

## ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ У ДЕРЖАВНІЙ ПОЛІТИЦІ: ВИКЛИКИ ЧАСУ ТА ВІДПОВІДІ НА НИХ

**Бульбенюк С. С.,**

*доцент кафедри політології*

*Київського університету імені Бориса Грінченка*

*ORCID ID: 0000-0001-9760-7850*

*svisb@ukr.net*

**Манелюк Ю. М.,**

*доцент кафедри політичних технологій*

*Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана*

*ORCID ID: 0000-0002-8186-7604*

У статті розглядаються особливості формування державної політики в царині інформаційного менеджменту під впливом системних викликів останніх років. Окрема увага звертається на роль і місце громадянського суспільства, зокрема його мережевого сегменту, у взаємовідносинах держави та ЗМК на медіаринку. Автори пропонують обґрунтування інформаційного менеджменту й соціального капіталу суспільства як взаємопов'язаних політико-соціальних феноменів. Ефективна популяризація тих чи інших моделей інформаційного менеджменту можлива за умов залучення соціального капіталу до механізмів політичної комунікації. Водночас соціальний капітал як виключно груповий ресурс виступає й об'єктом, і суб'єктом інформаційних потоків, задіяних у процесах політичної комунікації.

Проблема заангажованості ЗМК висвітлюється у двох аспектах. По-перше, через розгляд комунікаційних технік. По-друге, з'ясовано, що в останні роки усталеною стає практика формування якісно інших моделей фінансування ЗМК. У статті аналізуються перспективи диверсифікації джерел фінансування ЗМК за допомогою громадсько-активістських кампаній донатів і краудфандингу, зокрема, в Україні. У вітчизняних соціополітичних реаліях, на думку авторів, варто вести мову радше про спроби запровадження подібної системної практики. І це не дивно, бо поширення практик донатів і краудфандингу ЗМК є одним із індикаторів зрілості громадянського суспільства.

Проте традиційні й сучасні канали взаємодії держави та громадянського суспільства в царині інформаційного менеджменту можуть мати непередбачувані наслідки, наприклад, загрози маніпулятивних впливів різного спрямування.

**Ключові слова:** інформаційний менеджмент, громадянське суспільство, засоби масової комунікації, соціальні мережі, соціальний капітал, медіаринок, державна політика.

---

**Постановка проблеми.** Питання формування комплексної політики інформаційного менеджменту на державному рівні в Україні постало з особливою гостротою у 2014 р. Наприкінці 2014 р. було створено Міністерство інформаційної політики України, яке функціонувало до вересня 2019 р. Нині за інформаційну політику на державному рівні відповідальні насамперед Державний комітет з питань телебачення та радіомовлення й Міністерство культури, молоді та спорту України. Утім зрозуміло, що питання політики інформаційного менеджменту не обмежується аналізом діяльності органів виконавчої влади та відповідної нормативно-правової бази, тому що відносини в інформаційно-комунікаційній царині впродовж двох останніх десятиліть набули якісно іншого змісту. Отже, інформаційний менеджмент у державній політиці сьогодні – це не тільки царина формування світоглядно-ціннісних засад суспільства, функціонування й розвитку засобів масової комунікації (далі – ЗМК) та впливів на громадську думку й масову суспільну свідомість, а й царина, яка за своєю природою

є синтетичною – такою, що поєднує політику органів державної влади та зусилля й потенції громадянського суспільства, новітній медіа ринок та усталені фінансові ринки, традиційні й інноваційні комунікаційні техніки та практики. Тому, на наше переконання, політологічні дослідження, присвячені тематиці розвитку царини інформаційного менеджменту, є не лише актуальними, а й затребуваними в практичній площині.

**Метою статті** є розгляд основних завдань державної політики в царині інформаційного менеджменту, які сформувалися під впливом викликів сучасності. Автори звертають увагу на те, що в політологічних розвідках, присвячених висвітленню проблематики інформаційного менеджменту як важливого складника державної політики, наявний брак аналізу впливів громадянського суспільства, у тому числі мережевого громадянського суспільства, на систему інформаційного менеджменту загалом і на фінансування незалежних ЗМК зокрема. Подібні дослідження є особливо значущими, зважаючи на їх прикладне спрямування, з огляду на одне із завдань представленої статті – пошук точок дотику інформаційного менеджменту та соціального капіталу суспільства й держави як взаємопов'язаних феноменів.

