

УДК 32.019.5:324.4

[https://doi.org/10.52058/3041-1793-2025-10\(15\)-1286-1296](https://doi.org/10.52058/3041-1793-2025-10(15)-1286-1296)

Кипич Інга Валеріївна кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри приватного та публічного права Київського національного університету технологій та дизайну м. Київ, <https://orcid.org/0000-0003-3678-4794>

ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ІМІДЖМЕЙКІНГУ ЯК ФАКТОР ТРАНСФОРМАЦІЇ СУЧАСНИХ ПАРТІЙНИХ СИСТЕМ

Анотація. Стаття присвячена комплексному дослідженню впливу цифрових технологій іміджмейкінгу на трансформаційні процеси в сучасних партійних системах України та світу. Автор здійснює ґрунтовний аналіз основних тенденцій цифровізації політичної комунікації, визначає ключові інструменти створення та просування політичного іміджу в цифровому середовищі, а також досліджує механізми системного впливу цифрових технологій на структурні та функціональні характеристики партійних систем. Особливу увагу приділено аналізу ролі соціальних мереж, штучного інтелекту, технологій Big Data та алгоритмічного таргетування у формуванні політичних преференцій громадян та кардинальній трансформації традиційних форм партійної діяльності. Дослідження розкриває специфіку цифрового іміджмейкінгу як багатовимірного процесу, що включає створення мультимедійного контенту, персоналізацію політичних повідомлень, мікротаргетування аудиторії та аналітику ефективності комунікаційних стратегій.

Проведено аналіз трансформації організаційних структур політичних партій під впливом цифровізації, включаючи децентралізацію управління, нові форми внутрішньопартійної демократії та диверсифікацію джерел фінансування через краудфандингові платформи. Окремо розглянуто виклики та ризики цифровізації політичного простору, зокрема проблеми дезінформації, кібербезпеки, цифрового розриву та етичних аспектів використання персональних даних. На основі аналізу міжнародного досвіду сформульовано рекомендації щодо оптимізації використання цифрових технологій у політичній сфері з дотриманням демократичних принципів та громадянських прав. Сучасна епоха характеризується кардинальними змінами в політичній сфері, що безпосередньо пов'язані з революційним розвитком інформаційно-комунікаційних технологій. Цифрова трансформація суспільства не оминула і політичну сферу, створивши нові можливості та виклики для функціонування партійних систем. Особливого значення в цьому контексті набувають цифрові технології іміджмейкінгу, які кардинально змінюють традиційні підходи до формування та просування політичного іміджу.

Ключові слова: цифрові технології, іміджмейкінг, партійні системи, політична комунікація, соціальні мережі, цифровізація політики.



Kypych Inha Candidate of Law, Associate Professor of the Department of Private and Public Law, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0003-3678-4794>

DIGITAL IMAGEMAKING TECHNOLOGIES AS A FACTOR IN THE TRANSFORMATION OF CONTEMPORARY PARTY SYSTEMS

Abstract. This article is devoted to a comprehensive study of the impact of digital imagemaking technologies on transformational processes in contemporary party systems of Ukraine and the world. The author conducts a thorough analysis of the main trends in digitization of political communication, identifies key tools for creating and promoting political image in the digital environment, and examines mechanisms of systemic influence of digital technologies on structural and functional characteristics of party systems. Particular attention is paid to analyzing the role of social networks, artificial intelligence, Big Data technologies, and algorithmic targeting in shaping citizens' political preferences and the cardinal transformation of traditional forms of party activity. The research reveals the specifics of digital imagemaking as a multidimensional process that includes creating multimedia content, personalizing political messages, micro-targeting audiences, and analyzing the effectiveness of communication strategies.

