптацію до регуляторних вимог різних країн. Зазначені зміни безпосередньо впливають на характер політичної комунікації та можливості для мобілізації, що вимагає постійного моніторингу та аналізу з боку дослідників і практиків політичної діяльності. Успішне використання Facebook у політичних цілях потребує глибокого розуміння не лише його поточних можливостей, але й тенденцій його розвитку та потенційних майбутніх трансформацій.

2.2. Особливості використання Twitter для мобілізації

Twitter як унікальна платформа мікроблогінгу, принципово орієнтована на створення та поширення коротких, лаконічних повідомлень та забезпечення миттєвих реакцій на поточні події, виконує високоспеціалізовані та водночас винятково важливі функції у сфері політичної мобілізації, що кардинально відрізняються від можливостей та механізмів впливу Facebook і створюють унікальні можливості для швидкої координації колективних дій.

Архітектурною особливістю Twitter є системне використання хештегів як засобу тематичної категоризації контенту та ретвітів як основного механізму поширення інформації – технологічних інструментів, що дозволяють практично миттєво поширювати і експоненційно підсилювати окремі повідомлення у глобальному масштабі, створюючи ефект інформаційного резонансу та колективної мобілізації навколо конкретних тем, подій чи ініціатив. [21] Фундаментальною характеристикою Twitter у контексті політичних процесів є безпрецедентна швидкість інформаційного обміну й можливість оперативного донесення політичних думок, позицій та реакцій до масової аудиторії без будь-яких посередників чи технологічних затримок.

Учасники глобальної Twitter-мережі можуть безперервно слідкувати за персоналізованою стрічкою повідомлень політичних діячів, державних інститутів та громадських організацій, де офіційні акаунти високопосадовців часто функціонують як основний засіб негайного, прямого зв'язку представників влади з громадськістю, обходячи традиційні медіа-канали та їх редакційні фільтри. За результатами фундаментального дослідження Pew Research Center, близько чверті дорослого населення США активно використовують Twitter для різноманітних цілей, і при цьому третина їхніх твітів безпосередньо стосується політичної тематики, що переконливо свідчить про трансформацію цієї платформи у критично важливий майданчик для формування громадської думки та ведення публічного дискурсу. [31]

За результатами аналізу автором здійснено глибоку характеристику використання Twitter для політичної мобілізації населення. Мобілізаційні функції Twitter можна систематизувати та охарактеризувати через чотири взаємопов'язані, але функціонально різні основні напрями впливу на політичні процеси. Інформаційно-розповсюджувальна функція ефективно реалізується через складну систему хештегів, що функціонують як тематичні мітки та індекси, а також через можливості проведення живих текстових трансляцій важливих подій, що дозволяє практично миттєво доводити

критично важливу політичну інформацію, новини та аналітичні коментарі до надзвичайно широкої, географічно розпорошеної аудиторії без будь-яких технологічних чи географічних обмежень. Мережево-координаційна функція забезпечується через механізми ретвітів та різноманітні форми інтерактивної взаємодії між користувачами, що робить технологічно можливими швидкі, спонтанні громадські кампанії, масові флешмоби, колективні акції цивільної непокори або навіть масштабні кампанії зі збору електронних підписів та петицій в онлайн-просторі. Інтерактивна функція реалізується через унікальні можливості прямого згадування конкретних акаунтів через символ @ та отримання публічних відповідей, що формує безпрецедентно високий рівень соціальної залученості та створює відчуття прямої, особистої участі у політичному діалозі з лідерами думок, політиками та іншими впливовими акторами. Форумна функція проявляється у тому, що Twitter систематично та ефективно функціонує як своєрідний глобальний відкритий форум для розгортання суспільно важливих дискусій, де миттєвими реакціями користувачів стають критичні коментарі щодо дій уряду, вираження солідарності з протестувальниками під час конкретних політичних подій, публічні дебати щодо актуальних законодавчих ініціатив чи міжнародної політики. Twitter виявляється особливо ефективним інструментом для стратегічного формування актуальних тем громадського обговорення "зверху", коли конкретні політичні питання, ініціативи чи події стають домінуючими об'єктами масового дискурсу (див. Таблиця 2.3).

Таблиця 2.3

Порівняльна характеристика мобілізаційних можливостей Twitter

Функціональний аспект	Технологічні інструменти	Мобілізаційні ефекти	Обмеження та ризики
Швидкість поширення	Ретвіти, хештеги, тренди	Миттєва координація, вірусний ефект	Поверховість, дезінформація
Публічність дискурсу	Відкриті твіти, згадування	Прозорість, підзвітність	Тролінг, хейт-спіч
Тематична організація	Хештеги, списки, моменти	Фокусування уваги, тематичні кампанії	Маніпуляції трендами, астротерфінг

Глобальний охоплення	Реальний час, мультимовність	Транснаціональна солідарність	Культурні бар'єри, мовні обмеження
Елітарна комунікація	Верифіковані акаунти, списки	Прямий доступ до лідерів думок	Ехо-камери, еліт-байас
Моніторинг настроїв	Аналітика, sentiment analysis	Вимірювання громадської думки	Алгоритмічні упередження
Документування подій	Фото, відео, гео-теги	Журналістика громадян	Маніпуляції контентом
Мережева мобілізація	Follower networks, DM	Організація без лідерів	Фрагментація, нестабільність

Джерело: сформовано самостійно автором на основі власного дослідження

Під час гострих політичних криз, виборчих кампаній чи важливих державних рішень тематичні хештеги перетворюються на своєрідний соціологічний індекс реакції громадськості, що дозволяє політичним акторам, журналістам та дослідникам у реальному часі відстежувати динаміку громадських настроїв, ідентифікувати тенденції та передбачати можливі напрями розвитку політичної ситуації. [20] Система автоматично генерованих трендів дозволяє користувачам відстежувати найбільш активно обговорювані теми в реальному часі на локальному, національному та глобальному рівнях, що надає політичним акторам унікальні можливості для оперативного реагування на виявлені суспільні настрої, корекції стратегій комунікації та адаптації до мінливих політичних обставин.

Зарубіжні дослідниці Р. А. Адіб та М. Мірхусейні справедливо зазначають, що сучасні соціальні медіа, і особливо Twitter з його специфічною архітектурою та культурою використання, активно сприяють утворенню принципово нових "афективних публік" – динамічних спільнот людей, об'єднаних насамперед спільними емоціями, переживаннями та спільними цифровими ініціативами, а не традиційними соціально-економічними чи географічними характеристиками. Twitter, завдяки своїй принциповій відкритості для публічної участі і надзвичайній динамічності інформаційних потоків, створює унікальні можливості для "наживо" відстежувати такі мінливі публічні настрої і ефективно формувати суто мережеві рухи та

ініціативи без необхідності створення традиційних організаційних структур, формальних лідерських ієрархій чи бюрократичних процедур. [3]

Водночас характерна для Twitter обмеженість формату повідомлення (максимум 280 символів для одного твіту) об'єктивно зумовлює певну структурну поверховість комунікації та ускладнює можливості для розгорнутого, нюансованого обговорення складних політичних питань, що потребують детального аналізу та всебічного розгляду різних аспектів проблеми. Проте завдяки ефективним механізмам ретвітів та каскадного поширення інформації навіть окремі ключові повідомлення можуть досягати колосального охоплення аудиторії навіть при мінімальних зусиллях з боку первинних авторів контенту. Лівова частка політичного контенту в Twitter створюється та поширюється відносно невеликою, але надзвичайно активною групою користувачів. Особливо продуктивні та впливові публікатори становлять порівняно невеликий відсоток від загальної аудиторії платформи, але саме вони генерують та поширюють більшість політично релевантних твітів та формують основні тренди політичного дискурсу. [26]

Така виражена концентрованість політичної активності, на думку автора, означає і структурну вразливість платформи до формування замкнених "ехо-камер" та інформаційних "бульбашок": користувачі з подібними ідеологічними поглядами, політичними переконаннями чи культурними цінностями можуть легко створювати відносно закриті віртуальні кола взаємодії, де політичний дискурс поступово стає все більш однобічним, радикальним та відірваним від альтернативних точок зору. Послідовно, це може призводити до прогресуючої поляризації суспільства, радикалізації політичних позицій та зниження якості демократичного діалогу через відсутність конструктивного обміну думками між представниками різних політичних таборів.

Twitter продемонстрував свій винятковий потенціал як революційний інструмент протестної мобілізації та координації масових соціальних рухів

під час багатьох епохальних світових подій останнього десятиліття. Хвиля революційних подій Євромайдану в Україні 2013-2014 років переконливо показали, наскільки ефективно можна використовувати можливості цієї платформи для комунікації та координації масштабних акцій громадянської непокори в режимі реального часу, створюючи умови для самоорганізації протестних рухів без централізованого керівництва. [7] Сьогодні Twitter фактично перетворився на глобальну платформу, де можуть бути почутими голоси звичайних громадян, маргіналізованих груп та опозиційних рухів, і де локальні ініціативи можуть трансформуватися у впливові організовані рухи з потенціалом реального політичного впливу на національному та навіть міжнародному рівнях.

Специфічною та унікальною характеристикою Twitter є його виняткова здатність до вірусного поширення інформації через механізм каскадних ретвітів та алгоритмічного підсилення популярного контенту. Одне добре сформульоване, емоційно резонансне або актуально релевантне повідомлення може за лічені години досягти мільйонів користувачів у різних країнах та континентах, якщо воно ефективно резонує з актуальними суспільними настроями, виражає поширені почуття чи відповідає гострим соціальним потребам. [13] Зазначена унікальна здатність робить платформу особливо привабливою та ефективною для швидкої мобілізації громадської думки навколо конкретних подій, ініціатив чи кризових ситуацій, що потребують термінового суспільного реагування.

Алгоритми Twitter також активно сприяють формуванню спонтанних публічних дискусій через складну систему трендів, персоналізованих рекомендацій та автоматичного виявлення актуальних тем. Користувачі можуть легко виявляти нові релевантні теми та органічно долучатися до масових обговорень без попереднього планування, детальної організації чи формальних запрошень, що створює сприятливі умови для органічної, низової мобілізації навколо актуальних питань місцевого, національного чи

глобального значення. Особливою характеристикою Twitter є його функція як платформи для політичної журналістики громадян та документування важливих подій у реальному часі. Користувачі можуть миттєво ділитися фотографіями, відео та свідченнями очевидців політичних подій, протестів, зборів чи інших суспільно значущих заходів, створюючи паралельний інформаційний потік, що часто випереджає та доповнює традиційні медіа. Така можливість особливо важлива в контекстах, де традиційні медіа піддаються цензурі, контролю чи маніпуляціям з боку владних структур. [25]

Twitter також демонструє унікальні можливості для моніторингу та аналізу громадських настроїв через аналіз тональності повідомлень (sentiment analysis) та відстеження динаміки обговорення конкретних тем. Політичні актори, дослідники та журналісти можуть використовувати ці дані для глибшого розуміння суспільних настроїв, прогнозування політичних трендів та оцінки ефективності різних політичних ініціатив чи комунікаційних стратегій. Водночас Twitter піддається критиці за свою схильність до сприяння поляризації та радикалізації політичного дискурсу. Короткий формат повідомлень часто не дозволяє нюансованого обговорення складних питань, а алгоритми платформи можуть підсилювати найбільш емоційні та контроверсійні повідомлення, оскільки вони генерують більше взаємодії. Послідовно, обмеження платформи можуть призводити до спрощення політичних дебатів та посилення конфліктності в суспільстві. [41]

Підсумовуючи аналіз особливостей використання Twitter для політичної мобілізації, можна констатувати, що платформа мікроблогінгу функціонує як унікальний інструмент швидкої координації колективних дій завдяки своїй архітектурній специфіці, орієнтованій на миттєве поширення коротких повідомлень через систему хештегів та ретвітів. Twitter демонструє виняткову ефективність у чотирьох ключових функціональних сферах: інформаційно-розповсюджувальній (через систему тематичних міток та живі трансляції), мережево-координаційній (через механізми спонтанної організації кампаній),

інтерактивній (через прямі звернення та публічні відповіді) та форумній (як глобальний майданчик для суспільно важливих дискусій). Платформа виявляється особливо ефективною для протестної мобілізації та координації масових рухів, що переконливо демонструють події Євромайдану та інших соціальних рухів, де Twitter функціонував як центральний засіб самоорганізації без централізованого керівництва. Водночас структурні обмеження платформи, включаючи короткий формат повідомлень, концентрованість активності серед невеликої групи користувачів та схильність до формування "ехо-камер", створюють ризики поверховості політичного дискурсу, поляризації суспільства та маніпулятивного використання для радикалізації громадських настроїв.

2.3. Порівняння впливу обох платформ на політичну активність

Здійснений порівняльний аналіз функціональних характеристик Facebook і Twitter як цифрових інструментів політичної мобілізації виявляє принципові відмінності у механізмах впливу цих платформ на політичну активність громадян. Концептуально Facebook орієнтується на створення стійких, багатофункціональних екосистем політичної взаємодії через розгалужену систему груп, сторінок, подій та інструментів довгострокової координації. Натомість Twitter функціонує як платформа миттєвого реагування та швидкої координації, оптимізована для передачі лаконічних повідомлень та формування колективних реакцій у реальному часі. Архітектурні відмінності платформ визначають специфіку їхнього впливу на політичні процеси. Facebook, завдяки відсутності жорстких обмежень на довжину публікацій та розвиненій системі коментування, створює сприятливі умови для поглибленого політичного дискурсу та детального аналізу складних суспільних питань. Алгоритмічна персоналізація контенту дозволяє досягати високого рівня релевантності політичних повідомлень для цільових аудиторій, що підвищує ефективність мобілізаційних зусиль. Водночас ця персоналізація

може призводити до формування інформаційних бульбашок та посилення політичної поляризації через селективне споживання інформації.