Ті чи інші аспекти інформаційного менеджменту як складника державної політики висвітлювалися в багатьох працях вітчизняних і зарубіжних дослідників останніх років. Серед українських науковців – фахівців у зазначеній царині – варто згадати Т. Бірюкову, О. Зернецьку, П. Жежничу, О. Матвієнко й інших. З огляду на проблематику представленої статті, автори звернулися до праць кількох останніх років таких вітчизняних учених, як О. Андрєєва, М. Єнін і Г. Коржов, В. Крисаченко, Д. Калакура. Окремо слушно відзначити підручник 2018 р. «Масові комунікації» С. Квіта, який пропонує комплексний міждисциплінарний погляд на феномен комунікації в сучасному світі. Оскільки представлена розвідка має теоретико-прикладне спрямування, автори вважали за необхідне використати дані аналітичних доповідей (А. Корбут і Семінару ЄФЖ), а також посилання на актуальні нині проекти донатів і краудфандингу в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Вибір тієї чи іншої моделі інформаційного менеджменту на державному рівні залежить від багатьох факторів, одним із ключових є рівень стабільності політичної й соціальної систем суспільства, адже, як зауважує В. Крисаченко, сутність функціонування певного соціуму безпосередньо залежить від того, яка в ньому утверджується модель стабілізації внутрішнього стану, які вектори подальшого розвитку він (соціум – С. Б., Ю. М.) [1]. Модель стабілізації внутрішнього стану може визначатися, виходячи з різних критеріїв, також вона зумовлюється специфікою інформаційно-комунікаційного середовища. Скажімо, таким критерієм може бути пріоритетний тип політичного режиму: авторитарний, а тим більше тоталітарний, політичні режими основний наголос роблять на стабілізації примусово-директивного характеру й, відповідно, на мобілізації громадян неавтономної природи. Якщо ми розглядаємо особливості стабілізації функціонування соціуму за умов демократії, то за таких умов слушно вести мову про процедурно-інституційне розмаїття подібних моделей, адже сучасна демократія – це насамперед поліархічна система, у якій відсутня єдина чітко визначена вертикаль політичної мобілізації.

Принцип автономної мобілізації в демократичних політичних системах стає «точкою відліку», похідними якої є демократія участі або партисипаторна демократія, самоорганізаційні засади функціонування й розвитку громадянського суспільства, паритетність індивідуальних, групових і спільних інтересів. Саме тому важливим стає соціальний капітал – «включеність індивіда в систему міжособистісних суспільних зв'язків і комунікацій» [1]. Через розгляд соціального капіталу ми можемо проаналізувати соціальні зв'язки особи, ступінь її включеності до соціальних, політичних, економічних культурних процесів і трансформацій на індивідуальному та груповому рівнях.

Ще одним поняттям, яке є необхідним в інструментарії дослідників політичних процесів і явищ у сучасному світі, є поняття «інформаційний менеджмент». Інформаційний менеджмент охоплює «широкий спектр діяльності, пов'язаної з управління інформаційними системами, ресурсами та інформаційним процесом у різних сферах суспільного життя», він спрямований на врегулювання відносин у комунікаційному просторі тієї чи іншої країни шляхом «вироблення законодавчого поля державної інформаційної політики, її реалізації» [2].

Чому варто розглядати соціальний капітал та інформаційний менеджмент як взаємопов'язані політико-соціальні феномени? Відповідей є кілька.

Інформаційний менеджмент як важливий напрям державної політики спрямований, зокрема, на популяризацію й упровадження певних моделей політичної мобілізації всіх громадян і/або представників окремих соціальних і верств суспільства. Водночас соціальний капітал як виключно груповий ресурс виступає й об'єктом, і суб'єктом інформаційних потоків, залучених до процесів політичної комунікації, адже, за визначенням одного з творців теорії соціального капіталу П. Бурдьє, соціальний капітал має подвійну природу. З одного боку, це соціальні відносини, що дають змогу індивідам мати доступ до ресурсів, якими володіють інші індивіди. З іншого боку, соціальний капітал визначають самі ресурси, їх кількість і якість [3].