An analysis of the transformation of organizational structures of political parties under the influence of digitization has been conducted, including decentralization of management, new forms of intra-party democracy, and diversification of funding sources through crowdfunding platforms. Challenges and risks of digitization of the political space are considered separately, particularly problems of disinformation, cybersecurity, digital divide, and ethical aspects of using personal data. Based on analysis of international experience, recommendations have been formulated for optimizing the use of digital technologies in the political sphere while adhering to democratic principles and civil rights. The modern era is characterized by cardinal changes in the political sphere, directly related to the revolutionary development of information and communication technologies. Digital transformation of society has not bypassed the political sphere, creating new opportunities and challenges for the functioning of party systems. Digital imagemaking technologies acquire particular significance in this context, fundamentally changing traditional approaches to forming and promoting political image.

Keywords: digital technologies, imagemaking, party systems, political communication, social networks, digitization of politics.

Актуальність дослідження цифрових технологій іміджмейкінгу як фактора трансформації партійних систем зумовлена кількома ключовими обставинами. По-перше, стрімке поширення цифрових платформ та соціальних мереж

створило нові канали політичної комунікації, що дозволяють партіям безпосередньо взаємодіяти з виборцями, оминаючи традиційні медіа. По-друге, розвиток технологій штучного інтелекту та аналізу великих даних надав політичним акторам принципово нові можливості для таргетування повідомлень та персоналізації політичної комунікації. По-третє, цифровізація політичного простору змінила саму природу партійної конкуренції, створивши нові форми політичного впливу та мобілізації громадської підтримки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз останніх досліджень та публікацій свідчить про зростаючий інтерес наукової спільноти до проблематики цифровізації політичних процесів. Значний внесок у розробку теоретико-методологічних основ цифрового політичного іміджмейкінгу зробили українські дослідники. Зокрема, Горбатенко В.П. та Кормич Л.І. у своїй фундаментальній праці здійснили комплексний аналіз трансформації політичних партій під впливом цифрових технологій, виокрепивши основні етапи та закономірності цього процесу. Дослідники особливу увагу приділили аналізу змін у внутрішньопартійній структурі та механізмах прийняття рішень. Дрешпак В.М. та Липчук Н.В. зосередили увагу на ролі соціальних мереж як інструменту політичної мобілізації, особливо в умовах гібридних загроз. Їхнє дослідження розкриває специфіку використання цифрових платформ для формування громадської думки та координації політичних дій.

Автори обґрунтовують тезу про кардинальну зміну природи політичної комунікації в цифрову епоху. Кіянка І.Б. розробила концептуальні засади цифрового іміджмейкінгу політичних лідерів, проаналізувавши сучасні стратегії та технології впливу на громадську думку. Дослідниця виокремила ключові інструменти персоналізації політичного образу в цифровому середовищі та обґрунтувала їхню ефективність для різних цільових аудиторій. Остапеч Ю.О. та Токар П.В. здійснили порівняльний аналіз трансформації партійних систем країн Центрально-Східної Європи під впливом цифровізації. Їхнє дослідження демонструє як спільні тенденції, так і національну специфіку адаптації політичних партій до цифрової реальності. Шведа Ю.Р. зосередив увагу на аналізі можливостей та загроз використання Big Data та штучного інтелекту в політичній аналітиці. Дослідник обґрунтував необхідність розробки етичних стандартів використання цифрових технологій у політичній сфері та запропонував систему заходів щодо мінімізації ризиків для демократичних процесів.

Метою статті є комплексний аналіз ролі цифрових технологій іміджмейкінгу у процесах трансформації сучасних партійних систем. Для досягнення поставленої мети визначено наступні завдання: проаналізувати сутність та особливості цифрових технологій іміджмейкінгу в політичній сфері; дослідити основні напрями впливу цифровізації на структуру та функціонування партійних систем; визначити ключові тенденції трансформації партійних систем під впливом цифрових технологій іміджмейкінгу; оцінити перспективи подальшого розвитку цифрових технологій у політичній сфері.