Twitter демонструє принципово іншу модель впливу на політичну активність через концентрацію на швидкості поширення інформації та формуванні миттєвих колективних реакцій. Система хештегів створює ефективні механізми тематичної організації дискусій та координації спонтанних політичних акцій. Обмеження у 280 символів змушує користувачів формувати свої думки максимально стисло та ефектно, що сприяє створенню запам'ятовуваних слоганів та меседжів, але може призводити до спрощення складних політичних питань. Аналіз емпіричних даних політичної мобілізації демонструє комплементарність цих платформ у сучасних політичних кампаніях. Facebook виявляється більш ефективним для довгострокової організації політичних рухів, збору коштів, створення стійких спільнот активістів та проведення політичної освіти. Twitter перевершує Facebook у швидкості мобілізації, координації протестних акцій, формуванні трендів громадської думки та забезпеченні безпосереднього зв'язку між політичними лідерами та громадянами. Географічні та демографічні особливості використання платформ також впливають на характер їхнього політичного впливу. Facebook демонструє більш широке проникнення серед різних вікових груп та соціально-економічних прошарків, що робить його ефективним інструментом масової мобілізації. Twitter характеризується більшою концентрацією серед освічених, урбанізованих користувачів, що надає йому особливої ролі у формуванні думок еліт та створенні політичних трендів. Механізми контролю та модерації контенту на обох платформах створюють різні умови для політичної активності. Facebook застосовує більш складні алгоритми виявлення та обмеження проблематичного контенту, що може призводити до недооцінки або переоцінки певних політичних повідомлень. Twitter традиційно дотримується більш ліберального підходу до модерації, що створює більше можливостей для вільного політичного

вираження, але одночасно підвищує ризики поширення дезінформації та екстремістського контенту.

Таблиця 2.4

Порівняльний аналіз впливу Facebook і Twitter на політичну активність

Параметр впливу	Facebook	Twitter	Синергетичний ефект
Архітектурні характеристики			
Формат контенту	Необмежені публікації, мультимедіа, складна структура коментарів	Обмеження 280 символів, хештеги, ретвіти	Комплементарність: глибина + швидкість
Алгоритмічна логіка	Персоналізація на основі соціальних зв'язків та поведінки	Хронологічна стрічка + трендові алгоритми	Різні підходи до курації контенту
Організаційні інструменти	Групи, сторінки, події, опитування	Хештеги, списки, Spaces, Moments	Різні рівні структурованості
Механізми мобілізації			
Швидкість поширення	Помірна (годи-дні) через алгоритмічні фільтри	Миттєва (хвилини-години) через вірусні механізми	Етапність: Twitter для початку, Facebook для розвитку
Масштаб охоплення	Широкий демографічний спектр	Концентрація серед освічених користувачів	Різні цільові аудиторії
Стійкість мобілізації	Високостійкі довгострокові рухи	Швидкозгасаючі спонтанні акції	Послідовність фаз активності
Типи політичної активності			
Електоральна активність	Довгострокові кампанії, таргетована реклама, волонтерство	Швидкі реакції на дебати, real-time коментування	Повний цикл електорального процесу
Протестна мобілізація	Планування маршів, логістична координація	Миттєва координація дій, live-репортажі	Від планування до виконання
Освітня функція	Детальні аналітичні матеріали, навчальні групи	Короткі інформаційні нитки, швидкі фактчеки	Різні рівні інформаційної глибини
Громадський контроль	Систематичний моніторинг, документування	Real-time відстеження, миттєві реакції	Комплексний контроль влади
Вплив на демократичні процеси			
Якість дискурсу	Можливості поглибленого обговорення	Схильність до спрощення та поляризації	Потреба в балансі глибини та доступності
Інклюзивність участі	Широкий соціальний охоплення	Обмеженість освіченими користувачами	Різні канали залучення населення
Формування громадської думки	Довгострокове переконання через персоналізацію	Швидке формування трендів через вірусність	Багатоетапний процес впливу
Ризики та			

виклики			
Дезінформація	Таргетовані кампанії, складні маніпуляції	Швидке поширення фейків, емоційна зараза	Різні методи протидії
Поляризація	Ехо-камери через персоналізацію	Радикалізація через стислість	Комплексна проблема
Маніпуляції	Складні алгоритмічні втручання	Бот-мережі, астротерфінг	Багатовекторні загрози
Регуляторні аспекти			
Контроль контенту	Складні системи модерації, AI-фільтри	Більш ліберальний підхід	Різні моделі саморегулювання
Прозорість алгоритмів	Низька через комерційну таємницю	Частково відкриті принципи ранжування	Потреба в уніфікованих стандартах
Політична реклама	Детальне таргетування, великі бюджети	Обмежені можливості, фокус на органічність	Різні рівні комерціалізації
Майбутні тенденції			
Технологічні інновації	VR/AR інтеграція, розширена персоналізація	Real-time аудіо, покращена візуалізація	Конвергенція функціональностей
Регуляторний розвиток	Посилення контролю персональних даних	Вимоги до прозорості алгоритмів	Уніфікація стандартів
Соціальний вплив	Інституціоналізація цифрової участі	Інтеграція з офлайн-активізмом	Гібридні форми демократії

Джерело: сформовано автором на основі комплексного аналізу функціональних характеристик платформ та емпіричних даних політичної мобілізації.

Синергетичний ефект використання обох платформ у політичних кампаніях демонструє їхню взаємодоповнюваність. Twitter часто функціонує як ініціатор політичних трендів та швидкого реагування на події, тоді як Facebook забезпечує їх подальший розвиток, поглиблення та інституціоналізацію. Найефективніші сучасні політичні рухи демонструють інтегрований підхід до використання обох платформ, адаптуючи контент та стратегії до специфічних можливостей кожної з них. Перспективи розвитку впливу цих платформ на політичну активність пов'язані з технологічними інноваціями, регуляторними змінами та еволюцією користувацьких практик. Очікується конвергенція функціональностей платформ при збереженні їхніх унікальних характеристик, що може призвести до формування більш досконалої екосистеми цифрової політичної участі.

Висновки до розділу 2

Проведений аналіз характеристик платформ Facebook і Twitter у політичному контексті демонструє фундаментальні відмінності у механізмах впливу цих цифрових інструментів на сучасні процеси політичної комунікації та мобілізації громадян. Дослідження підтверджує, що обидві платформи створили принципово нові парадигми політичної взаємодії, що виходять за межі традиційних медіа-моделей та формують якісно іншу архітектуру демократичної участі. Facebook функціонує як багатофункціональна екосистема політичної взаємодії, орієнтована на створення стійких спільнот та довгострокову координацію політичних ініціатив. Платформа демонструє унікальні можливості для прямої комунікації між політичними акторами та громадянами через офіційні сторінки, групи за інтересами та персоналізовані новинні стрічки. Алгоритмічна архітектура Facebook забезпечує високий рівень таргетування політичних повідомлень, дозволяючи досягати специфічних демографічних сегментів з персоналізованим контентом. Водночас ця персоналізація створює ризики формування інформаційних бульбашок та посилення політичної поляризації через селективне споживання інформації. Емпіричний аналіз використання Facebook у політичних кампаніях виявляє його особливу ефективність для організації електоральних процесів, мобілізації волонтерів, проведення краудфандингових кампаній та створення довгострокових політичних рухів. Платформа демонструє значний потенціал для громадянської освіти через можливості поширення детальних аналітичних матеріалів та організації структурованих політичних дискусій. Однак виявлені системні проблеми, пов'язані з використанням персональних даних для політичних маніпуляцій, що особливо яскраво проявилось у скандалі Cambridge Analytica, підкреслюють необхідність розробки ефективних механізмів захисту демократичних процесів від зловживань.

Twitter представляє альтернативну модель політичного впливу, сконцентровану на швидкості поширення інформації та формуванні миттєвих

колективних реакцій. Архітектурна специфіка платформи, зокрема обмеження у 280 символів та система хештегів, створює унікальні можливості для вірусного поширення політичних повідомлень та координації спонтанних політичних акцій. Дослідження демонструє виняткову ефективність Twitter для протестної мобілізації, що переконливо підтверджують випадки Арабської весни, руху Occupy Wall Street та Євромайдану, де платформа функціонувала як центральний засіб самоорганізації децентралізованих рухів. Специфічною характеристикою Twitter є його здатність до формування "афективних публік" - динамічних спільнот, об'єднаних спільними емоціями та цифровими ініціативами. Механізм ретвітів та каскадного поширення інформації дозволяє окремим повідомленням досягати колосального охоплення за мінімальний час, створюючи ефект інформаційного резонансу. Водночас короткий формат повідомлень може призводити до спрощення складних політичних питань та поверхневості публічного дискурсу. Порівняльний аналіз виявляє комплементарність платформ у сучасних політичних процесах. Facebook демонструє переваги у довгостроковій організації політичних кампаній, створенні стійких мереж підтримки та проведенні поглибленої політичної освіти. Twitter перевершує у швидкості мобілізації, координації протестних акцій та формуванні трендів громадської думки.

РОЗДІЛ 3. ЦИФРОВА ПОЛІТИЧНА АКТИВНІСТЬ: ФОРМИ, ІНСТРУМЕНТИ ТА ВИКЛИКИ

3.1. Форми політичної активності в соціальних мережах

Соціальні мережі кардинально трансформували ландшафт політичної участі у XXI столітті, створивши нові форми громадянської активності та демократичної взаємодії. Facebook та Twitter, як домінуючі платформи в цифровому просторі, стали ключовими арезами для політичного дискурсу, мобілізації громадськості та формування суспільної думки. Цифрова революція не просто доповнила традиційні форми політичної участі, а створила принципово нові механізми впливу на політичні процеси, які характеризуються швидкістю поширення інформації, масштабністю охоплення аудиторії та можливістю миттєвої мобілізації громадян. Дослідження політичної активності в соціальних мережах набуває особливої актуальності в контексті глобальних процесів демократизації та зростання ролі громадянського суспільства. За даними різних досліджень, кількість зареєстрованих користувачів Facebook лише в Україні становить понад 16 мільйонів осіб, а Instagram налічує близько 11 мільйонів українських користувачів. Ці статистичні дані демонструють масштаб потенційного впливу соціальних медіа на політичні процеси в країні. Теоретичне осмислення цифрової політичної активності вимагає комплексного підходу, який враховує як технологічні особливості платформ, так і соціально-психологічні механізми формування політичної поведінки. Соціальні мережі створили феномен "платформенної політики", де технологічні алгоритми та дизайн інтерфейсів безпосередньо впливають на способи політичної комунікації та участі. [68]

Споживання та поширення політичної інформації через соціальні мережі становить фундаментальну основу цифрової політичної активності. Facebook, завдяки своїй складній екосистемі новинної стрічки та алгоритмам

машинного навчання, створює персоналізоване інформаційне середовище для кожного користувача. Ці алгоритми аналізують поведінку користувачів, їхні взаємодії з контентом, соціальні зв'язки та часові паттерни активності для формування індивідуальної інформаційної дієти. Такий підхід призводить до створення так званих "інформаційних бульбашок" або "ехо-камер", коли користувачі переважно отримують інформацію, що підтверджує їхні наявні політичні переконання. Дослідження показують, що алгоритмічна персоналізація контенту в Facebook може значно впливати на формування політичних уподобань користувачів. Механізм роботи алгоритму стимулює користувачів до більш активної взаємодії з контентом, що викликає сильні емоційні реакції, включаючи політично заряджені матеріали. Це може призводити до поляризації політичних поглядів та ускладнення міжпартійного діалогу. [15]

Водночас, Facebook надає широкі можливості для глибокого аналізу політичних питань завдяки відсутності жорстких обмежень на довжину публікацій, що дозволяє користувачам створювати детальні аналітичні матеріали та розгорнуті коментарі. Twitter функціонує за принципово іншою логікою інформаційного споживання. Хронологічна стрічка новин та обмеження у 280 символів створюють динамічне середовище для миттєвого обміну інформацією та швидкого реагування на політичні події. Система хештегів у Twitter стала потужним інструментом для організації тематичних дискусій та відстеження трендових тем. Хештеги функціонують як метадані, що дозволяють користувачам легко знаходити та долучатися до масштабних політичних розмов. Трендові хештеги можуть швидко набирати популярність та формувати громадську думку з конкретних політичних питань. Механізм ретвітів у Twitter створює унікальні можливості для вірусного поширення політичної інформації. Один ретвіт може експоненціально збільшити аудиторію політичного повідомлення, дозволяючи важливим новинам або меседжам досягати мільйонів користувачів за лічені години. Цей механізм

особливо ефективний під час кризових ситуацій або важливих політичних подій, коли потрібно швидко мобілізувати громадську увагу. [43]

Політичні дискусії в соціальних мережах представляють собою складний феномен, який поєднує елементи публічної сфери Габермаса з особливостями цифрової комунікації. Facebook створює багаторівневу структуру для політичних дебатів через коментарі до постів, тематичні групи, публічні сторінки політичних діячів та організацій. Система коментарів у Facebook дозволяє створювати розгалужені дискусійні тренди, де користувачі можуть відповідати як на оригінальну публікацію, так і на коментарі інших учасників, формуючи складні діалогічні структури. Тематичні групи у Facebook стали особливо важливими просторами для поглиблених політичних дискусій. Ці групи можуть об'єднувати від декількох десятків до сотень тисяч учасників навколо конкретних політичних тем, ідеологій або кандидатів. Адміністратори груп часто виконують роль модераторів, встановлюючи правила дискусій та контролюючи якість контенту. Це створює можливості для більш структурованих та цивілізованих політичних дебатів порівняно з відкритими коментарями під публічними постами. Сторінки політичних діячів у Facebook функціонують як офіційні канали комунікації між політиками та виборцями. Коментарі під постами політиків часто стають ареною для прямого діалогу між владою та громадянами, створюючи нові форми політичної підзвітності. Проте такі дискусії часто характеризуються високим рівнем емоційності та поляризації, що може ускладнювати конструктивний діалог. [39]

Twitter, своєю чергою, сприяє формуванню більш динамічних та фрагментованих дебатів. Обмеження у символах змушує користувачів формулювати свої думки максимально стисло та ефектно, що часто призводить до спрощення складних політичних питань. Проте ця особливість також робить Twitter ефективним інструментом для швидкого реагування на політичні події та формування громадської реакції в режимі реального часу.