Популяризація й упровадження певних моделей політичної мобілізації може здійснюватися через різні механізми політичної комунікації – від політичної пропаганди до ідеологічного плюралізму. Важливим етапом політичної комунікації є налагодження каналів комунікації політичного/державного лідера та громадян. Політичний/державний лідер зазвичай є комунікатором, а громадяни – реципієнтами соціально й політично важливої інформації (інформаційних повідомлень). Зважаючи на те, що реакція громадськості на певні інформаційні повідомлення може мати небажане для комунікатора забарвлення, комунікатор має зважати на комунікативні бар'єри політичної комунікації. Комунікативні бар'єри – це не тільки безпосередні перешкоди, які спричиняють дисконікаційні проблеми, а й, за словами Н. Трач, це такі феномени соціокультурного характеру, як «ефект ореолу, інформаційне перевантаження, ефект бумерангу», вплив лідерів думок на аудиторію [4].

Скажімо, дія «ефекту ореолу» в соціальній психології пояснюється особливим психологічним феноменом, коли образ особистості з приписаними їй уявними якостями, створений під впливом специфічної соціальної установки, виконує роль ореолу для цього індивіда та витісняє в очах оточуючих реальні риси його характеру [5]. Як приклад, «ефект ореолу» може виявлятися у створенні соціальної установки, коли успішність індивіда в одній царині діяльності (шоу бізнес, спорт, бізнес) формує переконання потенційних виборців у його неминучій успішності й у політичній діяльності. А. Шварцнеггер, Д. Трамп, В. Кличко, В. Зеленський – ці імена політиків, які мали акторський, спортивний або бізнесовий бекграунд, згадуються найчастіше в контексті розгляду «ефекту ореолу».

Варто зауважити, що в політичній комунікації «ефект ореолу» може використовуватися як для створення уявного позитивного іміджу політичного лідера, так і для створення уявного негативного іміджу. Найчастіше «ефект ореолу» як механізм політичної комунікації та політичну технологію водночас нині використовують політичні лідери двох типів – лідери-популісти й авторитарні лідери-харизматики. За умов утвердження якісно нового політичного квазіактора – лідерів думок у соціальних мережах – застосування «ефекту ореолу» посилюється додатковим інформаційним супроводом і маніпулятивними інформаційними впливами.

Тож питання політичної заангажованості нових медіа – соціальних мереж і лідерів думок – набуває все більшої гостроти. Б. Потятиник називає такі варіанти стосунків комунікаційної техніки та суспільного устрою:

1. Техніка за своєю суттю є нейтральною. Вона однаковою мірою може слугувати різним суспільно-політичним устроєм, навіть діаметрально протилежним.
2. Розвиток комунікаційної техніки створює сприятливіші умови для розвитку демократії та свободи.
3. Техніка неоднорідна. Деякі її різновиди більш «демократичні», аніж інші.
4. Розвиток комунікаційної техніки створює кращі можливості для контролю громадської думки й суспільної свідомості з боку елітних суспільних прошарків і в такий спосіб може сприяти утвердженню тоталітарних суспільних форм [6].

Чому важливо акцентувати увагу на з'ясуванні природи й сутності тієї чи іншої моделі комунікаційної техніки? На наш погляд, передусім тому, що саме вибір застосування тієї чи іншої моделі комунікаційної техніки суттєво впливає на сприйняття та формування оцінки певного інформаційного повідомлення громадськістю, адже інформація у формі інформаційних повідомлень уже давно перетворилася не просто на спосіб і форму донесення до громадськості певних фактів соціального та політичного життя, а й на засіб конструювання громадської думки. Більшість демократичних держав та урядів нині надають перевагу моделі партнерської взаємодії із ЗМК, автократії сучасності традиційно спираються на директивні односпрямовані канали комунікаційної взаємодії.

Зрозуміло, що актуальним залишається питання фінансування ЗМК, адже незаангажованість і незалежність ЗМК багато в чому базуються на фінансовому складникові. Показово, що саме в останнє десятиліття паралельно з розвитком мережевого громадянського суспільства і становленням різноманітних форм первинної громадянської активності й політичної самоорганізації почалося формування якісно інших моделей фінансування ЗМК. Подібні моделі базуються переважно на застосуванні системи донатів незалежних ЗМК та краудфандингу.

Асоційована дослідниця Академії лідерства Єлизавети II Chatham House А. Корбут в аналітичній доповіді «Посилення суспільного інтересу до медіасектору України» зауважує, що медіаринок України нині важко назвати вільним, бо олігархічні впливи (прямі й опосередковані) на нього були та залишаються значними. Утім процеси, ідеї й актори вітчизняного медіаринку особливо після 2014 р. дають підстави стверджувати, що поступово медійне середовище України змінюється [7].

