

DOI 10.31558/2519-2949.2023.3.10

УДК 32.019.51:[004.77+316.776.23+070.11](477)

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0000-9924-8441>

*Мацьона Х. М., Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

## СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

*У статті авторкою здійснено спробу розкрити специфіку використання інформаційних технологій сучасним українським політикумом у процесах формування громадської думки. Визначено, що стрімкий розвиток інформаційних технологій відкрив абсолютно нові способи формування громадської думки та призвів до появи раніше невідомих форм її демонстрації через ті самі технології. До основних способів впливу на громадську думку за допомогою ІТ зараховано: висловлювання громадської думки через оціночні судження, наприклад, під час інтернет-опитувань; висловлювання громадської думки через соціальну поведінку у просторі Інтернету; висловлювання громадської думки через оціночні судження у просторі Інтернету; вираз громадської думки через різні користувальницькі активності. Водночас наголошено на тому, що звернення до спектру інформаційних технологій, за допомогою яких здійснюється вплив на громадянську думку, супроводжується різноманітними прийомами маніпулювання, які застосовуються політичною журналістикою та реалізуються через інформаційні ресурси.*

*Встановлено, що в Україні в останні десятиліття розвивалося використання інформаційних технологій у процесі формування громадської думки. Справжній стрибок використання інформаційних технологій можна спостерігати з приходом до влади Володимира Зеленського. Команда Володимира Зеленського використовувала нетрадиційні ходи у передвиборчій кампанії, а також зробила ставку на використання соцмереж. Президентські вибори в Україні у 2019 році внесли в українську політику багато інновацій, у тому числі і можливість активного залучення інформаційних технологій до виборчих перегонів. Відмічено, що вперше в історії медійного простору спостерігається не лише формування громадської думки з боку влади, але й відчуття зворотного зв'язку від українського соціуму. Авторкою зазначено, що 2022 рік став роком дійсної консолідації завдяки створенню широкої мережі нових інформаційних ресурсів, що працюють на базі сучасних ІТ. У перші місяці війни, зокрема, соціальні мережі виступили, справді, єдиним фронтом не лише по інформуванню, а й по згуртуванню української нації.*

**Ключові слова:** *інформаційні технології, громадська думка, маніпулювання, Президент України, російсько-українська війна, соціальні мережі, цифрові ресурси, Інтернет.*

**Актуальність і постановка проблеми.** У системі державного управління важливу роль відіграє громадська думка, впливати на яку існує можливість завдяки ЗМІ та сучасним інформаційним технологіям. Варто зауважити, що у країнах з розвинутою демократією не лише можливе застосування ІТ для формування громадської думки, а й саме суспільство отримує можливість висловлювати своє ставлення до процесів, що відбуваються, явищ, фактів, проблем, надавати їм оцінку, а також впливати на прийняття управлінських рішень, виступаючи при цьому як активний учасник державного управління.

В останнє десятиліття можна спостерігати популяризацію політичної тематики не лише в інформаційному просторі, а й у всьому суспільному житті українського народу. Наразі громадяни все більше беруть участь у політичних та економічних процесах країни. Їх турбують питання політики, ситуація на міжнародній арені, діяльність органів державної влади, а також майбутнє держави загалом. При цьому ЗМІ можна вважати традиційними джерелами впливу, у той час як більшість учасників політичного процесу в Україні починає надавати перевагу новим інформаційним технологіям.

На сучасному етапі міжнародне співтовариство все більше уваги приділяє розвитку демократії та громадянського суспільства. У більшості випадках інтереси різних політичних сил в Україні не збігаються, і тоді для досягнення своїх цілей вони прагнуть залучити на свій бік громадську думку, застосовуючи для реалізації своїх задумів інформаційні технології. Це зумовлює підвищення

значимості громадської думки у політичній сфері та її впливу на політичні процеси і водночас актуальності дослідження існуючих в Україні каналів і механізмів впливу громадської думки на органи державної влади та її формування у взаємодії з останніми.