Система відповідей у Twitter створює ланцюжки дискусій, які можуть залучати велику кількість учасників та формувати колективну думку з конкретних питань. Тренди в Twitter часто відображають найгостріші політичні теми дня, створюючи своєрідний барометр громадської думки. Проте короткий формат повідомлень може сприяти поверхневості дискусій та поширенню емоційно заряджених, але фактично неточних тверджень. [5]

Facebook та Twitter демонструють кардинально різні підходи до політичної мобілізації та організації громадських рухів. Facebook, завдяки своїм розширеним організаційним інструментам, стає ефективною платформою для довгострокової координації політичних кампаній та громадських ініціатив. Функція створення подій дозволяє організовувати офлайн-заходи з детальними описами, часовими рамками, геолокацією та системою запрошень. Ці події можуть варіюватися від невеликих місцевих зборів до масштабних національних маршів та демонстрацій. Тематичні групи у Facebook функціонують як стійкі мережі політичної підтримки, що можуть зберігати активність протягом тривалого часу. Такі групи часто розвивають власну внутрішню культуру, систему цінностей та методи організації дій. Адміністратори груп можуть координувати політичні кампанії, розповсюджувати агітаційні матеріали, організовувати волонтерську діяльність та збирати кошти на політичні цілі. Сторінки політичних організацій та рухів у Facebook служать офіційними каналами комунікації, через які можна інформувати підписників про актуальні події, заклики до дій та майбутні заходи. Система сповіщень Facebook забезпечує швидке донесення важливої інформації до великої аудиторії, що особливо важливо під час кризових ситуацій або термінових політичних акцій. Twitter виявляється особливо ефективним для миттєвої мобілізації та координації спонтанних політичних акцій. Вірусний ефект у Twitter може призводити до швидкого поширення закликів до дій, що було особливо помітно під час різних політичних кризах та революційних подій останнього десятиліття.

Арабська весна, рух Осциру Wall Street, протести в Україні 2013-2014 років - усі ці події демонстрували потужність Twitter як інструменту швидкої політичної мобілізації.

Хештеги в Twitter стають своєрідними символами та координаційними центрами політичних рухів. Вони дозволяють швидко ідентифікувати та об'єднувати прихильників конкретних ідей або дій без необхідності централізованого управління. Цей феномен демонструє нові форми децентралізованої політичної організації, характерні для цифрової епохи. Популярні хештеги можуть стати трендовими темами, привертаючи увагу широкої громадськості та медіа до конкретних політичних питань. Геолокаційні функції Twitter дозволяють координувати дії учасників масових заходів у режимі реального часу, надавати інформацію про розташування поліції, медичних пунктів або небезпечних зон під час протестів. Це створює нові можливості для безпечної та ефективної організації громадських акцій. [8]

Соціальні мережі створили революційно нові можливості для політичного самовираження, що виходять далеко за межі традиційних форм політичної ідентифікації. У Facebook користувачі можуть висловлювати свої політичні позиції через багатопланову систему символічних практик. Зміна аватарів під час важливих політичних подій стала поширеною формою солідарності та підтримки. Використання тематичних рамок профілю, які Facebook часто пропонує під час значущих політичних моментів, дозволяє користувачам публічно демонструвати свою позицію з конкретних питань. [28]

Публікація статусів у Facebook може варіюватися від коротких емоційних висловлювань до розгорнутих політичних есе. Ці статуси часто стають основою для подальших дискусій у коментарях, створюючи можливості для поглибленого обговорення політичних питань. Поширення візуального контенту - мемів, інфографіки, політичних карикатур - стало

важливою формою політичного самовираження, що поєднує гумор, критику та пропаганду. Facebook також надає можливості для більш витончених форм політичного самовираження через курування контенту у власній стрічці. Вибірковий лайк, репост або коментування певних матеріалів формує політичний профіль користувача, який бачать його друзі та знайомі. Це створює форму "пасивної політичної комунікації", коли політичні погляди виражаються не через власні висловлювання, а через вибір контенту для взаємодії. Twitter надає можливості для більш динамічного та безпосереднього політичного самовираження. Постійне оновлення статусів дозволяє користувачам миттєво реагувати на політичні події, висловлювати підтримку або протест, коментувати заяви політиків. Використання емоджі у твітах стало своєрідною мовою політичних емоцій, що дозволяє швидко передавати ставлення до подій без необхідності вербального опису. Біографії профілів у Twitter часто містять політичні гасла, посилання на улюблених політиків або рухи, прапори країн або політичних організацій. Ці елементи створюють "політичний паспорт" користувача, що миттєво сигналізує про його ідеологічні уподобання. Механізм лайків та ретвітів створює можливості для масштабної пасивної політичної участі, коли користувачі можуть виражати свою позицію без створення власного контенту. Особливо важливою формою політичного самовираження у Twitter стало використання хештегів у біографіях профілів. Хештеги #Resist, #MAGA, #BlackLivesMatter, #SlavaUkraine та інші стали своєрідними маркерами політичної ідентичності, що дозволяють користувачам швидко ідентифікувати однодумців та опонентів. [10]

Facebook та Twitter стали потужними інструментами громадського контролю за діяльністю влади та політичних діячів, створивши нові механізми політичної підзвітності. Ці платформи дозволяють громадянам відстежувати публічні виступи політиків, аналізувати їхню діяльність, порівнювати передвиборчі обіцянки з реальними діями та вимагати пояснень

щодо прийнятих рішень. Сторінки політиків у Facebook стали об'єктами постійного громадського моніторингу. Кожна публікація може викликати сотні або тисячі коментарів, багато з яких містять критичні зауваження, питання щодо політики або вимоги роз'яснень. Такий безпосередній зворотний зв'язок створює нову форму політичної відповідальності, коли політики змушені публічно реагувати на критику та пояснювати свої позиції. Facebook також став платформою для організації громадських кампаній моніторингу діяльності влади. Громадські організації створюють спеціальні сторінки для відстеження виконання передвиборчих обіцянок, аналізу голосувань у парламенті, моніторингу державних закупівель. Ці ініціативи часто залучають волонтерів для збору та аналізу інформації, створюючи мережі громадського контролю. [33]

Twitter, завдяки своїй швидкості та відкритості, став особливо ефективним інструментом для real-time моніторингу політичних подій. Журналісти, активісти та звичайні громадяни можуть миттєво коментувати виступи політиків, факт-чекати їхні заяви, висвітлювати суперечності між словами та діями. Хештеги типу #FactCheck, #PolitiFact стали інструментами колективної верифікації політичної інформації. Twitter також сприяв розвитку нових форм політичної сатири та критики. Політичні меми, пародійні акаунти, сатиричні коментарі стали важливими інструментами громадського контролю, що використовують гумор для критики політичних рішень та поведінки владних осіб. Обидві платформи стали важливими каналами для whistleblowing та розголошення інформації про корупцію, зловживання владою або неетичну поведінку політиків. Анонімність або псевдонімність у соціальних мережах може захищати джерела інформації, хоча це також створює ризики поширення неперевіреної інформації. Соціальні мережі сприяли розвитку краудсорсингових підходів до вирішення політичних проблем та прийняття колективних рішень. Facebook став платформою для організації краудфандингових кампаній на підтримку політичних кандидатів,

громадських ініціатив або благодійних проєктів з політичною складовою. Механізми збору коштів інтегровані безпосередньо в платформу, що спрощує процес мобілізації фінансових ресурсів для політичних цілей. [9]

Петиційні кампанії у Facebook часто набирають значного масштабу завдяки можливостям вірусного поширення. Електронні петиції можуть збирати десятки або сотні тисяч підписів за короткий час, створюючи потужний інструмент впливу на політичні рішення. Інтеграція з зовнішніми петиційними платформами дозволяє легко поширювати заклики до підписання петицій через соціальні мережі. Facebook також став платформою для організації бойкотів та кампаній споживчого активізму з політичною метою. Користувачі можуть координувати відмову від купівлі товарів компаній, які підтримують певних політиків або політику, створюючи економічний тиск для досягнення політичних цілей. Twitter особливо ефективний для організації колективних дій, що вимагають швидкої координації великої кількості людей. Флешмоби, одночасні акції протесту в різних містах, координовані кампанії у соціальних мережах - всі ці форми колективної дії стали можливими завдяки швидкості поширення інформації у Twitter. Хештег-активізм став особливою формою колективної політичної дії, що дозволяє мільйонам людей одночасно висловити свою позицію з конкретного питання. Кампанії #MeToo, #BlackLivesMatter, #ClimateStrike демонструють потужність колективного голосу в соціальних мережах для привернення уваги до важливих соціальних та політичних проблем. Twitter також сприяє розвитку нових форм політичної взаємодопомоги та солідарності. Під час кризових ситуацій користувачі можуть швидко організовувати допомогу постраждалим, координувати волонтерську діяльність, поширювати важливу інформацію про безпеку. [46]

Соціальні мережі створили можливості для появи нових типів політичних лідерів, які не залежать від традиційних медіа або партійних структур. Facebook дозволяє окремим особам створювати великі спільноти

прихильників навколо конкретних політичних ідей або кандидатів. Інфлюенсери та мікро-знаменитості можуть значно впливати на політичні уподобання своєї аудиторії, створюючи нові форми політичного лідерства. Феномен "політичних інфлюенсерів" у Facebook характеризується здатністю окремих користувачів формувати думки тисяч або мільйонів підписників через регулярні публікації, live-трансляції, відеокоментарі. Ці лідери думок часто не мають формального політичного статусу, але можуть мати значний вплив на електоральні переваги своєї аудиторії. Facebook також створив можливості для "горизонтального лідерства", коли політичні рухи координуються не через централізовану структуру, а через мережі рівноправних учасників. Адміністратори груп, організатори подій, активні коментатори можуть виконувати лідерські функції без формального статусу. Twitter, завдяки своїй відкритості та швидкості, став платформою для виникнення "viral політичних лідерів" - людей, які стають відомими завдяки одному або кільком твітам, що набрали широкого резонансу. Такі випадкові лідери можуть швидко набувати тисяч або мільйонів підписників та значного політичного впливу. [2]

Таблиця 3.1.

Узагальнена таблиця форм політичної активності в соціальних мережах

Форма активності	Facebook	Twitter	Механізми реалізації	Переваги
Споживання політичної інформації	Персоналізована стрічка новин, алгоритми ML, групи за інтересами, сторінки політиків та ЗМІ	Хронологічна стрічка, трендові теми, хештеги, списки, Moments	Алгоритмічна курація контенту, соціальна фільтрація, персоналізація на основі поведінки	Миттєвий доступ до новин, різноманітні джерела, персоналізація
Поширення та курація контенту	Репости (Share), лайки, коментарі, Stories, Cross-posting	Ретвіти, лайки, відповіді, цитування з коментарем, Thread	Соціальні сигнали, вірусні механізми, алгоритмічне підсилення, peer recommendation	Швидке поширення важливої інформації, демократизація медіа
Політичні дискусії та дебати	Коментарі, групові обговорення, Live-дискусії, polls, Q&A сесії	Тредові обговорення, Twitter Spaces, хештег-дебати, відповіді в реальному часі	Багаторівневі коментарі, модерація спільнот, live streaming	Демократичний діалог, різноманітність думок, доступність
Організація та мобілізація	Події, групи, сторінки організацій,	Хештег-кампанії, координація через	Інструменти планування подій,	Швидка мобілізація, низькі витрати,

	краудфандинг, координація волонтерів	DM, TweetStorms, флешмоби	геолокація, push-сповіщення, інтеграція з календарем	глобальний охоплення
Політичне самовираження	Статуси, аватари, рамки профілю, check-ins на політичних подіях, badge	Біо з політичними поглядами, твіти-думки, емоджі, хештеги в профілі	Символічні маркери, візуальна ідентифікація, public signaling	Свобода самовираження, формування політичної ідентичності
Громадський контроль та моніторинг	Відстеження сторінок політиків, fact-checking групи, watchdog організації	Real-time коментування політичних подій, #FactCheck кампанії, моніторинг обіцянок	Колективна верифікація фактів, краудсорсинг доказів, transparency initiatives	Підвищення прозорості, підзвітність влади, democratizing oversight
Електоральна активність	Агітація за кандидатів, інформування про процедури голосування, волонтерство	Підтримка кандидатів, передвиборчі дискусії, get-out-the-vote кампанії	Таргетована політична реклама, peer-to-peer агітація, micro-targeting	Підвищення явки, інформованість виборців, залучення молоді
Протестна діяльність	Організація мітингів та маршів, координація акцій, збір ресурсів	Швидка мобілізація протестів, live-репортажі, координація дій	Геолокаційні сервіси, live-streaming, encrypted messaging, coordination tools	Мирні протести, швидка реакція на несправедливість, global solidarity
Політична освіта та просвітництво	Освітні групи, довгі аналітичні пости, навчальні відео, webinars	Інформаційні треди, освітні хештеги, політичні explainers	Експертний контент, peer-to-peer навчання, multimedia resources	Підвищення політичної грамотності, критичне мислення
Краудсорсинг та колективні рішення	Петиції через Facebook, голосування в групах, збір коштів на політичні цілі	Хештег-солідарність, краудфандинг кампанії, collective decision making	Інтегровані платіжні системи, voting tools, social proof mechanisms	Демократичне прийняття рішень, низькі бар'єри участі
Політичне лідерство та інфлюенс	Створення великих спільнот, thought leadership, influencer endorsements	Вірусні твіти, формування думок через trends, political commentary	Алгоритмічне підсилення популярного контенту, celebrity effect	Нові голоси в політиці, байпас традиційних медіа
Цифровий активізм та адвокація	Issue-based кампанії, advocacy групи, awareness campaigns	Hashtag activism, тематичні кампанії, online-to-offline мобілізація	Viral campaigns, social media advocacy, digital organizing	Швидке привернення уваги до проблем, international pressure
Громадянська журналістика	Citizen journalism через live відео, свідчення очевидців	Breaking news від громадян, live-tweeting подій, firsthand accounts	User-generated content, геотеги, timestamping, verification	Альтернативні narrative, швидкість, різноманітність perspectives

Джерело: сформовано самостійно автором на основі власного дослідження

Політики також використовують Twitter для створення нового типу політичного лідерства, що базується на безпосередній комунікації з

виборцями без медіа-посередників. Такий підхід дозволяє створювати більш персональний зв'язок з аудиторією, але також створює ризики для репутації через необдумані висловлювання. [16] Регулювання політичної активності в соціальних мережах стає важливим викликом для урядів та міжнародних організацій. Необхідність балансу між свободою слова та протидією дезінформації вимагає розробки нових підходів до контенту модерації. Питання відповідальності платформ за контент, який поширюється користувачами, залишається дискусійним та потребує чіткого правового врегулювання. Етичні дилеми, пов'язані з використанням алгоритмів для формування політичних уподобань, вимагають розробки нових стандартів прозорості та відповідальності технологічних компаній. Користувачі мають право знати, як алгоритми впливають на їхнє сприйняття політичної інформації та мати можливості контролювати ці процеси. Міжнародне співробітництво у боротьбі з дезінформацією та іноземним втручанням у внутрішні політичні процеси через соціальні мережі стає критично важливим для захисту демократичних інститутів. Координація дій між країнами, обмін інформацією про загрози та спільна розробка контрзаходів необхідні для ефективної протидії цифровим загрозам демократії.