Система донатів незалежним ЗМК та/або й окремим індивідуальним акторам – медіаринку – дає змогу позбутися впливів як олігархічних суб'єктів, так й уникнути державного субсидування. Якщо для західних медіаринків система донатів є доволі звичною й перевіреною часом, то у вітчизняних соціополітичних реаліях, на думку авторів, варто вести мову радше про спроби запровадження

подібної системної практики, адже нестабільність соціально-економічного розвитку не може не впливати до коло потенційних донорів незалежних ЗМК. До того ж автократичні реванші в частині країн світу останніх років і перемоги популістських сил зумовлюють звуження ринку незалежних ЗМК. Так, у звіті *Media Pluralism Monitor* за 2020 р. зазначено про «загальну стагнацію, або погіршення стану в усіх чотирьох основних сферах, охоплених МРМ: базовий захист, плюралізм ринку, політична незалежність і соціальна інклюзивність» [8].

Тож не дивно, що в останній рік діяльність багатьох впливових міжнародних неурядових організацій спрямована на забезпечення спроможності громадянських суспільств у країнах перехідного типу. Не є винятком Україна. На наш погляд, наочним прикладом застосування практик донатів і краудфандингу в Україні є започаткований торік Міжнародним фондом «Відродження» спільно з Європейським Союзом 4-річний проєкт «EU4USociety». В оголошених цілях проєкту «посилення залучення, сталості, спроможності, актуальності й впливу українського громадянського суспільства у вирішенні актуальних внутрішніх, регіональних і глобальних викликів» [9].

Частиною названого проєкту став конкурс «Краудфандинг для медіа» (березень-квітень і серпень-листопад 2021 р.). Організатори конкурсу поставили подвійну мету – «зміцнення зв'язків ЗМІ з їхніми аудиторіями, формування навколо медіа сталих спільнот» (власне ця мета і є заявленою в анонсі конкурсу – С. Б., Ю. М.) та розширення практики фінансування суспільно значущих соціальних ініціатив шляхом залучення коштів громадян [10]. Таким чином, одна з найстаріших і найавторитетніших у новітній політичній історії України неурядових організацій – МФ «Відродження» – спільно з ЄС акцентують увагу громадськості на важливості розширення практик донатів і краудфандингу для незалежних медіа з метою формування відкритого й конкурентного інформаційного середовища.

Варто зазначити, що утвердження як поширених і звичних практик донатів і краудфандингу, у свою чергу, є одним із індикаторів зрілості громадянського суспільства, адже не можна не погодитися з професоркою О. Андрєєвою, яка визначає четвертий, останній, етап (рівень) взаємодії держави та громадянського суспільства, коли між цими двома ключовими акторами вибудовуються відносини вищого рівня – партнерські відносини. Партнерські відносини держави та громадянського суспільства «характеризуються спільною відповідальністю в процесі прийняття життєво важливих рішень для суспільства» [11].

Однак, розглядаючи різні формати практик партнерської взаємодії держави та громадянського суспільства в царині інформаційного менеджменту, слушно підкреслити, що й сучасні, і традиційні канали взаємодії можуть мати непередбачувані наслідки. Скажімо, інтернет-практики взаємодії держави та громадянського суспільства, у тому числі в царині інформаційного менеджменту, несуть загрози маніпулятивних впливів, які позначатимуться на стабільності політичної системи загалом. «Процес інтерпретації політичних явищ в онлайн-просторі може формувати нові ціннісно-сміслові орієнтири, що не завжди збігається з політичними цінностями традиційних медіаканалів трансляції інформації. Це явище може ставати одним із факторів дестабілізації політичної системи», – пишуть вітчизняні соціологи М. Єнін і Г. Коржов, аналізуючи ризики і перспективи розвитку мережевої комунікації [12].

**Висновки.** Бурхливий розвиток ІКТ, який спостерігається впродовж кількох останніх десятиліть, спричинив необхідність переформатування такої специфічної царини державної політики, як інформаційний менеджмент. Інститути громадянського суспільства та його мережевих сегментів нині є важливими складниками системи інформаційного менеджменту, що сприяє налагодженню тіснішої взаємодії держави та громадянського суспільства, з одного боку, і зміцненню потенцій до самоорганізації громадян – з іншого. Проте варто звернути увагу на можливі негативні наслідки поглиблення інтернет-практик подібної взаємодії, висвітлення яких, на наше переконання, має стати предметом подальших дослідницьких розвідок з окресленої тематики.