**Мета наукового дослідження.** Метою дослідження є розкриття специфіки використання інформаційних технологій у формуванні громадської думки в сучасній Україні. Дослідження феномену інформаційних технологій з наявними у їхньому арсеналі здатностями і можливостями закладає перспективи, зокрема, у подальшому вивченні їхнього стану в політичному житті України та інших країн у світовому вимірі, що сприятиме розвитку ІТ та досягненню більш високого рівня у конкурентному середовищі з використанням їхнього потенціалу.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Політичне життя країни, а також сфери, що тісно з ним контактують, наприклад, державне управління, ЗМІ, активно запроваджує ІТ на всіх рівнях. Питання застосування Інтернету у цих галузях досліджуються закордонними дослідниками Абрамсоном А., Артертоном Ф., Орреном К., українськими вченими Кашавцевою С., Королько В. Вплив інформаційних технологій на політичні процеси аналізували Коррадо Е., Рейнгольд Х., Фаерстон Ч., Вайнштейн Г., Чугунов А. досліджували мережу Інтернету її вплив на процеси трансформації в сучасному суспільстві.

Політична комунікація з розвитком ІТ зазнала значних перетворень. Ці питання висвітлювались у роботах українського вченого Костенка Н., а також зарубіжних дослідників Бірельсона Б., Батлера Д., Етціоні А., Гроссмана Л., Годе Х., Дойча К, Липпмана У., Негропонте Н., Пая Л. Методологічні засади функціонування інформаційних технологій в суспільстві освітлювались Бжезинським З., Беллом Д., Дракером П., Луманом Н., Маклюеном М., Кастельсом М., Хаяші Ю., Тоффлером Е., Турен А. Вчені Катц Р., Масуда Й., Порат М., Стоуньєр Т. здійснювали аналіз теоретичних аспектів розвитку інформаційних технологій.

Інформаційна політика держави також відіграє в українському суспільстві важливу роль, адже вона є модулятором взаємовідносин влади та соціуму. Питання, що стосуються цієї проблематики, розглядали у своїх роботах такі українські та зарубіжні дослідники, як Арістова І., Бондар Ю., Дубас О., Мосенко Ю., Мураховський А., Несвіт Г., Мак-Квейл Д. та інші.

**Виклад основного матеріалу.** На сучасному етапі міжнародне співтовариство все більше уваги приділяє розвитку демократії та громадянського суспільства. Це зумовлює підвищення значимості громадської думки у політичній сфері та її впливу на політичні процеси. В Україні існують канали та механізми впливу громадської думки на органи державної влади. Це інститути прямої демократії: вибори на різних рівнях та референдуми, інститути громадянського суспільства: політичні партії, рухи, організації, об'єднання тощо, засоби масової інформації, Інтернет, інститути опитувань громадської думки.

У більшості випадках інтереси різних політичних сил в Україні не збігаються, і тоді для досягнення своїх цілей вони прагнуть залучити на свій бік громадську думку, застосовуючи для реалізації своїх задумів інформаційні технології [5]. Формування громадської думки є сукупністю послідовних прийомів, способів і методів, спрямованих на вироблення у певної групи людей або суспільстві в цілому необхідних суб'єктам впливу поглядів, переконань і ставлення до тих чи інших фактів, подій, явищ, процесів дійсності. До основних суб'єктів формування громадської думки належать органи державної влади, органи місцевого самоврядування, інститути громадянського суспільства – політичні партії, рухи, організації, об'єднання, різні лобістські асоціації тощо. Кожен із цих суб'єктів використовує власні сили та засоби для впливу на громадську думку. Але алгоритми технологій формування громадської думки універсальні та підходять для використання будь-яким суб'єктом у різних ситуаціях.

Особливу роль у процесі формування громадської думки відіграє Інтернет, який у даний час є не тільки каналом вираження суспільної думки, а й основним інструментом її формування [9]. Його суттєва роль в інформаційному просторі обумовлюється широким охопленням аудиторії, швидкістю передачі інформації, інтерактивністю процесу передачі, а головним чинником є доступність. Розвиток засобів інформаційних технологій у сучасному світі досяг такого рівня, який дозволяє управляти поведінкою та діями великої кількості людей, формувати їхні думки про світ та конкретні факти, події, явища, процеси соціальної дійсності.