3.2. Приклади політичної мобілізації через Facebook і Twitter

Соціальні мережі кардинально трансформували ландшафт політичної участі у XXI столітті, створивши нові форми громадянської активності та Соціальні медіа-платформи Facebook і Twitter докорінно трансформували механізми політичної мобілізації, створивши нові парадигми колективної дії та громадянської участі. Аналіз конкретних випадків політичної мобілізації демонструє еволюцію від традиційних, централізованих організаційних структур до децентралізованих, мережових моделей активізму, що базуються на цифрових технологіях комунікації. Рух Black Lives Matter представляє найбільш документований випадок цифрової політичної мобілізації сучасності, демонструючи трансформацію традиційних механізмів

соціального протесту під впливом соціальних медіа-технологій. Виникнення руху у 2013 році після виправдання Джорджа Циммермана у справі про смерть Трейвона Мартіна характеризувалося безпрецедентним використанням хештегів як організаційних інструментів. [23] Хештег #BlackLivesMatter функціонував не просто як маркер змісту, а як децентралізований координаційний механізм, що дозволяв широкомасштабну мобілізацію без традиційної ієрархічної структури керівництва. Кількісні показники активності демонструють масштаби цифрової мобілізації руху. Протягом дванадцяти днів після вбивства Джорджа Флойда у 2020 році хештег #BlackLivesMatter був використаний 48 мільйонів разів у Twitter, досягаючи піку у 3,7 мільйона використань на день. Ці статистичні дані свідчать про перехід від традиційних форм політичної комунікації до масових, розподілених моделей інформаційного обміну, де окремі користувачі стають агентами поширення політичних меседжів. [30] Феномен інтерсекціонального активізму отримав додаткове вимірювання через кампанію #SayHerName, що демонструвала здатність соціальних медіа зосереджувати увагу на маргіналізованих наративах. Аналіз понад 400,000 твітів показав механізми, за допомогою яких користувачі Twitter брали участь в інтерсекціональній мобілізації, висвітлюючи специфічні аспекти поліцейського насильства щодо чорношкірих жінок. Цей випадок ілюструє здатність цифрових платформ амплі-фікувати голоси груп, що традиційно залишалися поза увагою основних медіа. [1]

Трансформація організаційних структур соціальних рухів під впливом цифрових технологій проявляється у децентралізованому характері BLM. На відміну від традиційних рухів за громадянські права, що базувалися на формальних організаціях та харизматичному лідерстві, BLM функціонує через розподілену мережу локальних осередків, координованих переважно через соціальні медіа. Хештеги слугують точками збору та інформаційними центрами, створюючи спільний цифровий простір для формування

колективної ідентичності та координації дій без єдиного командного центру. Однак цифрова мобілізація BLM також виявила проблематичні аспекти онлайн-активізму. Комерціалізація руху через корпоративну підтримку у соціальних медіа призвела до звинувачень у "слактивізмі" та ефекту наслідування. Дослідження показують, що бренди, які публічно підтримували BLM, зазнавали негативного впливу від республіканських та демократичних споживачів через сприйняття відсутності справжньої відданості справі. Це підкреслює напругу між широким онлайн-охопленням та автентичністю цифрового активізму, вказуючи на ризики розмивання сприйнятої щирості руху через надмірну комерціалізацію. [27] Феномен слактивізму, визначений як онлайн-дії, що вимагають мінімальних зусиль і часто не призводять до реальних змін (11), ставить під сумнів ефективність цифрової участі.

Парадоксально, сама повсюдність онлайн-залучення може підірвати суттєвий вплив руху та викликати суспільний скептицизм щодо автентичності цифрового активізму. Це спостереження вказує на необхідність розробки критеріїв оцінки ефективності цифрової мобілізації, що виходять за межі кількісних показників активності у соціальних медіа. [4] Психологічні аспекти участі в цифровому активізмі BLM демонструють складний вплив на індивідуальних учасників. Дослідження активістів BLM виявили як позитивні ефекти (підвищення колективної ефікасності, формування соціальної ідентичності), так і негативні наслідки (цифрова втома, травматизація від постійного споживання контенту про расове насильство). Ці результати підкреслюють необхідність комплексного підходу до аналізу цифрової мобілізації, що враховує не лише макросоціальні ефекти, але й індивідуальні психологічні наслідки участі. Інституційний вплив руху BLM проявився у зміні корпоративних політик, законодавчих ініціативах та трансформації публічного дискурсу про расову справедливість. Аналіз медіа-покриття показує зміщення від фреймування протестів як порушень громадського порядку до визнання легітимності вимог щодо поліцейської реформи. Цей

зсув у публічному наративі демонструє здатність цифрово-мобілізованих рухів впливати на інституційні структури та формувати суспільну свідомість.

Арабська Весна 2010-2012 років представляє переломний момент у розумінні ролі соціальних медіа в політичних трансформаціях, демонструючи як цифрові платформи можуть функціонувати як каталізатори революційних змін у авторитарних контекстах. Аналіз подій у Тунісі, Єгипті, Лівії та Сирії виявляє складну взаємодію між існуючими соціально-економічними напругами та новими можливостями мобілізації через Facebook і Twitter.

У Єгипті сторінка Facebook "Ми всі Халед Саїд", створена на честь молодого чоловіка, вбитого поліцією, стала центральним координаційним центром для мобілізації демонстрантів проти режиму Мубарака. Опитування показали, що 9 з 10 єгиптян та тунісців використовували Facebook для організації протестів та поширення інформації про події. Ці статистичні дані свідчать про критичну роль соціальних медіа у подоланні традиційних бар'єрів політичної комунікації в авторитарних режимах. [36] Темпоральний аналіз активності у соціальних медіа під час Арабської Весни виявляє кореляцію між онлайн-дискусіями та офлайн-подіями. Дослідження показують, що онлайн-революційні розмови часто передували основним подіям на місцях, а профіль найактивніших користувачів соціальних медіа (молоді, міські, відносно освічені) відповідав демографічним характеристикам перших антиурядових протестувальників. Це вказує на роль цифрових платформ у формуванні колективної ідентичності та попередній мобілізації активістів.

Регіональні відмінності у впливі соціальних медіа підкреслюють важливість контекстуальних факторів. У країнах з обмеженим доступом до Інтернету, таких як Лівія та Сирія, традиційні форми комунікації залишалися більш поширеними. Ці відмінності демонструють, що ефективність цифрової мобілізації значною мірою залежить від інфраструктурних умов, рівня цифрової грамотності населення та характеру державного контролю над

інформаційними потоками. Парадокс репресій проявився у несподіваних наслідках урядових спроб контролю над соціальними медіа. Блокування Facebook і Twitter та загальнонаціональне відключення Інтернету в Єгипті не змогло зупинити протести і в деяких випадках посилювало їх, сигналізуючи про загрозу з боку уряду та ускладнюючи людям можливість залишатися пасивними (13). Цей феномен ілюструє, як репресії можуть посилювати участь, підриваючи легітимність та сигналізуючи про вразливість уряду.

Причинно-наслідковий ланцюжок Арабської Весни демонструє роль соціальних медіа як каталізатора, а не первинної причини революційних змін. Існуючі невдоволення авторитарними режимами, економічна нестабільність та соціальна несправедливість створювали основу для протестів, тоді як соціальні медіа забезпечували механізми координації та мобілізації. Урядові репресії, включаючи цифрову цензуру, парадоксально посилювали мобілізацію через делегітимізацію влади та демонстрацію її слабкості. Міжнародний вимір Арабської Весни проявився у здатності соціальних медіа мобілізувати глобальну підтримку та увагу. Twitter і Facebook дозволили активістам обходити державний контроль над традиційними медіа та звертатися безпосередньо до міжнародної аудиторії. Це створило нову динаміку, де внутрішні протести швидко набували міжнародного резонансу, впливаючи на дипломатичні відносини та геополітичні розклади у регіоні. Довгострокові наслідки Арабської Весни демонструють обмеження цифрової мобілізації у досягненні стійких політичних змін. Незважаючи на початкові успіхи у поваленні авторитарних режимів у Тунісі та Єгипті, більшість країн регіону не змогли досягти демократичної консолідації. Це підкреслює, що соціальні медіа можуть бути ефективними для дестабілізації існуючих структур, але недостатніми для побудови нових демократичних інституцій без додаткових організаційних ресурсів та політичного досвіду.

Рух Occupy Wall Street, що розпочався у вересні 2011 року, демонструє модель інтеграції онлайн та офлайн активізму, де соціальні медіа слугують

засобом координації фізичної присутності та прямої дії. Аналіз використання Facebook і Twitter у рамках OWS виявляє складну медіа-екосистему, де різноманітні форми комунікації взаємодіяли та взаємно посилювали одна одну. Кількісні показники цифрової активності OWS демонструють масштаби онлайн-мобілізації. Twitter став незамінним інструментом для руху, з понад 100 акаунтів, пов'язаних з Оссуру, та значними щоденними обсягами твітів, які досягли піку під час виселення з парку Зуккотті. Facebook мав сотні сторінок з мільйонами підписників, що використовувалися для логістичної та стратегічної комунікації, включаючи оголошення подій, планування маршрутів маршів, запити на постачання та координацію під час зіткнень з поліцією. Унікальність OWS полягала у його фокусі на використанні цифрових медіа для мобілізації учасників на фізичні зібрання та демонстрації, а не як самоціль. Цей підхід контрастує з критикою слактавізму, демонструючи, що онлайн-залучення може бути критичним попередником та підтримкою фізичних дій. Взаємне посилення між онлайн та офлайн активністю створювало динамічну взаємодію, де цифрові інструменти сприяли фізичним зібранням, що були центральними для руху, визначеного концепцією "окупації" публічних просторів. [32] Децентралізований характер OWS, полегшений соціальними медіа, демонстрував стійкість до державних репресій. Дослідження виявили, що державні репресії на попередніх місцях протестів заохочували активістів створювати акаунти у Facebook і Twitter в інших містах, які потім слугували засобами для ініціювання нових протестів.

Інциденти репресій могли безпосередньо сприяти майбутнім протестам у містах з існуючими акаунтами Оссуру у Facebook, демонструючи парадокс репресій у цифрову епоху. Стійкість децентралізованих, цифрово-активованих рухів до державних репресій пояснюється відсутністю єдиної точки відмови. Не маючи центрального керівництва чи фіксованого місця, мережа може адаптуватися та знову виникати в нових формах чи місцях, використовуючи цифрові інструменти для поширення навіть під тиском. Це

ускладнює повне придушення руху владою та демонструє еволюцію тактик соціальних рухів у відповідь на традиційні методи контролю.