---

### **Bulbeniuk S., Maneliuk Yu. Information management in government policy: the challenges of time and responses to them**

The article examines the peculiarities of the formation of government policy in the field of information management under the influence of systemic challenges of recent years. Particular attention is paid to the role and place of civil society, in particular its network segment, in the relationship between the state and the media in the media market. The authors propose a rationale for information management and social capital of society as interrelated political and social phenomena. After all, the effective promotion of certain models of information management is possible under the conditions of attracting social capital to the mechanisms of political communication. At the same time, social capital as an exclusively group resource is both an object and a subject of information flows involved in the processes of political communication.



The problem of mass media involvement is covered in two aspects. First, through the consideration of communication techniques. Secondly, it was found that in recent years the practice of forming qualitatively different models of mass media financing has become established. The article analyzes the prospects of diversification of mass media funding sources through public activist campaigns of donors and crowdfunding, in particular in Ukraine. In the domestic socio-political realities, according to the authors, it is worth talking more about attempts to introduce such a systemic practice. And this is not surprising, because the spread of donor and crowdfunding practices of the mass media is one of the indicators of the maturity of civil society.

However, traditional and modern channels of interaction between the government and civil society in the field of information management can have unpredictable consequences, such as the threat of manipulative influences of different directions.

**Key words:** information management, civil society, mass media, social networks, social capital, media market, state policy.

---

### Література:

1. Крисаченко В. Громадянське суспільство в Україні: стратегії та стратегіями функціонування і розвитку. *Українознавство*. 2021. № 1 (78). С. 121–140. С. 124, 131.
2. Калакура Я. Методологічні засади інформаційного менеджменту в умовах окупаційно-гібридної війни Росії проти України. *Актуальні питання українського інформаційного простору*. 2021. № 1 (7). С. 69–84. С. 73.
3. Bourdieu P. «The Forms of Capital», Handbook of theory and research for the sociology of education, edited by John G Richardson. New York : Greenwood Press, 1986. P. 241–258. P. 249.
4. Трач Н.О. Соціально-психологічні та інформаційно-комунікаційні механізми політичного лідерства : автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02. Київ, 2010. 20 с. С. 10.
5. Дрьомін В.М. Ефект «ореолу» в механізмі криміналізації неповнолітніх правопорушників. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2017. № 6. С. 288–291. С. 290.
6. Квіт С. Масові комунікації : підручник. 2-е видання, виправлене і доповнене. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2018. 352 с. С. 244.
7. Korbut A. Strengthening public interest in Ukraine's media sector. URL: <https://www.chathamhouse.org/2021/04/strengthening-public-interest-ukraines-media-sector> (дата звернення: 22.08.2021).
8. Як створити незалежні ЗМІ для протидії політичному втручання? (Семинар ЄФЖ). *Все про безпеку журналістів в Україні*. 2021. 04.29. URL: <http://nsju.org/golovna/yak-stvoryty-nezalezhni-zmi-dlya-protydiyi-politychnomu-vtruchannuu-seminar-yefzh/> (дата звернення: 23.08.2021).
9. «EU4USociety» – спільний 4-річний проєкт Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу. URL: <https://www.irf.ua/eu4usociety-spilnyj-4-richnyj-proyekt-mizhnarodnogo-fondu-vidrodzhennya-ta-yevropejskogo-soyuzu/> (дата звернення: 23.08.2021).
10. Конкурс «Краудфандинг для медіа». URL: <https://www.irf.ua/contest/konkurs-kraudfanding-dlya-media/> (дата звернення: 23.08.2021).
11. Андрєєва О.М. Електронна демократія: взаємовідносини влади і громадянського суспільства. *«Принциповий прагматизм» ЄС – наслідки для Східної та Південно-Східної Європи : політичні, економічні, правові та комунікаційні аспекти* : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. 21–22 травня 2021 р., м. Київ / КНУ імені Т. Шевченка, Інститут міжнародних відносин, Центр досконалості Жана Моне. Київ, 2021. С. 86–88. С. 87.
12. Єнін М.Н., Коржов Г.О. Мережева комунікація : ризики та перспективи (на основі соціологічних опитувань громадської думки в країнах Євросоюзу). *Вісник НТТУ «КПІ». Серія «Політологія. Соціологія. Право»*. 2021. Випуск 1(49). С. 22–29. С. 27.