Суспільство України інформується про політичні події, що відбуваються, але таке інформування не завжди здійснюється належним чином. Через мережу Інтернет населення отримує інформацію, яку подекуди неможливо перевірити [1]. Тим самим перед членами суспільства постає вибір: вірити чи ні таким повідомленням. Інформація, що розповсюджується може бути правдивою, а може формувати

хибне уявлення про діяльність певних політичних структур у країні. Іншим аспектом є інспірування громадської думки, тобто надання впливу на аудиторію з певних питань, захист населення від «непотрібної» інформації або навпаки привернення уваги до проблеми.

Більшість політологів вважає, що формування громадської думки за допомогою різних інструментів, таких як інформаційні технології, також є одним із видів маніпулювання, адже в цьому випадку громадська думка підлягає впливу сторонніх сил з метою досягнення результатів, необхідних таким силам. Тобто у будь-якій формі вплив, спроби змінити настрої та думки суспільства, є способами маніпулювання громадською думкою та свідомістю. Маніпуляція суспільною свідомістю у політичних цілях сьогодні є визнаним інструментом політики та конкурентної боротьби, незважаючи на сумнівний моральний зміст цього явища. Сучасні маніпулятивні технології настільки досконалі, що практично неможливо відділити справжні факти від тієї інформації, яка, за потреби, транслюється членам суспільства [6, с. 235].

Політичні репортажі часто закликають не інформувати громадян про політичну ситуацію в країні, а мистецьки маніпулювати їхніми почуттями та намірами. У той час, коли, наприклад, можна спостерігати спад економіки в країні, погіршення соціальної та демографічної ситуації, панування криміналітету в різних ланках бізнесу, збільшення прірви між багатими та бідними, гнів, так зацікавлені інформаційні ресурси маніпулюють свідомістю людей, майже рекламуючи певних політиків. Такі маніпуляції можуть формувати у громадян ілюзію стабільності, добробуту та фінансової безпеки при діючій владі, або, навпаки, її зміни на нові політичні сили.

В українському медійному просторі політичні журналісти сьогодні з багатьох причин втрачають авторитет у значній частини населення. І це зовсім не випадково, адже своєю «наполегливою» працею протягом десятиліть вони самі знижують власну репутацію. У боротьбі за рейтинги, тиражі, підвищення власних статків такі журналісти часто вдаються до різноманітних маніпуляцій, спотворюють істину, втрачаючи довіру своєї аудиторії.

Спектр інформаційних ресурсів, за допомогою яких здійснюється вплив на громадянську думку, доволі різноманітний, тому їх важко систематизувати. Але можна виділити найпопулярніші способи маніпулювання, які застосовуються політичною журналістикою та реалізуються через інформаційні ресурси [4].

До таких способів маніпулювання належить взаємодія з особистостями, що можуть стати або вже є лідерами суспільної думки. До таких постатей можна віднести відомих журналістів, письменників, політиків, громадських діячів, представників шоу-бізнесу, тобто всіх тих, чиї імена відомі більшості населенню країни. До них також належать особи не відомі, але ті, що є лідерами у своїх галузях та можуть виступати у ролі експертів з певної тематики. Розглянута такими лідерами громадської думки проблема може швидко розповсюджуватись у просторі соціальних комунікацій, формуючи ланцюгову реакцію.

Також маніпулювання може відбуватися шляхом розробки образів вигаданих персонажів та занурення їх у медійний простір. Такі маніпулятори можуть висловлювати хибні думки, розповсюджувати фейкові новини, брати участь у телевізійних програмах, бути активними учасниками Інтернет-дискурсів тощо.