Медіа-екосистема OWS включала різноманітні платформи: від низькотехнологічних особистих взаємодій до високотехнологічних цифрових медіа, що створювало багат шарову комунікаційну структуру (16). Ця інтеграція дозволяла руху залучати різні демографічні групи та використовувати переваги кожного комунікаційного каналу для максимізації мобілізаційного потенціалу. Організаційна структура OWS відображала принципи горизонтального прийняття рішень та консенсусної демократії, що підтримувалися цифровими інструментами координації. Соціальні медіа забезпечували платформи для дебатів, голосування та досягнення консенсусу серед географічно розподілених учасників, створюючи нові форми демократичної участі. Вплив OWS на публічний дискурс проявився у введенні концепції "99% проти 1%" у основний політичний словник та зміщенні фокусу на питання економічної нерівності. Аналіз медіа-покриття показує, як цифрова мобілізація може впливати на формування політичного порядку денного та трансформацію публічного розуміння соціально-економічних проблем. [38]

Протести на Євромайдані в Україні, що розпочалися 21 листопада 2013 року, представляють унікальний випадок прямого переходу від цифрового заклику до масової політичної мобілізації. Допис журналіста Мустафи Найєма у Facebook, який закликав до протесту у разі отримання 1000 коментарів, безпосередньо призвів до початкового зібрання тисяч людей на Майдані Незалежності, демонструючи швидкість та безпосередність цифрової мобілізації. Причинно-наслідковий зв'язок між онлайн-активністю та офлайн-мобілізацією у випадку Євромайдану є найбільш документованим прикладом прямого впливу соціальних медіа на ініціювання великомасштабного соціального руху. Умова допису Найєма та подальше негайне зібрання

демонструють здатність цифрових платформ функціонувати як механізми прямого заклику до дії, перетворюючи онлайн-намір на офлайн-участь. [22]

Twitter і Facebook були визначені як ключові організаційні інструменти протестів, забезпечуючи найактуальніші механізми для поширення та обміну інформацією як в Україні, так і за кордоном (18). Активність у соціальних медіа демонструвала високу чутливість до подій на місцях, причому обсяги твітів з хештегами, такими як #Euromaidan, зростали під час періодів насильства та ескалації протестів. Здатність соціальних медіа обходити репресивне медіа-середовище стала критичним фактором успіху Євромайдану (17). У контексті, де традиційні медіа могли бути під державним контролем або цензурою, Facebook і Twitter пропонували альтернативні, прямі канали для активістів для поширення інформації та організації, тим самим обходячи офіційні наративи та забезпечуючи більш відкритий потік інформації для громадськості та міжнародних спостерігачів. Ескалація протестів після втручання поліції демонструє динаміку, коли цифрова мобілізація може призводити до непередбачуваних наслідків. Початковий мирний протест, організований через Facebook, трансформувався у найбільші протести з часів незалежності України та призвів до значних політичних змін, включаючи зміну уряду. Це підкреслює непередбачуваність наслідків цифрової мобілізації та потенціал соціальних медіа для ініціювання каскадних політичних процесів. [40] Міжнародний резонанс Євромайдану був значною мірою забезпечений соціальними медіа, що дозволили протестувальникам звертатися безпосередньо до світової спільноти та мобілізувати міжнародну підтримку. Використання англійських хештегів та прямих трансляцій подій через цифрові платформи створило глобальну аудиторію для українських протестів та вплинуло на міжнародну політичну реакцію. Формування стійких цифрових мереж під час Євромайдану мало довгострокові наслідки для політичної культури України. Активісти, мобілізовані через соціальні медіа, згодом сформували основу

громадянського суспільства та продовжили використовувати цифрові інструменти для моніторингу влади та адвокації реформ у пост-революційний період.

Протести в Гонконзі 2019-2020 років демонструють еволюцію тактик цифрового активізму у прямій відповідь на все більш складне державне спостереження та цензуру. Стратегічне використання зашифрованих програм обміну повідомленнями, таких як Telegram, та місцевих анонімних форумів, таких як LINKG, ілюструє адаптацію активістів до авторитарних викликів. Децентралізований та безлідерний характер протестів був полегшений соціальними медіа, що дозволило застосовувати гнучкі та адаптивні стратегії мобілізації. Протестувальники активно обирали та адаптували цифрові інструменти для підвищення безпеки та збереження операційної таємниці, створюючи динамічну гру між активістами та владою. Використання Telegram для координації дій відображає еволюцію від відкритих платформ, таких як Facebook і Twitter, до більш захищених каналів комунікації. Це свідчить про навчання активістів з попереднього досвіду та адаптацію до посилення державного контролю над цифровими комунікаціями. LINKG, як місцева альтернатива Reddit, забезпечувала платформу для анонімного обговорення стратегій та координації без ризику ідентифікації владою. Інноваційні стратегії обходу цензури включали використання кодових слів, символів та непрямих посилань для комунікації, що ускладнювало автоматичне виявлення протестної активності алгоритмами моніторингу. Ці тактики демонструють креативність цифрових активістів у протидії технологічним засобам репресій та розвиток нових форм цифрового опору. Гібридний характер протестів поєднував онлайн-організацію з офлайн-діями, створюючи складну логістичну мережу, що могла швидко адаптуватися до змінних умов. Реальний час координації через мобільні додатки дозволяв протестувальникам швидко реагувати на дії поліції та переміщуватися між локаціями, підтримуючи мобільність та непередбачуваність руху. [36]

Аналіз розглянутих випадків виявляє спільні закономірності та відмінності у механізмах цифрової політичної мобілізації. Всі рухи демонструють перехід від централізованих до децентралізованих організаційних структур, де соціальні медіа слугують координаційними центрами замість традиційного ієрархічного керівництва. Фактор контексту виявляється критичним для ефективності цифрової мобілізації. Рівень демократичних свобод, проникнення Інтернету, цифрова грамотність населення та характер державного контролю значно впливають на стратегії та результати цифрового активізму. Авторитарні контексти вимагають більш складних та захищених комунікаційних стратегій, тоді як демократичні середовища дозволяють використання відкритих платформ. Темпоральна динаміка цифрової мобілізації характеризується швидкістю поширення інформації, але також волатильністю уваги та участі. Здатність соціальних медіа генерувати миттєву мобілізацію супроводжується ризиками швидкого згасання активності без стійких організаційних структур для підтримки довгострокової участі. Взаємодія онлайн та офлайн активності виявляється ключовим фактором успіху цифрової мобілізації. Найефективніші рухи демонструють симбіотичні відносини між цифровою координацією та фізичною присутністю, де кожен компонент посилює інший та створює синергетичний ефект мобілізації.

3.3. Проблеми та перспективи цифрової участі громадян

Цифрова участь громадян через соціальні медіа-платформи створює нові можливості для демократичного залучення, але водночас породжує значні виклики для традиційних демократичних процесів та інституцій. Аналіз проблем та перспектив цифрової участі вимагає комплексного підходу, що враховує технологічні, соціальні, політичні та економічні аспекти трансформації громадянської активності. Феномен дезінформації у соціальних медіа представляє одну з найсерйозніших загроз для цілісності демократичних процесів у цифрову епоху. Президентські вибори у США 2016

року стали переломним моментом у розумінні масштабів використання соціальних медіа для політичних маніпуляцій. Платформи Facebook і Twitter використовувалися політичними кампаніями, іноземними акторами та групами інтересів для поширення дезінформації та впливу на поведінку виборців через цільову рекламу та фабрикацію фейкових новин. Механізми поширення дезінформації в соціальних медіа базуються на алгоритмічних системах, що пріоритизують контент з високим рівнем залучення, незалежно від його достовірності. Емоційно заряджений, часто неправдивий контент демонструє вищі показники поширення порівняно з фактичною інформацією, створюючи структурний біас на користь дезінформації. Дослідження MIT показали, що фейкові новини поширюються у шість разів швидше за правдиві новини у Twitter та досягають значно більшої аудиторії. Таргетована політична реклама створює можливості для мікро-таргетингу специфічних демографічних груп з персоналізованими політичними повідомленнями, що можуть містити маніпулятивну або неточну інформацію. Cambridge Analytica скандал продемонстрував, як особисті дані користувачів Facebook могли використовуватися для створення психологічних профілів та впливу на політичні преференції через персоналізовану рекламу.

Ці практики підривають принципи інформованого демократичного вибору та рівних умов політичної конкуренції. Іноземне втручання через соціальні медіа представляє особливу загрозу для національного суверенітету та електоральної цілісності. Російські "фабрики тролів" продемонстрували здатність систематично впливати на американський політичний дискурс через координовані кампанії дезінформації, поляризацію суспільства та підлив довіри до демократичних інституцій. Масштаби цього впливу включали створення тисяч фейкових акаунтів, організацію офлайн-подій та інвестиції у мільйони доларів рекламного часу. Ефект фільтрувальних бульбашок та ехо-камер посилює проблему дезінформації через створення ізольованих інформаційних середовищ, де користувачі споживають переважно контент,

що підтверджує їхні існуючі переконання. Алгоритми персоналізації соціальних медіа систематично показують користувачам схожий контент, створюючи когнітивні упередження та знижуючи схильність до критичного мислення. Дослідження показують, що 64% користувачів Facebook отримують новини переважно з джерел, що відповідають їхній політичній орієнтації.

Боротьба з дезінформацією створює дилему між свободою слова та контролем за достовірністю інформації. Системи факт-чекінгу та модерації контенту, впроваджені провідними платформами, стикаються з обвинуваченнями у політичній упередженості та цензурі. Автоматизовані системи виявлення дезінформації демонструють обмежену ефективність у розпізнаванні контексту, сатири та нюансів політичного дискурсу, призводячи до помилкового видалення легітимного контенту. Міжнародний характер соціальних медіа ускладнює регулювання дезінформації через юрисдикційні відмінності та культурні особливості. Те, що вважається дезінформацією в одній країні, може бути легітимною політичною критикою в іншій. Це створює виклики для глобальних платформ у розробці універсальних стандартів модерації контенту. Економічні стимули для поширення дезінформації включають монетизацію через рекламу, політичне фінансування та комерсійні інтереси. "Фабрики контенту" генерують сенсаційні, часто неправдиві новини для максимізації кліків та рекламних доходів, створюючи економічні стимули для виробництва дезінформації. Ці ринкові механізми підривають традиційні моделі журналістики та створюють конкуренцію між якісною інформацією та сенсаційним контентом. Цифровий розрив представляє фундаментальний виклик для інклюзивності цифрової участі громадян, створюючи нові форми політичної нерівності на основі доступу до технологій та цифрової грамотності. Статистичні дані показують, що 37% світового населення досі не має доступу до Інтернету, причому найбільший розрив спостерігається між розвиненими та країнами, що

розвиваються, міськими та сільськими районами, а також різними соціально-економічними групами. [36]

Соціально-економічні детермінанти цифрової участі включають рівень доходів, освіти, вік та географічне розташування. Дослідження Pew Research Center показують, що 92% американців з доходами понад \$75,000 на рік мають доступ до широкосмугового Інтернету вдома, порівняно з 56% тих, хто заробляє менше \$30,000. Ці диспропорції безпосередньо транслуються у нерівні можливості цифрової політичної участі. Вікові відмінності у цифровій участі створюють генераційний розрив у політичній мобілізації. Молодь (18-29 років) демонструє значно вищі показники використання соціальних медіа для політичних цілей (75%) порівняно з особами старше 65 років (37%). Це може призводити до недопредставленості інтересів старших поколінь у цифрово-опосередкованих політичних процесах. Гендерний цифровий розрив особливо виражений у країнах, що розвиваються, де жінки на 23% менше ймовірно мають доступ до Інтернету порівняно з чоловіками. У деяких регіонах Африки та Азії цей розрив досягає 40-50%, що значно обмежує можливості жінок для цифрової політичної участі та може посилювати існуючі форми гендерної нерівності у політичному житті. Мовні бар'єри створюють додаткові перешкоди для цифрової участі. Незважаючи на те, що Інтернет-контент доступний більш ніж 1000 мовами, 60% веб-сайтів використовують англійську мову, тоді як лише 16% світового населення розмовляє англійською. Це створює структурні переваги для англomовних користувачів у доступі до інформації та участі у глобальних цифрових політичних дискусіях.

Інфраструктурні обмеження, включаючи якість Інтернет-з'єднання, доступність мобільних пристроїв та стабільність електропостачання, створюють технічні бар'єри для цифрової участі. У сільських районах багатьох країн швидкість Інтернету може бути недостатньою для ефективного використання мультимедійного контенту соціальних медіа, що обмежує

можливості повноцінної цифрової участі. Цифрова грамотність виявляється критичним фактором ефективної цифрової участі. Навички критичного мислення, розуміння алгоритмів, здатність перевіряти достовірність інформації та розуміння приватності даних є необхідними компетенціями для продуктивної цифрової громадянської активності. Дослідження показують значні відмінності у рівні цифрової грамотності між різними демографічними групами. Економічні наслідки цифрового розриву включають вплив на зайнятість, освіту та соціальну мобільність. Особи без доступу до цифрових технологій все більше виключаються з ринку праці, освітніх можливостей та соціальних мереж, що створює каскадні ефекти соціальної нерівності та може підривати соціальну згуртованість. [24]

Феномен слактивізму - форми активізму, що вимагає мінімальних зусиль і часто не призводить до реальних змін - представляє значний виклик для ефективності цифрової політичної участі. Легкість онлайн-дій, таких як лайки, репости та підписання електронних петицій, може створювати ілюзію політичної активності без суттєвого впливу на реальні політичні процеси. Психологічні механізми слактивізму включають задоволення від відчуття участі та соціального схвалення без необхідності нести реальні витрати або ризики. Дослідження показують, що індивіди, які беруть участь у низькозатратних онлайн-діях, можуть відчувати зменшення мотивації для подальшої, більш значущої участі через "моральне ліцензування" - відчуття, що вони вже виконали свій громадянський обов'язок. Метрики залучення у соціальних медіа (лайки, репости, коментарі) не обов'язково корелюють з готовністю до реальних політичних дій. Аналіз кампаній показує, що високі показники онлайн-активності можуть супроводжуватися низькою явкою на офлайн-заходи, голосування або фінансовими внесками. Це створює проблему оцінки реальної ефективності цифрових кампаній. Комерціалізація активізму через соціальні медіа може призводити до поверхневого залучення та "активізму бренду". Корпорації використовують соціальні справи для

маркетингових цілей, що може розмивати автентичність політичних рухів та створювати цинізм щодо мотивів учасників. Дослідження показали негативний вплив на бренди, що підтримували Black Lives Matter, частково через сприйняття неискреннього залучення (10). Алгоритмічне курування контенту може призводити до фрагментації політичного активізму, де користувачі залучаються лише до коротких, емоційних повідомлень без глибокого розуміння складних політичних питань. Формат соціальних медіа сприяє спрощенню та поляризації політичного дискурсу, що може підривати якість демократичного обговорення. Ефект "вірусності" може призводити до швидкого поширення політичного контенту без належної перевірки або контекстуалізації. Користувачі можуть поширювати інформацію на основі емоційної реакції, не перевіряючи її достовірності або розуміючи повний контекст, що може призводити до дезінформації та поверхневого розуміння політичних питань. Міжнародні дослідження демонструють відмінності у схильності до слактивізму між різними культурами та політичними системами. У країнах з обмеженими демократичними свободами онлайн-активізм може бути єдиним доступним каналом політичного вираження, тоді як у розвинених демократіях він може замінити традиційні форми участі. [19]