### References:

1. Krysachenko V. (2021) Hromadianske suspilstvo v Ukraini : strathii ta strathemy funktsionuvannia i rozvytku [Civil Society in Ukraine : Strategies and Strathemies Operation and Development]. *Ukrainoznavstvo*. № 1 (78). Kyiv. S. 121–140 [in Ukrainian].
2. Kalakura Ya. (2021) Metodolohichni zasady informatsiinoho menedzhmentu v umovakh okupatsiinohibrydnoi viiny Rosii proty Ukrainy [Methodological principles of information management in the conditions of occupation-hybrid war of Russia against Ukraine]. *Aktualni pytannia ukraintskoho informatsiinoho prostoru*. № 1 (7). S. 69–84 [in Ukrainian].
3. Bourdieu P. (1986) «The Forms of Capital», Handbook of theory and research for the sociology of education, edited by John G Richardson. New York : Greenwood Press, pp. 241–258.

4. Trach N. (2010) Sitsialno-psyholohichni ta informatsiino-komunikatsiini mekhanizmy politychnoho liderstva [Socio-psychological and information-communication mechanisms of political leadership]. *Extended abstract of PhD's thesis*. Kyiv. 20 s. [in Ukrainian].
5. Driomin V. (2017) Efekt oreolu v mekhanizmi kryminalizatsii nepovnolitnikh pravoporushnykiv [The effect of «halo» in the mechanism of criminalization of juvenile offenders]. *Yupydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal*. № 6. S. 288–291 [in Ukrainian].
6. Kvit S. (2018) Masovi komunikatsii : pidruchnyk [Mass communications]. Kyiv : Vydavnychii Dim «Kyievo-Mohylianska akademiia». 352 s. [in Ukrainian].
7. Korbut A. Strengthening public interest in Ukraine's media sector. Retrieved from <https://www.chathamhouse.org/2021/04/strengthening-public-interest-ukraines-media-sector>.
8. Yak stvoryty nezalezhni ZMI dlia protydii politychnomu vtruchanniu? (Seminar YeFZh) / Vse pro bezpeku zhurnalistiv v Ukraini (2021.04.29) [How to create independent media to counter political interference? (EFJ Seminar) / All about the safety of journalists in Ukraine]. Retrieved from <http://nsju.org/golovna/yak-stvoryty-nezalezhni-zmi-dlya-protydiyi-politychnomu-vtruchannyu-ceminar-yefzh/> [in Ukrainian].
9. «EU4USociety» – spilnyi 4-pichnyi proiekt Mizhnarodnogo fondu «Vidrozhennia» ta Yevropeiskoho Soiuzu [EU4USociety is a joint 4-year project of the International Renaissance Foundation (IRF) and the European Union]. Retrieved from <https://www.irf.ua/eu4usociety-spilnyj-4-richnyj-proyekt-mizhnarodnogo-fondu-vidrozhennya-ta-yevropejskogo-soyuzu/> [in Ukrainian].
10. Konkurs kraudfanding dlia media [Competition «crowdfunding for media»]. Retrieved from <https://www.irf.ua/contest/konkurs-kraudfanding-dlya-media/> [in Ukrainian].
11. Andrieieva O., M. (2021) Elektronna demokratsiia: vzaiemovidnosyny vlady i hromadiankoho suspilstva [E-democracy: the relationship between government and civil society]. *Proceedings of the International Conference «Pryntsupovy prahmatyzm» YeS – naslidky dlia Skhidnoi ta Pivdenno-Skhidnoi Yevropy : politychni, ekonomichni, pravovi ta komunikatsiini aspekty*. Kyiv. S. 86–88 [in Ukrainian].
12. Yenin M. N., Korzhov H., O. (2021) Merezheva komunikatsiia : rysyky ta perspektyvy (na osnovi sotsiolohichnyh opytuvan hromadskoi dumky v krainah Yevrosoyuzu) [Network communication: risks and prospects (based on opinion polls in EU countries)]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu Ukrainy «Kyivskyi politekhnichnyi instytut». Politolohiia. Sotsiolohiia. Pravo: Zb. nauk. prats.* № 1 (49). S. 22–29 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 31.08.2021

Стаття рекомендована до друку 09.09.2021