Маніпулювання також може відбуватися в Інтернет-просторі завдяки заголовкам статей, назвам інформаційних повідомлень, оскільки саме назва є вирішальним фактором при ухваленні рішення про те, чи варто знайомитись із запропонованим матеріалом. Заголовок несе в собі основне смислове навантаження, до того ж він є сильно обмеженим за обсягом. Тому саме до назв та заголовків при маніпулятивних діях включаються думки, вигідні будь-яким особам, що контролюють діяльність інформаційних ресурсів, які вдаються до маніпулювання.

Використання оціночних висловлювань у мові також є одним із способів мовного впливу на аудиторію. Цей спосіб передбачає оперування ментальними уявленнями членів суспільства про добро і зло, хороше і погане, а також конструювання певних ідеологічних моделей у свідомості того, на кого спрямовані маніпулятивні дії.

Більшість громадян країни визнає величезний вплив, який надають соціальні мережі на багато сфер суспільного життя: на тематику повсякденних розмов, на оцінку політиків, на голосування за ту чи іншу партію, на рішення про підтримку певних політичних сил тощо. Значна частка політичних статей та репортажів підлягає критиці з боку населення за їхню недостатню об'єктивність.

Порушення етичних та журналістських норм представниками медіапростору створюють у країні таку ситуацію, коли громадянам для того, щоб сформувати у власній свідомості об'єктивне бачення

політичної ситуації, треба отримувати інформацію з кількох різних медіа [8]. Це відбувається саме тому, що більшість ЗМІ та Інтернет-ресурсів слідує певним політичним лініям та залишаються під суттєвим впливом своїх власників. В Україні деякі медіа знаходяться під впливом певних політичних настроїв, тому кожен з них може здійснювати маніпулятивні дії, направлені на членів суспільства.

Стрімкий розвиток інформаційних технологій, їх здатність до об'єднання однодумців, виробництва та розповсюдження різного, зокрема мультимедійного, контенту відкрили абсолютно нові способи формування громадської думки та призвели до появи раніше невідомих форм її демонстрації через ті самі технології. До способів впливу на громадську думку за допомогою ІТ можна віднести:

- висловлювання громадської думки через оціночні судження, наприклад, під час інтернет-опитувань;
- висловлювання громадської думки через соціальну поведінку у просторі Інтернету;
- висловлювання громадської думки через оціночні судження у просторі Інтернету;
- вираз громадської думки через різні користувальницькі активності.

В сучасній Україні використання ІТ для формування громадської думки є реальністю. Такими методами користуються політичні діячі різних рівнів, у тому числі і найвищого – кандидати на президентський пост держави. Діючий Президент України Володимир Зеленський був медійною особою і до прийняття ним рішення балотуватися на вищу посаду в країні, а також активно залучав у своїй виборчій компанії інформаційні технології, ЗМІ тощо як засоби впливу на електоральне поле. Виборча кампанія Володимира Зеленського у 2019 році відрізнялась небувалою активністю політичної боротьби в інтернет-просторі, але фактор цифрових ресурсів не можна вважати єдино вирішальним. Зростання популярності соціальних мереж в Україні відкрило нові можливості не лише для користувачів та блогерів, а й для політиків. Хоча учасники президентської та парламентської виборчої кампанії 2019 року в Україні і зробили ставку на телебачення та традиційну політичну рекламу, соцмережі все ж таки відіграли в них важливу роль на думку експертів. Наприклад, у президентській кампанії Володимира Зеленського соціальні мережі були ключовим каналом комунікації, а також одним із засобів, що сприяли формуванню громадської думки українців. Завдяки цьому українські та закордонні дослідники вважають кампанію Зеленського абсолютно безпрецедентною не тільки на пострадянському просторі, але й у всьому світі – такою, що увійде до підручників з мистецтва виборчих технологій, адже вона унікальна у багатьох відношеннях.

Команда Володимира Зеленського використовувала нетрадиційні ходи у передвиборчій кампанії, а також зробила ставку на використання соцмереж. Перед цим було ретельно вивчено середовище користувачів і проаналізовані їх потреби та симпатії. Соціальні мережі виділяють та озвучують проблеми, які є в суспільстві, що складає в їх аудиторії враження про існування конкретних людей, що сприятимуть вирішенню таких проблем та надаватимуть відповіді на запитання [10]. Це один з ефектів соціальних мереж, що може стати важелем у будь-якій виборчій кампанії.