Цифрова політична участь через соціальні медіа створює безпрецедентні можливості для спостереження за громадянами з боку як корпорацій, так і урядів. Збір, аналіз та використання особистих даних користувачів для політичних цілей підіймає фундаментальні питання про приватність, автономію та демократичну свободу. Корпоративне спостереження через соціальні медіа-платформи включає збір детальної інформації про політичні преференції, соціальні зв'язки, споживчу поведінку та особистісні характеристики користувачів. Facebook збирає понад 52,000 даних про кожного користувача, включаючи політичні вподобання, які можуть використовуватися для цільової політичної реклами. Цей рівень профілювання створює можливості для маніпулятивного впливу на політичні

переконання та поведінку. Урядове спостереження за цифровою політичною активністю варіюється від демократичного моніторингу до авторитарних репресій. У демократичних країнах спостереження може здійснюватися для запобігання тероризму або злочинності, але створює ризики для політичної свободи та права на приватність. В авторитарних режимах цифрові дані можуть використовуватися для ідентифікації та переслідування політичних дисидентів. Технології штучного інтелекту та машинного навчання значно посилюють можливості спостереження. Алгоритми можуть аналізувати патерни поведінки, передбачати політичні дії та ідентифікувати потенційних активістів навіть на основі непрямих індикаторів. Китайська система соціального кредиту демонструє, як цифрові дані можуть використовуватися для всеосяжного контролю за громадянами. Ефект "охолодження" (chilling effect) спостереження полягає у самоцензурі громадян, які обмежують свою політичну активність через страх перед можливими наслідками. Дослідження показують, що обізнаність про урядове спостереження призводить до зменшення політичної активності в Інтернеті, особливо серед меншин та дисидентських груп. Транснаціональний характер цифрових платформ ускладнює захист приватності громадян. Дані, зібрані в одній країні, можуть бути доступні урядам інших країн через міжнародне співробітництво правоохоронних органів або корпоративні угоди. Це створює виклики для національних законів про захист даних та може підривати політичну безпеку активістів. Технічні рішення для захисту приватності, такі як шифрування та анонімізація, стикаються з опором з боку урядів, які вимагають доступу до зашифрованих даних для правоохоронних цілей. Дебати про "задні двері" у шифруванні ілюструють напругу між безпекою та приватністю. [12]

Соціальні медіа можуть сприяти політичній поляризації через алгоритмічне посилення екстремального контенту та створення ехо-камер. Дослідження показують, що користувачі соціальних медіа демонструють більші рівні політичної поляризації порівняно з загальним населенням, що

може підривати демократичну консолідацію та компроміс. Алгоритми залучення пріоритизують контент, що викликає сильні емоційні реакції, що часто означає екстремальний або контroversійний матеріал. Це може призводити до радикалізації користувачів через поступове схиляння до більш екстремальних позицій. YouTube's рекомендаційна система, наприклад, була критикована за спрямування користувачів до екстремістського контенту. Феномен "астротурфінгу" - створення штучних низових рухів через ботів та фейкові акаунти - може маніпулювати суспільною думкою та створювати ілюзію широкої підтримки екстремальних позицій. Дослідження показують, що значна частина політичного контенту у соціальних медіа генерується автоматизованими акаунтами. Екстремістські рухи використовують соціальні медіа для рекрутингу, пропаганди та координації атак. Ісламська держава піонерила використання платформ для радикалізації та мобілізації прихильників у глобальному масштабі. Правоекстремістські групи аналогічно використовували ці технології для поширення ненависті та підбурювання до насильства. Ефект соціального підтвердження в соціальних медіа може посилювати екстремальні погляди через створення ілюзії, що радикальні позиції є більш поширеними, ніж вони є насправді. Лайки, репости та коментарі можуть створювати враження масової підтримки для маргінальних ідей. Швидкість поширення інформації в соціальних медіа може призводити до "емоційної зарази" - швидкого поширення гніву, страху або ненависті через цифрові мережі. Це може призводити до спонтанного насильства або масових заворушень, як це спостерігалось під час різних політичних криз. [37]

Регулювання соціальних медіа для політичної участі створює складну дилему між захистом демократичних процесів та збереженням свободи слова. Різні країни розробляють відмінні підходи до цієї проблеми, від мінімального втручання до всеосяжного контролю. Європейський Союз впровадив Цифровий акт про послуги (Digital Services Act), що вимагає від великих

платформ прозорості у модерації контенту та рекламі. Ці регуляції спрямовані на зменшення поширення дезінформації та захист виборчих процесів, але створюють виклики для інновацій та можуть обмежити свободу слова. США зберігають більш ліберальний підхід, покладаючись на саморегулювання платформ та Перший поправку до Конституції. Однак зростає тиск на Конгрес щодо регулювання політичної реклами в соціальних медіа та боротьби з іноземним втручанням у вибори. Авторитарні режими використовують цифрову політичну активність як привід для посилення контролю над Інтернетом. Закони про "фейкові новини" в таких країнах, як Сінгапур та Росія, можуть використовуватися для придушення легітимної політичної критики під приводом боротьби з дезінформацією. Саморегулювання платформ включає розробку стандартів спільноти, системи фактчекінгу та алгоритмічні зміни для зменшення поширення дезінформації. Однак ці заходи критикуються як недостатні або упереджені, залежно від політичної перспективи. Міжнародне співробітництво у регулюванні цифрових платформ ускладнюється різними правовими традиціями, культурними цінностями та геополітичними інтересами. Спроби створити глобальні стандарти стикаються з опором з боку країн, що захищають цифровий суверенітет. [4]

Майбутній розвиток цифрової громадянської участі залежить від технологічних інновацій, регулятивних рішень та еволюції соціальних норм. Emerging technologies такі як блокчейн, штучний інтелект та доповнена реальність можуть створити нові можливості для демократичної участі. Блокчейн-технології пропонують потенціал для створення прозорих, захищених систем голосування та управління, що можуть підвищити довіру до демократичних процесів. Експерименти з блокчейн-голосуванням проводяться в Естонії, Швейцарії та деяких штатах США, хоча технологія все ще стикається з викликами масштабованості та безпеки. Штучний інтелект може поліпшити боротьбу з дезінформацією через більш точне виявлення

фейкових новин та автоматизовану перевірку фактів. Однак ІІІ також може бути використаний для створення більш складних форм дезінформації, таких як deepfakes, що створює гонку озброєнь між технологіями захисту та атаки. Децентралізовані соціальні мережі можуть запропонувати альтернативу централізованим платформам, даючи користувачам більший контроль над своїми даними та зменшуючи ризики корпоративного або урядового спостереження. Платформи такі як Mastodon та Diaspora експериментують з федерованими моделями, але стикаються з викликами масштабування та користувацького досвіду.

Таблиця 3.3.

Порівняльна таблиця механізмів політичної мобілізації через соціальні медіа

Рух/подія	Основні тактики мобілізації	Масштаби залучення	Організаційна структура	Основні досягнення	Виклики та обмеження
Black Lives Matter (BLM)	Хештеги (#BlackLivesMatter), координація подій, поширення обізнаності, інтерсекціональний активізм	48 млн використань хештегу за 12 днів, пік 3,7 млн/день	Децентралізована, мережеве лідерство	Зміна корпоративних політик, законодавчі ініціативи, трансформація дискурсу	Слактивізм, комерціалізація, психологічна втома активістів
Арабська Весна	Координація протестів, обхід цензури, міжнародна мобілізація	9 з 10 єгиптян використовували Facebook для організації	Гібридна: цифрова координація + традиційні структури	Повалення режимів у Тунісі та Єгипті, глобальна увага	Парадокс репресій, контекстуальні обмеження, нестійкість результатів
Occupy Wall Street	Логістична координація, скликання на фізичні зібрання, медіа-екосистема	100+ акаунтів Twitter, сотні сторінок Facebook з мільйонами підписників	Консенсусна демократія, горизонтальна організація	Введення дискурсу "99% vs 1%", фокус на економічну нерівність	Відсутність чітких цілей, складності консенсусу, урядові репресії
Євромайдан	Негайні заклики до дії, координація в реальному часі, обхід медіа-контролю	Початок з 1000 коментарів, ескалація до найбільших протестів в історії України	Спонтанна мобілізація → структуровані мережі	Зміна уряду, євроінтеграція, формування громадянського суспільства	Геополітичні наслідки, поляризація суспільства
Протести в Гонконзі	Зашифрована комунікація, анонімна координація, антицензурні стратегії	Мільйони учасників, тривалість 6+ місяців	Безлідерна, адаптивна мережева структура	Міжнародна увага, інноваційні протестні тактики	Авторитарні репресії, обмежені політичні результати
Вибори США	Цільова	Мільярди	Професійні	Демонстрація	Підрив довіри

2016	реклама, поширення дезінформації, мікротаргетинг	доларів витрат на політичну рекламу, мільйони фейкових акаунтів	кампанії + іноземні актори	впливу соціальних медіа на вибори	до демократичних процесів, поляризація
------	--	---	----------------------------	-----------------------------------	--

Джерело: сформовано самостійно автором на основі власного дослідження

Розвиток цифрової грамотності є критичним для майбутнього демократичної участі. Освітні програми, спрямовані на розвиток навичок критичного мислення, розуміння алгоритмів та захисту приватності, можуть допомогти громадянам більш ефективно навігувати в цифровому політичному середовищі. Інклюзивні технології можуть допомогти подолати цифровий розрив через покращення доступності, багатомовності та адаптації до різних культурних контекстів. Розробка технологій для користувачів з обмеженими можливостями, старших людей та мешканців сільських районів може розширити можливості цифрової участі. Регулятивні інновації, такі як "регулятивні пісочниці" (regulatory sandboxes), можуть дозволити експерименти з новими формами цифрової демократії при збереженні захисту від можливих ризиків. Це може включати пілотні програми з цифровим голосуванням, онлайн-консультаціями громадян та партисипативним бюджетуванням. Глобальне управління цифровими платформами може еволюціонувати у напрямку міжнародних стандартів та співробітництва. Ініціативи такі як "Паризький заклик щодо довіри та безпеки в кіберпросторі" можуть стати основою для розробки глобальних норм цифрової демократії.

Висновки до розділу 3

Цифрова трансформація характеризується кардинальними змінами у механізмах громадянської участі та формах політичної активності. Соціальні мережі Facebook та Twitter створили принципово новий ландшафт політичної комунікації, що трансформує традиційні взаємовідносини між громадянами та політичними інститутами. Емпіричні дані демонструють масштабність цифрової політичної екосистеми: кількість користувачів Facebook в Україні становить понад 16 мільйонів осіб, Instagram налічує близько 11 мільйонів

користувачів. Ці показники відображають потенційний обсяг впливу соціальних медіа на національні політичні процеси.

Проведене дослідження ролі соціальних медіа у політичній мобілізації демонструє фундаментальну трансформацію механізмів громадянської участі у цифрову епоху. Аналіз емпіричних даних та конкретних випадків політичної мобілізації через Facebook і Twitter виявляє як революційні можливості, так і значні виклики для демократичних процесів. Соціальні медіа створили принципово нові форми політичної активності, що характеризуються швидкістю поширення інформації, децентралізованими організаційними структурами та можливостями миттєвої мобілізації великих аудиторій. Кількісні показники активності, зокрема 48 мільйонів використань хештегу #BlackLivesMatter за 12 днів або мобілізація мільйонів учасників протестів через єдиний пост у Facebook під час Євромайдану, демонструють безпрецедентний масштаб впливу цифрових платформ на політичні процеси.

Аналіз випадків Арабської Весни, руху Occupy Wall Street, протестів у Гонконзі та інших політичних мобілізацій підтверджує еволюцію від традиційних централізованих організаційних структур до мережових, децентралізованих моделей активізму. Хештеги функціонують як координаційні центри, дозволяючи широкомасштабну мобілізацію без традиційного ієрархічного керівництва та створюючи нові форми колективної ідентичності. Водночас дослідження виявило критичні проблеми цифрової участі. Дезінформація та маніпуляції у соціальних медіа представляють серйозну загрозу для цілісності демократичних процесів, що особливо проявилось під час виборів у США 2016 року. Цифровий розрив створює нові форми політичної нерівності, обмежуючи участь 37% світового населення без доступу до Інтернету. Феномен слактивізму ставить під сумнів ефективність низькозатратних онлайн-дій, а проблеми приватності та спостереження створюють ризики для політичної свободи. Ефективність цифрової мобілізації значною мірою залежить від контекстуальних факторів: рівня

демократичних свобод, проникнення Інтернету, цифрової грамотності населення та характеру державного контролю. Авторитарні контексти вимагають більш складних та захищених комунікаційних стратегій, як демонстрували протести у Гонконзі з використанням зашифрованих платформ. Найефективніші рухи демонструють симбіотичні відносини між цифровою координацією та фізичною присутністю, де онлайн-активізм служить засобом організації офлайн-дій, а не їх заміщенням. Парадокс репресій виявляється у випадках, коли державні спроби контролю над соціальними медіа призводять до посилення, а не придушення протестів. Перспективи розвитку цифрової участі пов'язані з технологічними інноваціями (блокчейн, штучний інтелект), розвитком цифрової грамотності, впровадженням інклюзивних технологій та формуванням міжнародних стандартів регулювання. Критичними залишаються питання балансу між свободою слова та протидією дезінформації, захисту приватності та забезпечення рівного доступу до цифрових інструментів політичної участі.