Виклад основного матеріалу. Цифровий іміджмейкінг у політичній сфері являє собою комплекс стратегічних комунікаційних заходів, спрямованих на формування та просування бажаного образу політичної партії, лідера чи ідеології з використанням цифрових технологій та платформ. На відміну від традиційного іміджмейкінгу, цифровий підхід характеризується інтерактивністю, персоналізацією, таргетуванням та можливістю реального часу моніторингу ефективності комунікаційних заходів. Основними характеристиками цифрового іміджмейкінгу є багатоканальність комунікації, що передбачає одночасне використання різних цифрових платформ для максимального охоплення цільової аудиторії. Важливою особливістю є також інтерактивність, яка дозволяє створити двосторонній комунікаційний процес між політичними акторами та громадянами. Персоналізація повідомлень на основі даних про користувачів створює можливості для більш ефективного впливу на політичні преференції.

Технологічну основу сучасного цифрового іміджмейкінгу складають платформи соціальних мереж, системи управління контентом, інструменти аналітики та моніторингу, технології штучного інтелекту для автоматизації процесів, а також системи управління взаємовідносинами з клієнтами, адаптовані для політичної сфери. Особливе значення мають алгоритми машинного навчання, які дозволяють аналізувати величезні масиви даних про політичні уподобання та поведінку громадян. Цифрові технології кардинально змінили способи створення та розповсюдження політичного контенту. Якщо раніше партії були обмежені форматами традиційних медіа, то тепер вони можуть створювати різноманітний мультимедійний контент, адаптований до специфіки різних цифрових платформ. Відеоконтент, інфографіка, інтерактивні елементи, віртуальні та доповнені реальності стали невід'ємними інструментами політичної комунікації.

Цифрова революція спричинила фундаментальні зміни в структурі та функціонуванні партійних систем. Традиційні ієрархічні структури партійної організації поступово трансформуються в мережеві утворення, що забезпечує більшу гнучкість та швидкість реагування на зміни в політичному середовищі. Цифрові технології дозволили створити нові форми внутрішньопартійної демократії, включаючи онлайн-голосування, цифрові консультації з членами партії та електронні платформи для обговорення програмних документів. Суттєвих змін зазнали механізми рекрутування та мобілізації партійних активістів. Соціальні мережі стали потужним інструментом залучення нових членів, особливо серед молодого покоління. Цифрові платформи дозволяють партіям організовувати децентралізовані кампанії, де активісти на місцях отримують необхідні інструменти та матеріали для самостійної роботи з виборцями в своїх регіонах.

Кардинальних змін зазнала система фінансування партійної діяльності. Краудфандингові платформи дозволили диверсифікувати джерела фінансу-

вання, зменшивши залежність від великих донорів. Цифрові технології забезпечили можливість залучення невеликих пожертвувань від широкого кола прихильників, що особливо важливо для нових політичних сил, які не мають доступу до традиційних джерел фінансування. Важливою тенденцією є персоналізація політики, коли в центрі уваги опиняються не стільки партійні програми, скільки особистості лідерів.[1] Цифрові технології сприяють цій тенденції, надаючи можливості для створення яскравих персональних брендів політичних лідерів. Соціальні мережі дозволяють політикам безпосередньо спілкуватися з громадянами, демонструючи свою "людську" сторону та створюючи ілюзію близькості.