Передвиборча кампанія Зеленського скористалася тим, що він сам на той час був активним користувачем соцмереж, та мав змогу швидко розповсюдити конкретну інформацію, підтвердити її або навпаки на власних аккаунтах. Майбутній президент продемонстрував, що веде такий самий спосіб життя, як більшість українців його віку. Наприклад, у соціальній мережі Instagram з'явилося відео про користування басейном, що супроводжувалось таким текстом: «Час бруду, напруження, депресії у людей. Басейн все знімає. Всім раджу» [2]. За одну добу відео набрало 987 тис. переглядів, а відеоматеріал, присвячений тренуванню Зеленського на турніку, отримав близько 2 млн. переглядів за півтори доби. Протягом свого правління Зеленський неодноразово використовував ІТ для популяризації здорового способу життя.

Застосування соціальних мереж у якості одного з інструментів формування громадської думки виявилось тактично вивіреним ходом: у 2019 році в Instagram у Зеленського вже була вражаюча аудиторія кількістю 3,5 млн. Серед тих українців, що віддали у першому турі виборів 5,7 млн. голосів, були його численні передплатники. Як показали соціологічні дослідження, електоральна база Зеленського значним чином складалася із людей віком до 35 років – найактивнішої категорії користувачів соціальних мереж. Політтехнологи вважають, що саме ігноруванням норм поведінки, прийнятих у політиці, відмовою від краваток на користь футболка Зеленський привернув до себе увагу пересічних громадян.

Після першого туру президентських виборів Петро Порошенко – діючий на той час президент та головний опонент Зеленського, який зібрав у першому турі 3 млн. голосів виборців, був змушений більше звертатися до соцмереж, щоб посилити вплив на електоральне поле. Хоча Порошенко

не нехтував ІТ технологіями і раніше, створивши в мережі цілі команди, основним завданням яких було викладати пости певної риторики у соціальні мережі, або надавати коментарі до вже існуючих дописів, щоб схилити на свій бік якомога більше виборців. Найчастіше команда Порошенка у передвиборчій період вдавалася до розповсюдження різноманітних дописів, які у той чи інший спосіб висвітлювали кандидатуру Зеленського у негативному світлі.

Застосувавши інформаційні технології, Зеленський змінив правила гри, спілкуючись з аудиторією, яка традиційно не ходила на вибори, та побудував кампанію на одержанні миттєвої реакції від соцмереж. Окрім того, що він викликав Порошенка відкрито на дебати з використанням традиційних ЗМІ або безпосередніх зустрічей кандидатів, Володимир Зеленський зміг нав'язати Порошкові гонку на незвичному для останнього полі цифрових комунікацій. Цей спосіб виявився дешевше, оперативніше, але не менш дієвіше, ніж традиційні ЗМІ, у контексті впливу на громадську думку та методами підвищення популярності, ніж телевізор. Незважаючи на наявність потужного медійного ресурсу у вигляді ефірів телеканалу 1+1, майбутній президент України під час передвиборчої кампанії здійснював активне спілкування з виборцями з використанням соціальних мереж Instagram, Facebook та Telegram [7]. Це створювало у соціумі почуття двостороннього зв'язку, адже Зеленський вже багато років був активним користувачем соціальних мереж, де його профілі були реальними, а не фейковими.

Порошенко також почав працювати із соціальними мережами під час президентських виборів, особливо з користувачами Facebook. Колишній український президент створив справжню армію «фейсбучних порохоботів», як стверджує Михайло Федоров – діджитал-стратег виборчої кампанії Зеленського. Також є думка, що не всі лідери пропорошенківських думок у Facebook добре себе показали. Вони могли бути набагато успішнішими, якби мали намір розповісти про помилки Порошенка та їх виправлення. Такий прийом, як посилення акценту на сильних сторонах президента Порошенка суттєво не позначився на формуванні громадської думки [3].