ВИСНОВКИ

Проведене комплексне дослідження ролі соціальних мереж Facebook і Twitter як інструментів політичної мобілізації дозволило отримати систематизовані наукові результати, що розкривають механізми впливу цифрових технологій на сучасні демократичні процеси та підтверджують фундаментальну трансформацію природи політичної участі під впливом цифровізації суспільних відносин. Теоретичні результати концептуалізації цифрової політичної мобілізації демонструють якісну зміну парадигми колективних дій у політичній сфері. Дослідження підтвердило, що традиційна дихотомія "позитивна-негативна мобілізація" потребує розширення через включення концепції "мінус-мобілізації" як цілеспрямованого процесу формування політичної апатії та деполітизації суспільства. Встановлено перехід від централізованих, ієрархічних моделей мобілізації до децентралізованих, мережевих структур, що характеризуються горизонтальною координацією, відсутністю формального лідерства та здатністю до самоорганізації без традиційних організаційних ресурсів.

Концептуалізовано роль соціальних медіа як принципово нової публічної платформи, що функціонує як децентралізована альтернатива традиційним медіа та створює якісно інший тип політичної комунікації. Виявлено, що соціальні платформи формують "афективні публіки" - динамічні спільноти, об'єднані спільними емоціями та цифровими ініціативами, що виходять за межі традиційних соціально-економічних, географічних або культурних характеристик. Ці спільноти демонструють здатність до швидкої мобілізації навколо конкретних політичних питань та створення транснаціональних мереж солідарності. Встановлено кардинальне зниження трансакційних затрат на політичну мобілізацію як ключовий механізм цифрової трансформації. Це дозволяє окремим індивідам стати суб'єктами масової мобілізації без значних фінансових, часових чи

організаційних ресурсів, що раніше були необхідними для ефективних колективних дій. Результатом цього процесу є демократизація доступу до засобів політичної комунікації та можливостей впливу на суспільні процеси. Функціональний аналіз платформ Facebook і Twitter виявив їхні принципово різні підходи до політичного впливу та специфічні можливості для мобілізації. Facebook демонструє характеристики багатофункціональної екосистеми політичної взаємодії, що забезпечує прямий неопосередкований доступ до автентичної політичної інформації через офіційні сторінки без журналістських фільтрів та медіа-посередників. Платформа надає розширені можливості таргетованої політичної реклами за складними алгоритмами демографічних, географічних та поведінкових параметрів, що дозволяє політичним акторам з високою точністю націлювати свої повідомлення на найбільш релевантні аудиторії. Двостороння комунікація між політичними акторами та громадянами через систему коментарів, реакцій та зворотного зв'язку створює новий тип політичної підзвітності, де громадяни можуть безпосередньо впливати на політичний дискурс та вимагати роз'яснень від своїх представників. Організаційні інструменти Facebook, включаючи групи, події та сторінки організацій, забезпечують ефективну довгострокову координацію політичних ініціатив та створення стійких мереж активістів.

Twitter демонструє альтернативну модель швидкої координації та миттєвого реагування на політичні події, що базується на принципово інших технологічних можливостях. Вірусне поширення інформації через механізми ретвітів та каскадного розповсюдження дозволяє окремим повідомленням досягати мільйонів користувачів за лічені години, створюючи ефект інформаційного резонансу. Система хештегів функціонує як потужний інструмент тематичної організації та координації спонтанних політичних акцій, дозволяючи користувачам швидко знаходити однодумців та долучатися до масових обговорень без попереднього планування. Формування колективних реакцій у реальному часі на політичні події через

Twitter створює новий тип громадського контролю, де діяльність політиків може бути миттєво прокоментована та оцінена широкою громадськістю. Платформа виявляється особливо ефективною для протестної мобілізації та координації децентралізованих рухів, що було переконливо продемонстровано під час різних соціально-політичних криз останнього десятиліття.

Емпіричний аналіз ключових випадків політичної мобілізації виявив важливі закономірності та механізми цифрового активізму. Рух Black Lives Matter продемонстрував безпрецедентну потужність хештег-активізму з 48 мільйонами використань #BlackLivesMatter протягом дванадцяти днів після вбивства Джорджа Флойда, досягаючи піку у 3,7 мільйона використань на день. Цей рух виявив здатність соціальних медіа до створення інтерсекціональної мобілізації та трансформації публічного дискурсу про расову справедливість, демонструючи, як цифрові платформи можуть ампліфікувати голоси маргіналізованих груп. Події Арабської Весни показали критичну роль соціальних медіа у подоланні авторитарних обмежень на політичну комунікацію, де дев'ять з десяти єгиптян використовували Facebook для організації протестів проти режиму Мубарака. Дослідження виявило парадокс репресій: урядові спроби блокування соціальних платформ та відключення Інтернету не змогли зупинити протести і в деяких випадках призводили до їх посилення через делегітимізацію влади та демонстрацію її вразливості. Євромайдан в Україні продемонстрував найбільш документований випадок прямого переходу від цифрового заклику до масової мобілізації, коли допис журналіста Мустафи Найєма у Facebook з умовою отримання тисячі коментарів безпосередньо призвів до початку найбільших протестів в історії незалежної України. Цей випадок ілюструє здатність соціальних медіа функціонувати як механізми прямого заклику до дії та швидкої трансформації онлайн-наміру в офлайн-участь. Поляризація та радикалізація через алгоритмічне підсилення екстремального контенту,

створення ехо-камер та фільтрових бульбашок становлять значний ризик для демократичної стабільності. Виявлено використання соціальних платформ екстремістськими рухами для рекрутингу та поширення радикальних ідеологій. Дослідження підтверджує центральну гіпотезу про фундаментальну трансформацію механізмів політичної мобілізації під впливом соціальних мереж Facebook і Twitter. Ці платформи створили принципово нову екосистему політичної участі, що характеризується швидкістю поширення інформації, масштабністю охоплення аудиторій та децентралізованістю організаційних структур, але водночас породжує системні виклики для демократичної стабільності та якості політичного дискурсу. Парадигмальний зсув у політичній мобілізації проявляється у переході від централізованих, ресурсозатратних моделей до децентралізованих мережових структур з мінімальними трансакційними витратами. Це дозволило індивідам стати суб'єктами масової політичної мобілізації без традиційних організаційних ресурсів, демократизуючи доступ до засобів політичного впливу.

Функціональна комплементарність платформ означає, що Facebook і Twitter демонструють різні, але взаємодоповнюючі підходи до політичного впливу. Facebook ефективний для довгострокової організації та поглибленого дискурсу, Twitter - для швидкої мобілізації та формування колективних реакцій. Найуспішніші політичні рухи інтегрують обидві платформи у синергетичні стратегії, максимізуючи їхні унікальні можливості. Загальний висновок дослідження полягає у тому, що соціальні мережі Facebook і Twitter фундаментально трансформували ландшафт політичної участі, створивши безпрецедентні можливості для демократичного залучення громадян через демократизацію доступу до засобів політичної комунікації, зниження трансакційних витрат на колективні дії та формування нових типів політичних спільнот. Водночас ці технології поставили перед сучасними суспільствами критичний виклик ефективного управління цифровим публічним простором для забезпечення якісної, інклюзивної та

конструктивної політичної участі у ХХІ столітті, що вимагає постійного наукового моніторингу, розвитку цифрової грамотності громадян та вдосконалення інституційних механізмів демократичного управління в умовах цифрової революції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. #SayHerName: a case study of intersectional social media activism / M. Brown et al. *Ethnic and Racial Studies*. 2017. Vol. 40, no. 11. P. 1831–1846. URL: <https://doi.org/10.1080/01419870.2017.1334934> (date of access: 09.06.2025).
2. Ahmad T., Alvi A., Ittefaq M. The Use of Social Media on Political Participation Among University Students: An Analysis of Survey Results From Rural Pakistan. *SAGE Open*. 2019. Vol. 9, no. 3. P. 215824401986448. URL: <https://doi.org/10.1177/2158244019864484> (date of access: 09.06.2025).
3. Ali Adeeb R., Mirhoseini M. The Impact of Affect on the Perception of Fake News on Social Media: A Systematic Review. *Social Sciences*. 2023. Vol. 12, no. 12. P. 674. URL: <https://doi.org/10.3390/socsci12120674> (date of access: 06.06.2025).
4. Americans think social media can help build movements, but can also be a distraction. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2020/09/09/americans-think-social-media-can-help-build-movements-but-can-also-be-a-distraction/> (date of access: 09.06.2025).
5. Arutyunyan V. E. Analysis of the Impact of Social Media on Politics and Decision-Making in Public Administration. *Державне управління*. 2024. Vol. 7, no. 224. URL: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2024.7.224> (date of access: 09.06.2025).
6. Bercaru N., Bercaru S. The mobilizing power of Facebook in the campaign for the ongoing presidential elections 2019 in Romania – candidate Viorica Dăncilă. *Technium*. 2019. No. 1. P. 9–12. URL: <https://media.neliti.com/media/publications/349948-the-mobilizing-power-of-facebook-in-the-2a8198f6.pdf> (date of access: 05.06.2025).
7. Bohdanova T. Unexpected Revolution: The Role of Social Media in Ukraine's Euromaidan Uprising. *European View*. 2014. Vol. 13, no. 1. P. 133–142. URL: <https://doi.org/10.1007/s12290-014-0296-4> (date of access: 06.06.2025).

8. Boulianne S. Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation. *Communication Research*. 2018. Vol. 47, no. 7. P. 947–966. URL: <https://doi.org/10.1177/0093650218808186> (date of access: 09.06.2025).
9. Bula S. P., Sviderska O. I. Social networks as a tool of political manipulation. *Politicus*. 2020. No. 4. P. 21–25. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2020-4.3> (date of access: 09.06.2025).
10. Chornenkyi O. Social media and their effect on political participation. 44. 2023. No. 44. P. 41–48. URL: <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2023-44-05> (date of access: 09.06.2025).
11. Couto C., Modesto J. G. The influence of Facebook on Political Activism and Radicalism. *Psico-USF*. 2020. Vol. 25, no. 4. P. 637–644. URL: <https://doi.org/10.1590/1413/82712020250404> (date of access: 06.06.2025).
12. E-Government and Citizen Participation: Enhancing Public Accountability through Digital Technology / E. Paselle et al. *International Journal for Science Review*. 2025. Vol. 2, no. 2. URL: <https://doi.org/10.71364/ijfsr.v2i2.13> (date of access: 09.06.2025).
13. Firdaus S. N., Ding C., Sadeghian A. Retweet: A popular information diffusion mechanism – A survey paper. *Online Social Networks and Media*. 2018. Vol. 6. P. 26–40. URL: <https://doi.org/10.1016/j.osnem.2018.04.001> (date of access: 06.06.2025).
14. Gerodimos R., Justinussen J. Obama's 2012 Facebook Campaign: Political Communication in the Age of the Like Button. *Journal of Information Technology & Politics*. 2014. Vol. 12, no. 2. P. 113–132. URL: <https://doi.org/10.1080/19331681.2014.982266> (date of access: 05.06.2025).
15. González-Bailón S., Lelkes Y. Do social media undermine social cohesion? A critical review. *Social Issues and Policy Review*. 2022. URL: <https://doi.org/10.1111/sipr.12091> (date of access: 09.06.2025).
16. How does social media use influence political participation and civic engagement? A meta-analysis. *The Journalist's Resource*. URL: <https://journalistsresource.org/politics-and-government/social-media-influence-politics-participation-engagement-meta-analysis/> (date of access: 09.06.2025).

17. How Party-System Dynamics Shape Political Parties' Use of Facebook Between Elections / P. Aagaard et al. *Journalism and Media*. 2025. Vol. 6, no. 1. P. 6. URL: <https://doi.org/10.3390/journalmedia6010006> (date of access: 06.06.2025).
18. Hu M. Cambridge Analytica's black box. *Big Data & Society*. 2020. Vol. 7, no. 2. URL: <https://doi.org/10.1177/2053951720938091> (date of access: 05.06.2025).
19. Is Social Media Activism Effective? | The Bottom Line UCSB. The Bottom Line UCSB -. URL: <https://thebottomline.as.ucsb.edu/2025/02/is-social-media-activism-effective> (date of access: 09.06.2025).
20. Jungherr A. Twitter use in election campaigns: A systematic literature review. *Journal of Information Technology & Politics*. 2015. Vol. 13, no. 1. P. 72–91. URL: <https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1132401> (date of access: 06.06.2025).
21. Khasawneh M. The influence of Twitter hashtags in building supportive online communities for parents of children with special needs. *Journal of Technology and Science Education*. 2024. Vol. 14, no. 3. P. 770. URL: <https://doi.org/10.3926/jotse.2537> (date of access: 06.06.2025).
22. MacDuffee Metzger M., Tucker J. A. Social Media and EuroMaidan: A Review Essay. *Slavic Review*. 2017. Vol. 76, no. 1. P. 169–191. URL: <https://doi.org/10.1017/slr.2017.16> (date of access: 09.06.2025).
23. Mandolkar A. The Impact of Social Media on Political Mobilization: A Comparative Study. *IJFANS International Journal of Food and Nutritional Sciences*. 2022. Vol. 11, no. 8. P. 4917. URL: <https://www.ijfans.org/uploads/paper/6d489fdb5a159a06dc5dedaf15721b45.pdf> (date of access: 09.06.2025).
24. Martinez Sainz G., Hanna A. Youth digital activism, social media and human rights education: the Fridays for Future movement. *Human Rights Education Review*. 2023. URL: <https://doi.org/10.7577/hrer.4958> (date of access: 09.06.2025).