Сучасний арсенал цифрових інструментів іміджмейкінгу включає широкий спектр технологій та платформ. Соціальні мережі залишаються основним каналом політичної комунікації, при цьому кожна платформа вимагає специфічного підходу до створення контенту. Facebook та Instagram орієнтовані на візуальний контент та довгострокові кампанії, Twitter дозволяє швидко реагувати на поточні події, TikTok надає можливості для креативного контенту, спрямованого на молоду аудиторію, а LinkedIn використовується для професійної політичної комунікації. Важливим інструментом є системи управління контентом, які дозволяють централізовано планувати, створювати та розповсюджувати контент через різні канали. Ці системи забезпечують координацію повідомлень та підтримання єдиної стилістики комунікації. Автоматизація публікацій дозволяє оптимізувати час виходу контенту для максимального охоплення аудиторії. Аналітичні інструменти надають можливість відстежувати ефективність комунікаційних заходів в режимі реального часу.[2, с.48] Метрики залученості, охоплення, конверсії дозволяють оперативно коригувати стратегії та тактики іміджмейкінгу. Сентимент-аналіз допомагає оцінити емоційну реакцію аудиторії на політичні повідомлення та виявити потенційні репутаційні ризики. Технології штучного інтелекту знаходять все ширше застосування в політичному іміджмейкінгу. Чатботи забезпечують автоматизоване спілкування з громадянами, відповідаючи на типові запитання та надаючи базову інформацію про партію. Алгоритми машинного навчання аналізують поведінку користувачів для оптимізації таргетування реклами та персоналізації контенту. Особливе значення мають технології створення та редагування мультимедійного контенту. Професійні інструменти для відеомонтажу, графічного дизайну, анімації стали доступними широкому колу користувачів, що дозволило партіям створювати якісний візуальний контент без залучення спеціалізованих агентств.

Цифрові технології іміджмейкінгу справляють значний вплив на формування електоральної поведінки та громадської думки. Алгоритми соціальних мереж створюють "пухирі фільтрів", коли користувачі отримують інформацію, що підтверджує їхні існуючі переконання, що може призводити



до поляризації політичних поглядів. Водночас цифрові платформи надають можливості для більш нюансованого впливу на громадську думку через мікротаргетування повідомлень. Важливим аспектом є зміна способів споживання політичної інформації.[3, с. 79] Громадяни все частіше отримують політичні новини через соціальні мережі, а не через традиційні медіа. Це створює нові можливості для партій безпосередньо формувати порядок денний та контролювати наратив. Водночас виникають ризики поширення дезінформації та маніпулятивних практик.

Цифрові технології змінили темпоритм політичної комунікації. Якщо раніше політичні кампанії мали чіткі часові межі, то тепер партії ведуть постійну комунікацію з громадянами. Це вимагає нових підходів до планування та ресурсного забезпечення комунікаційної діяльності. Персоналізація політичних повідомлень на основі даних про користувачів створює можливості для більш ефективного впливу, але водночас породжує етичні питання щодо приватності та маніпулятивних практик. Використання психографічних профілів для таргетування політичної реклами викликає дискусії про межі допустимого в демократичному суспільстві. Цифровізація політичного простору, попри численні переваги, створює низку серйозних викликів та ризиків. Одним з найбільших викликів є проблема дезінформації та фейкових новин. Швидкість поширення інформації в цифрових мережах перевищує можливості її верифікації, що створює сприятливе середовище для маніпуляцій громадською думкою. Кібербезпека стала критично важливим аспектом політичної діяльності. Хакерські атаки на партійні системи, витік конфіденційної інформації, втручання в електронні системи голосування створюють нові вразливості демократичних процесів. Партії вимушені інвестувати значні ресурси в захист своїх цифрових активів.

Цифровий розрив між різними соціальними групами може призводити до нерівності в доступі до політичної участі. Старше покоління, малозабезпечені верстви населення можуть виявитися виключеними з цифрових форм політичної комунікації, що ставить під питання принцип рівності в демократичному процесі. Концентрація влади в руках великих технологічних компаній створює нові форми залежності політичних акторів. Алгоритми соціальних мереж визначають, який контент буде побачений аудиторією, що надає платформам значний вплив на політичні процеси.[3, с. 80] Модерація контенту та блокування акаунтів можуть сприйматися як втручання в політичну конкуренцію.