Варто зауважити, що вибір соцмереж для формування громадської думки також має значення, адже кожна з них використовується переважно представниками однієї вікової групи. Специфіка Facebook полягає в тому, що тут зосереджена досить старша аудиторія – люди віком понад 35 років, яких більше, ніж в інших мережах. Facebook охоплює більше користувачів із західних областей країни, на сході та півдні їх значно менше. Таку картину можна співставити із результатами президентських виборів, коли за кандидатуру Порошенка віддала голоси старша вікова аудиторія, і він став лідером у Львівській та Тернопільській областях. В інших регіонах України більшість підтримала Зеленського, саме тут знаходиться більша кількість користувачів Instagram.

Обидва кандидати також активно використовували Telegram – месенджер, який дозволяє адресно обмінюватися текстовими повідомленнями та різними файлами. Порошенко створив власний Telegram-у березні 2019 року, а команда Зеленського створила аналогічний ресурс у січні 2019, набравши до березня 130 тис. передплатників. Telegram виявився влучним інструментом просування контенту, який недооцінювали багато українських політиків. Аудиторією Telegram є молодь та люди середнього віку, що мають інтелектуальні професії, є соціально активними. У день першого туру президентських виборів охоплення Telegram-каналу команди Зеленського склало 1 млн. осіб. Використання цього інструменту допомогло йому стати лідером за кількістю позитивних згадок у соцмережах, що сприяло не лише успіху серед виборців, а й економії коштів.

Не можна не згадати і такий інструмент впливу на громадську думку, як серіал «Слуга народу», яким і досі захоплюються політтехнологи як в Україні, так і за її межами. Серіал не лише створив сценарій бажаного майбутнього, а й зіграв його – з усіма його підводними каменями та пастками, помилками та знахідками майбутнього президента та його соціальної бази. Це було свого роду представлення кандидата населенню, навіть якщо Зеленський і не збирався висувати свою кандидатуру на президентський пост на момент зйомок. Серіал демонструвався по телебаченню, а також його можна було знайти на значній кількості онлайн-майданчиків для перегляду відео та фільмів, у тому числі і на YouTube.

У подальшому Володимир Зеленський активно використовував інформаційні технології у своїй політичній діяльності. Початок повномасштабної війни в Україні довів актуальність цифровізації українського суспільства при отриманні оперативної інформації, що є особливо важливим для країни, яка багато років живе у стані війни, що в минулому році перейшла в нову жорстоку фазу. Менш ніж за три години від початку повномасштабного вторгнення президент України звернувся до нації, записавши відео на телефон та виклавши його у соціальні мережі. З того часу Зеленський зробив

більше 600 звернень, виступаючи перед громадянами України та іноземною аудиторією. Тобто в середньому президент звертається із зверненнями до аудиторії без застосування традиційних медіа, а використовуючи саме ІТ, більше одного разу на добу.

Зеленський звертається до українців у випадках екстрених подій, до представників світової спільноти, беручи участь у різних міжнародних заходах в режимі онлайн, не залишаючи країну особисто. Традиційним стало вечірнє звернення Зеленського до народу України, яке він здебільшого знімає на мобільні гаджети та відразу викладає у соціальні мережі. У перші дні повномасштабного вторгнення Володимир Зеленський записував відео звернення з відомих локацій столиці, підтримуючи своїх співгромадян у думці, що він залишається на місці, не виїхав за межі країни. Саме активне застосування ІТ дало змогу робити якісні матеріали та швидко їх оприлюднювати.

Українське суспільство і світова спільнота спостерігають війну в Україні в режимі онлайн. Сьогодні поруч йде інформаційна та онлайн-війна – перша війна, яка відображається досконало, документується на різних онлайн-платформах в Інтернеті, яку показують та описують у соцмережах не лише представники української влади, а й тисячі користувачів. Володимир Зеленський переміг на президентських виборах не в останню чергу через те, що обіцяв українцям мир. З початком повномасштабного російського вторгнення у лютому 2022-го український лідер перетворився на президента країни, що «воює». Зеленський за значного сприяння доступних можливостей інформаційних технологій генерує образ ефективного головнокомандувача за дванадцять місяців активних бойових дій.