25. McGregor S. C., Mourão R. R., Molyneux L. Twitter as a tool for and object of political and electoral activity: Considering electoral context and variance among actors. *Journal of Information Technology & Politics*. 2017. Vol. 14, no. 2. P. 154–167. URL: <https://doi.org/10.1080/19331681.2017.1308289> (date of access: 06.06.2025).
26. National Politics on Twitter: Small Share of U.S. Adults Produce Majority of Tweets. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/politics/2019/10/23/national-politics-on-twitter-small-share-of-u-s-adults-produce-majority-of-tweets/> (date of access: 06.06.2025).
27. New Research Details Negative Consumer Impacts of BLM Support on Major Companies and Brands - INFORMS.org. URL: <https://www.informs.org/News-Room/INFORMS-Releases/News-Releases/New-Research-Details-Negative-Consumer-Impacts-of-BLM-Support-on-Major-Companies-and-Brands> (date of access: 09.06.2025).
28. Ohme J. When digital natives enter the electorate: Political social media use among first-time voters and its effects on campaign participation. *Journal of Information Technology & Politics*. 2019. Vol. 16, no. 2. P. 119–136. URL: <https://doi.org/10.1080/19331681.2019.1613279> (date of access: 09.06.2025).
29. Petrov P., Hrushka V. The geography of digital influence: the technological transformation of democracy and foreign policy. *Public Management and Policy*. 2023. No. 4 (8). P. 1–8. URL: <https://www.eu-scientists.com/index.php/pmap/article/view/194> (date of access: 03.06.2025).
30. Phillips C. Digital Communication and the Rise of Online Activism. *Journal of Communication*. 2024. Vol. 5, no. 3. P. 31–44. URL: <https://doi.org/10.47941/jcomm.1983> (date of access: 09.06.2025).
31. Rainee L., Smith A. Social Media and Political Engagement. Pew Research Center. URL: <https://www.pewresearch.org/internet/2012/10/19/social-media-and-political-engagement/> (date of access: 03.06.2025).

32. Relations of Media Production in Occupy Wall Street, доступ отримано червня 9, 2025, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/9247/2574> (date of access: 09.06.2025).
33. Schradie J. The Digital Activism Gap: How Class and Costs Shape Online Collective Action. *Social Problems*. 2018. Vol. 65, no. 1. P. 51–74. URL: <https://doi.org/10.1093/socpro/spx042> (date of access: 09.06.2025).
34. Shmanatov M. Digital technologies as a factor influencing political processes: an attempt at conceptualization. *The Journal of V. N. Karazin Kharkov National University. Issues of Political Science*. 2021. No. 40. P. 29–37. URL: <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2021-40-04> (date of access: 03.06.2025).
35. Sichenko K. Strategies of political management in the context of Ukrainian nationalism: a synergetic approach. *Visnyk of the Lviv University*. 2024. No. 55. P. 452–454. URL: <https://doi.org/10.30970/pp.s.2024.55.53> (date of access: 04.06.2025).
36. Singh S. The Impact of Social Media on Political Mobilization: A Comparative Analysis. *International Journal of Research Publication and Reviews*. 2024. Vol. 5, no. 6. P. 5288–5293. URL: <https://ijrpr.com/uploads/V5ISSUE6/IJRPR30410.pdf> (date of access: 09.06.2025).
37. Social Media Manipulation and the Threat to Democracy: Analyzing the Role of Disinformation / Nelson Mandela et al. *The Voice of Creative Research*. 2025. Vol. 7, no. 1. P. 307–316. URL: <https://doi.org/10.53032/tvcr/2025.v7n1.35> (date of access: 09.06.2025).
38. Suh C. S., Vasi I. B., Chang P. Y. How social media matter: Repression and the diffusion of the Occupy Wall Street movement. *Social Science Research*. 2017. Vol. 65. P. 282–293. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2017.01.004> (date of access: 09.06.2025).
39. Theocharis Y., Lowe W. Does Facebook increase political participation? Evidence from a field experiment. *Information, Communication & Society*. 2015. Vol. 19, no. 10. P. 1465–1486. URL: <https://doi.org/10.1080/1369118x.2015.1119871> (date of access: 09.06.2025).

40. Tweeting the Revolution: Social Media Use and the #Euromaidan Protests - NYU's Center for Social Media and Politics. NYU's Center for Social Media and Politics. URL: <https://csmapnyu.org/research/reports-analysis/tweeting-the-revolution-social-media-use-and-the-euromaidan-protests> (date of access: 09.06.2025).
41. Twitter as social media arena for polarised social representations about the (im)migration: The controversial discourse in the Italian and international political frame / A. S. de Rosa et al. Migration Studies. 2021. URL: <https://doi.org/10.1093/migration/mnab001> (date of access: 06.06.2025).
42. UK General Election Analysis 2024: Media, Voters and the Campaign : Early reflections from leading academics / D. Jackson et al. Poole : White Rose University Consortium, 2024. 147 p. URL: https://eprints.whiterose.ac.uk/id/eprint/216045/1/UK Election Analysis 2024_Jackson-et_al_v1.pdf (date of access: 05.06.2025).
43. Vaccari C., Valeriani A., Sousa J. Outside the Bubble: Social Media and Political Participation in Western Democracies. 2023. Vol. 17. P. 1–3. URL: https://www.researchgate.net/publication/383065029_Outside_the_Bubble_Social_Media_and_Political_Participation_in_Western_Democracies (date of access: 09.06.2025).
44. Vidino L. The Muslim Brotherhood after the Arab Spring: Tactics, Challenges and Future Scenarios. European View. 2013. Vol. 12, no. 2. P. 319. URL: <https://doi.org/10.1007/s12290-013-0266-2> (date of access: 04.06.2025).
45. Walid J. The Legacy of the “Facebook Revolution”: How did the Arab Spring shape citizen use of social media?. King's Think Tank. URL: <https://kingsthanctankpectrum.wordpress.com/2025/01/30/the-legacy-of-the-facebook-revolution-how-did-the-arab-spring-shape-citizen-use-of-social-media/> (date of access: 04.06.2025).
46. Youth political participation and digital movement in Indonesia: the case of #ReformasiDikorupsi and #TolakOmnibusLaw / S. L. Wahyuningroem et al. F1000Research. 2024. Vol. 12. P. 543. URL: <https://doi.org/10.12688/f1000research.122669.3> (date of access: 09.06.2025).

47. Yu R. P., Lai C.-H. Linking Facebook User Types With Civic Participation: From a Communication Infrastructure Perspective. *Social Science Computer Review*. 2021. URL: <https://doi.org/10.1177/0894439321997142> (date of access: 06.06.2025).
48. Zaller J. The nature and origins of mass opinion. Cambridge : Cambridge University Press, 1992. 367 p. URL: <https://archive.org/details/natureoriginsofm0000zall> (date of access: 03.06.2025).
49. Базарний С., Терновий О. Методи та моделі психологічного впливу на визначені цільові аудиторії в межах проведення інформаційної операції. Формат розвитку відносин України та Європейського союзу в контексті російсько-української війни, виборчих процесів та прав національних меншин : Матеріали IX Міжнар. науково-практ. конф., м. Ужгород, 4–5 жовт. 2024 р. Ужгород, 2024. С. 27–29. URL: [https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/67481/1/Україна_ЄС_збірник%20\(2024\).pdf#page=28](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/67481/1/Україна_ЄС_збірник%20(2024).pdf#page=28) (дата звернення: 04.06.2025).
50. Біскуб І. Критичний аналіз дискурсу і глобалізаційні виклики XXI століття: прикладні аспекти. *Folium*. 2025. № 6. С. 16–23. URL: <https://doi.org/10.32782/folium/2025.6.2> (дата звернення: 03.06.2025).
51. Бондаренко Є. Ю. Еріх Фромм про свободу та її різновиди. Радіоелектроніка та молодь у XXI столітті : матеріали 29-го Міжнар. молодіж. форуму, м. Харків, 16–19 квіт. 2025 р. Харків, 2025. С. 47–49. URL: <https://openarchive.nure.ua/entities/publication/48477fda-1568-4753-affe-370564aab4cb> (дата звернення: 02.06.2025).
52. Грабовець І. В. Комунікативні технології як інструмент трансформації та розвитку політичної сфери. *Габітус*. 2025. № 70. С. 34–38. URL: <http://habitus.od.ua/journals/2025/70-2025/7.pdf> (дата звернення: 05.06.2025).
53. Дроботун Д. С. Медіафактор у діяльності політичних еліт. *Політикус : наук. журнал*. 2021. № 4. С. 33–38. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/12950> (дата звернення: 02.06.2025).

54. Дроботун Д. С., Кресіна І. Медіа як чинник політичного процесу. Традиційні та інноваційні підходи до наукових досліджень : матеріали II Міжнар. наук. конф., м. Одеса, 10 верес. 2021 р. Київ, 2021. С. 143–148. URL: <https://lib.udau.edu.ua:8443/server/api/core/bitstreams/1229cee2-85d6-4a39-b380-0a5274c2814f/content#page=144> (дата звернення: 02.06.2025).
55. Кікнадзе А. Е. Вербальні і візуальні складники формування іміджу українських політиків у соціальній мережі «Фейсбук» : Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня магістр спеціальності "Журналістика". Київ, 2021. 115 с. URL: <https://er.nau.edu.ua/items/dd5c0558-f86a-47c2-8760-b093115773dd> (дата звернення: 05.06.2025).
56. Кіндратець О. М. «Negative mobilization» of the population as the result of information influence in the conditions of the «hybrid» war. The Bulletin of Yaroslav Mudryi National Law University. Series: Philosophy, philosophies of law, political science, sociology. 2018. Vol. 2, no. 37. P. 18–30. URL: <https://doi.org/10.21564/2075-7190.37.133322> (date of access: 02.06.2025).
57. Кокарча Ю. А. Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук (доктора філософії) за спеціальністю 23.00.03 – політична культура та ідеологія. Київ, 2020. 240 с. URL: https://npu.edu.ua/images/file/vidil_aspirant/dicer/D_26.053.12/Kokarcha.pdf (дата звернення: 04.06.2025).
58. Корсакевич С. С. Психологічні особливості самовизначення молоді щодо участі у виборчому процесі : Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 053 – психологія 05 – соціальні та поведінкові науки. Київ, 2023. 224 с. URL: <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/2023/12/dis.kors.2023.pdf> (дата звернення: 03.06.2025).
59. Кремень Т. В. Парадокси політичної рекрутизації. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2013. № 2. С. 408–421. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z

21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Nzi
piend_2013_2_30 (дата звернення: 03.06.2025).

60. Кремень Т. В. Політична мобілізація за допомогою інструменту соціальних медіа. Наукові студії із соціальної та політичної психології. 2013. № 33. С. 265–270. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Ns
spp_2013_33_31](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=Ns
spp_2013_33_31) (дата звернення: 03.06.2025).
61. Малафєєв С. О., Іваній О. М. Плив діджиталізації на демократію та участь громадян. Реалії та перспективи розбудови правової держави в Україні та світі : матеріали VII Міжнар. науково-практ. конф., присвяч. 100-річчю заснування Сум. держ. пед. ун-ту ім. А.С. Макаренка, м. Суми, 31 трав. – 1 черв. 2024 р. Суми, 2022. С. 116–118. URL: https://law-conf.sspu.edu.ua/images/2024/e-book/Book_Tom_1.pdf#page=117 (дата звернення: 03.06.2025).
62. Марко О. В. Еволюція демократії під впливом цифрових технологій. Держава і право. Політичні науки. 2023. № 94. С. 261–271. URL: <https://derzhava-i-pravo.com.ua/files/issues/Держава%20і%20право.%20Випуск%2094.pdf#page=261> (дата звернення: 03.06.2025).
63. Політична мобілізація у контексті соціальних медіа : автореф. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора політичних наук. Київ, 2014. 38 с. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/7135/Kremen.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата звернення: 02.06.2025).
64. Поліщук Д. Особливості функціонування політичних партій і громадських організацій в умовах воєнного стану. Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. 2022. № 1-3 (34-36). С. 39–47. URL:

<https://journals.uran.ua/ispss/article/view/291500> (дата звернення: 05.06.2025).

65. Розік М. В. Мобілізаційні чинники електоральної участі громадян України на парламентських виборах 1998–2019 рр. : автореф. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук. Львів, 2020. 23 с. URL: https://www.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/12/aref_rozik.pdf (дата звернення: 02.06.2025).
66. Стасюк А. Основні інструменти Public Relations у мережі. Історичний досвід і сучасність : Матеріали XXVII наук. конф. здобувачів вищ. освіти, м. Одеса. Одеса, 2021. С. 50–53. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/11735/3/Stasiuk%20A.%202021.pdf> (дата звернення: 04.06.2025).
67. Сусська О. О. Публічність як феномен суспільної системи та його відображення у медіапросторі. Проблеми розвитку соціологічної теорії. Суспільна динаміка, соціальна взаємодія та соціологічні дослідження в умовах війни : матеріали XX Ювіл. Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 1–2 груд. 2023 р. Київ, 2023. С. 280–285. URL: <https://ekmair.ukma.edu.ua/items/d15e9685-2349-4ddc-9afc-81ca2dfa2a58> (дата звернення: 04.06.2025).
68. Чоста К. Політичні технології в соціальних мережах та їх вплив на суспільно-політичну свідомість. 2022. URL: <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.22774.06729> (дата звернення: 09.06.2025).
69. Шлемкевич Т. Політичні комунікації в українському інформаційному просторі. Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія. 2024. № 16. С. 42–47. URL: <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-2-6> (дата звернення: 05.06.2025).
70. Ямельницький О. Я. Політична мобілізація як чинник активізації політичної участі в Україні : Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук. Львів, 2015. 240 с. URL: https://lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2016/02/dis_yamelnyskuj.pdf (дата звернення: 02.06.2025).

71. Ямельницький О. Я. Політична мобілізація: до проблеми трактування поняття. Вісник Дніпропетровського університету. Політологія. 2012. № 9. С. 72–77. URL: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/article/view/86/112> (дата звернення: 02.06.2025).
72. Янченко А. Соціальні медіа як елемент політичної комунікації. Політичний менеджмент. 2013. № 1-2. С. 153–163. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=По Ме_2013_1-2_20 (дата звернення: 03.06.2025).