Аналіз міжнародного досвіду показує різноманітні підходи до використання цифрових технологій іміджмейкінгу. Американська модель характеризується високим рівнем професіоналізації та значними інвестиціями в цифрові технології. Використання Big Data та мікротаргетування досягло тут найвищого рівня розвитку. Європейська модель відзначається більшою увагою до питань приватності та регулювання використання персональних

даних. Загальний регламент захисту даних встановив жорсткі обмеження на використання персональної інформації для політичної реклами, що змусило партії адаптувати свої стратегії. Скандинавські країни демонструють успішний досвід інтеграції цифрових технологій з високими стандартами демократичного врядування. Прозорість фінансування політичних кампаній, відкритість даних про політичну рекламу стали важливими принципами цифровізації політичного простору. Азіатські країни показують інноваційні підходи до використання мобільних технологій та месенджерів для політичної комунікації. Високий рівень проникнення смартфонів створив нові можливості для мобілізації громадської підтримки.

Україна теж має свій досвід цифровізації іміджу, проте зміни почались у 2022 році. Введення воєнного стану в Україні 24 лютого 2022 року кардинально змінило умови функціонування політичної системи та створило унікальний контекст для розвитку цифрових технологій іміджмейкінгу. Воєнний час став каталізатором трансформації традиційних підходів до формування та просування політичного іміджу, породивши нові форми, методи та стратегії цифрової політичної комунікації. Специфіка цифрового іміджмейкінгу в умовах воєнного стану характеризується не лише адаптацією існуючих технологій до екстремальних обставин, але й виникненням принципово нових підходів до політичної комунікації, які відображають потреби національної безпеки, мобілізації суспільства та збереження демократичних цінностей в умовах збройної агресії.

Одним з найбільш значущих аспектів трансформації цифрового іміджмейкінгу в Україні стала кардинальна зміна комунікаційних пріоритетів політичних акторів. Якщо до початку повномасштабної війни цифровий іміджмейкінг зосереджувався переважно на електоральній конкуренції та просуванні партійних програм, то в умовах воєнного стану він трансформувався в інструмент національної єдності, мобілізації внутрішніх ресурсів та міжнародної підтримки. Цифрові платформи стали критично важливими каналами не лише для внутрішньої політичної комунікації, але й для формування міжнародного іміджу України як країни, що захищає європейські цінності та демократичні принципи. Ця трансформація відобразилася в зміні контентної стратегії, коли традиційні політичні меседжі поступилися місцем патріотичному контенту, інформації про військові дії, гуманітарну підтримку та міжнародну солідарність.

Технологічні аспекти цифрового іміджмейкінгу в умовах воєнного стану набули особливої специфіки, пов'язаної з необхідністю забезпечення безпеки комунікацій та протидії інформаційним загрозам. Кібербезпека стала невід'ємною складовою будь-якої цифрової іміджмейкерської стратегії, оскільки політичні актори зіткнулися з постійними загрозами хакерських атак, DDoS-атак та спроб дискредитації через підроблений контент. Це призвело до необхідності впровадження додаткових рівнів захисту цифрових активів,



використання шифрованих каналів комунікації та розробки стратегій швидкого реагування на інформаційні атаки. Водночас технологічні рішення були адаптовані до умов можливих перебоїв з електропостачанням та інтернет-з'єднанням, що потребувало створення резервних систем та альтернативних каналів розповсюдження контенту.[4, с 115]

Соціальні мережі в умовах воєнного стану перетворилися не лише на платформи для політичної комунікації, але й на життєво важливі інструменти координації гуманітарної допомоги, евакуації цивільного населення та оперативного інформування про безпекову ситуацію. Цифровий іміджмейкінг українських політичних лідерів інтегрувався з більш широкими завданнями інформаційної підтримки оборонних зусиль країни. Telegram, зокрема, став основною платформою для офіційних повідомлень влади, що зумовило необхідність адаптації іміджмейкерських стратегій до специфіки цієї платформи. Особливістю стало поєднання офіційної інформації з емоційно забарвленим контентом, спрямованим на підтримання морального духу населення та демонстрацію стійкості української державності.