Президент активно використовує ІТ в робочих поїздках по гарячих точках держави, оперативно інформуючи громадян про події, що відбуваються. Таким чином він повідомляв суспільство про відвідування Херсону, Слов'янська, Ізюму. Повідомлення про візити України політичними лідерами інших держав здійснюються не лише за допомогою традиційних ЗМІ, а й стрімко розповсюджуються в соціальних мережах, на офіційних або неофіційних месенджерах.

Володимир Зеленський під час свого президенства вніс у цифровий простір України надзвичайно велику кількість інновацій, в тому числі здійснюючи вплив на формування громадської думки шляхом застосування ІТ, що не було реалізовано жодним з його попередників настільки масштабно та результативно.

**Висновки.** Отже, в Україні в останні десятиліття розвивалося використання інформаційних технологій у процесі формування громадської думки. Справжній стрибок використання інформаційних технологій можна спостерігати з приходом до влади Володимира Зеленського. Вперше в історії медійного простору відмічається не лише формування громадської думки з боку влади, але й відчуття зворотного зв'язку від українського соціуму.

Вже в період президентської кампанії Володимир Зеленський та його команда внесли елементи новизни та ефективності у передвиборчі процеси завдяки активному використанню інформаційних технологій. Активне залучення соцмереж допомогло нинішньому українському президенту нейтралізувати контрпропаганду суперників та критику політичних спостерігачів, забезпечивши переконливу перемогу з рекордно мінімальними витратами. Президентські вибори в Україні у 2019 році внесли в українську політику багато інновацій, у тому числі і можливість активного залучення інформаційних технологій до виборчих перегонів. У чомусь перейнявши іноземні традиції, головними трендами передвиборчої кампанії стали зростання ролі Інтернет-ресурсів і нестандартних підходів до організації виборчої кампанії. Прихід Зеленського та його команди до влади кардинально змінив механізми політичної комунікації. Президент України Зеленський робить зроби рішучі кроки на шляху діджиталізації українського суспільства.

Використання ІТ припускає вихід України на один шабель із розвиненими західними партнерами. Тенденція відкритості та прозористі, звісно, залишається необхідною та основоположною в інформаційно-комунікативному просторі між владою та громадянським сектором, особливо в період повномасштабного російського вторгнення. У цей час важливим є не просто формування, а й структуризація громадської думки. Опинившись раптово в скрутних обставинах, українці з перших годин війни отримували інформаційні повідомлення з Інтернету та соціальних мереж, що сьогодні є не лише політичним інструментом, а й однією з мір безпеки всіх мешканців нашої держави.

#### ***Бібліографічний список:***

1. Довгань О. Система інформаційної безпеки України: онтологічні виміри / О.Д. Довгань, Т.Ю. Ткачук // Інформація і право – № 1 (24). – 2018. – с. 89-103.
2. Крутіший, ніж Трамп? Як Зеленський переконував виборців у соцмережах. <https://www.radiosvoboda.org>.

3. Май М. Медіа-політика в інформаційному суспільстві / Манфред Май; [пер. з нім. В. Климченко та В. Олійник]; за ред. В. Іванова. – К.: Академія Української Преси, Центр Вільної Преси, 2017. – 286 с.
4. Онлайн курс «Новинна грамотність». – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://video.detector.media>.
5. Панченко О. А. Засоби масової комунікації як платформа державної інформаційної політики. Державне управління: удосконалення та розвиток: електронне фахове видання. 2020. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua>.
6. Політологія: навчально-методичний посібник (у схемах і таблицях) / за наук. ред. проф. В. С. Бліхара. Львів: ПП «Арал», 2018. – 540 с.
7. Стефанчук У. Інформаційні технології та їхній вплив на формування громадської думки в Україні. <http://dspace.nbuv.gov.ua>.
8. Томпсон М. Редакційні цінності та стандарти BBC. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines>.
9. Чабаненко М. Інтернет-ЗМІ як складова частина системи засобів масової інформації України : монографія. Запоріжжя : ЗНУ, – 2017. – 183 с.
10. Information Technology for the 21st Century. – Електронний ресурс. – Режим доступу: <https://www.researchgate.net>.

### **References:**

1. Chabanenko M. Internet ZMI yak skladova chastyna systemy zasobiv masovoi informatsii Ukrainy : monohrafiia. Zaporizhzhia : ZNU, – 2017. – 183 s.
2. Dovhan O. Systema informatsiinoi bezpeky Ukrainy: ontolohichni vymiry / O.D. Dovhan, T.Yu. Tkachuk // Informatsiia i pravo –No1 (24). – 2018 . – s. 89-103.
3. Information Technology for the 21st Century. Retrieved from: <https://www.researchgate.net>.
4. Krutishyi, nizh Tramp? Yak Zelenskyi perekonuvav vybortsiv u sotsmerezkhakh. Retrieved from: <https://www.radiosvoboda.org>.
5. Mai M. Media-polityka v informatsiinomu suspilstvi / Manfred Mai; [per. z nim. V. Klymchenko ta V. Oliinyk]; za red. V. Ivanova. – K.: Akademiia Ukrainskoi Presy, Tsentr Vilnoi Presy, 2017. – 286 s.
6. Onlain kurs «Novynna hramotnist». Retrieved from: <https://video.detector.media>.
7. Panchenko O.A. Zasoby masovoi komunikatsii yak platforma derzhavnoi informatsiinoi polityky. Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok: elektronne fakhove vydannia. 2020. Retrieved from: <http://www.dy.nayka.com.ua>.
8. Politolohiia: navchalno-metodychnyi posibnyk (u skhemakh i tablytsiakh) / za nauk. red. prof. V. S. Blikhara. Lviv: PP «Aral», 2018. – 540 s.
9. Stefanchuk U. Informatsiini tekhnolohii ta yikhni vplyv na formuvannia hromadskoi dumky v Ukraini. Retrieved from: <http://dspace.nbuv.gov.ua>.
10. Tompson M. Redaktsiini tsinnosti ta standarty BBC. Retrieved from: <https://www.bbc.co.uk/editorialguidelines>.

### ***Matsiopa K. M. Specifics of the use of information technologies in the formation of public opinion in modern Ukraine***

*In the article, the author made an attempt to reveal the specifics of the use of information technologies by modern Ukrainian politicians in the processes of shaping public opinion. It is determined that the rapid development of information technology has opened up completely new ways of forming public opinion and led to the emergence of previously unknown forms of its demonstration through the same technologies. The main ways of influencing public opinion with the help of IT include: expressing public opinion through value judgments, for example, in online surveys; expressing public opinion through social behavior on the Internet; expressing public opinion through value judgments on the Internet; expressing public opinion through various user activities. At the same time, it is emphasized that the use of the spectrum of information technologies to influence public opinion is accompanied by various manipulation techniques used by political journalism and implemented through information resources.*

*It has been established that in Ukraine, the use of information technology in the process of forming public opinion has been developing in recent decades. A real leap in the use of information technology can be observed with the coming to power of Volodymyr Zelenskyy. Volodymyr Zelenskyy's team used unconventional methods in the election campaign, and also relied on the use of social media. The 2019 presidential election in Ukraine brought many innovations to Ukrainian politics, including the possibility of actively involving information technology in the election race. It is noted that for the first time in the history of the media space, there is not only the formation of public opinion by the authorities, but also a sense of feedback from Ukrainian society. The author notes that 2022 was a year of real consolidation due to the creation of a wide network of new information resources based on modern IT.*

*In the first months of the war, social media, in particular, acted as a united front not only to inform but also to unite the Ukrainian nation.*

**Keywords:** *information technologies, public opinion, manipulation, President of Ukraine, Russian-Ukrainian war, social networks, digital resources, Internet.*