Персоналізація політичного іміджу в умовах воєнного стану набула нових вимірів, коли традиційні електоральні образи політичних лідерів трансформувалися в образи воєнного часу. Президент Володимир Зеленський став яскравим прикладом того, як цифровий іміджмейкінг може адаптуватися до екстремальних обставин, створивши образ лідера-захисника, який залишається разом зі своїм народом навіть в найскладніші моменти. Цифрові технології дозволили транслювати цей образ не лише всередині країни, але й на міжнародну аудиторію, використовуючи відеозвернення, онлайн-виступи в парламентах різних країн та соціальні мережі для формування міжнародної підтримки України. Автентичність та емоційна відкритість стали ключовими елементами іміджевих стратегій, замінивши традиційну політичну риторику більш прямою та щирою комунікацією. Контентна стратегія цифрового іміджмейкінгу в умовах воєнного стану характеризується високою динамічністю та адаптивністю до швидкозмінної ситуації на фронті та в суспільстві. Якщо в мирний час політичні актори могли дозволити собі довгострокове планування контенту, то воєнні умови вимагають миттєвого реагування на події та здатності трансформувати драматичні обставини в елементи позитивного іміджу. Документування злочинів агресора, демонстрація стійкості українського народу, висвітлення міжнародної підтримки стали невід'ємними елементами іміджмейкерських кампаній. Водночас виникла необхідність балансувати між реалістичним відображенням ситуації та підтриманням оптимізму і впевненості в перемозі.

Міжнародний вимір цифрового іміджмейкінгу набув критично важливого значення, оскільки інформаційна боротьба за міжнародну підтримку стала невід'ємною складовою загальних оборонних зусиль. Цифрові технології дозволили українським політичним лідерам безпосередньо звертатися до

міжнародної аудиторії, оминаючи традиційні дипломатичні канали та медіа-посередників. Використання англомовного контенту, адаптація повідомлень до культурних особливостей різних країн, залучення міжнародних впливових осіб та лідерів думок стали стандартними практиками. Особливого значення набуло створення візуального контенту, здатного долати мовні бар'єри та створювати емоційний зв'язок з міжнародною аудиторією.

Роль цифрового іміджмейкінгу у внутрішній консолідації суспільства проявилася через створення контенту, спрямованого на підтримання національної єдності та мобілізацію громадянського суспільства. Цифрові платформи стали інструментом не лише політичної комунікації, але й соціальної мобілізації, координації волонтерських ініціатив та підтримки внутрішньо переміщених осіб. [5, с.212] Іміджмейкерські стратегії інтегрувалися з більш широкими завданнями забезпечення соціальної згуртованості та психологічної стійкості населення. Це призвело до виникнення нових форм контенту, що поєднує політичні меседжі з практичною інформацією, емоційною підтримкою та закликами до конкретних дій.

Етичні аспекти цифрового іміджмейкінгу в умовах воєнного стану набули особливої гостроти через необхідність балансувати між ефективністю комунікації та дотриманням журналістських стандартів. Виникли складні дилеми щодо використання трагічних подій для іміджевих цілей, меж допустимого в емоційному впливі на аудиторію та відповідальності за достовірність інформації в умовах інформаційної війни. Цифровий іміджмейкінг був змушений адаптуватися до нових етичних стандартів, які враховують специфіку воєнного часу, але водночас зберігають приверженість демократичним цінностям та правам людини.

Технологічні інновації в цифровому іміджмейкінгу воєнного часу включають розвиток систем верифікації контенту, створення стійких до кібератак платформ комунікації та використання штучного інтелекту для автоматизації процесів створення та розповсюдження контенту. Особливого значення набули технології, що дозволяють швидко адаптувати контент для різних платформ та аудиторій, забезпечуючи максимальну ефективність комунікаційних зусиль в умовах обмежених ресурсів. Водночас розвивалися засоби протидії дезінформації та пропаганді, включаючи автоматичне виявлення фейкових новин та координацію зусиль з міжнародними фактчекінговими організаціями. Вплив воєнного стану на електоральні процеси створив нові виклики для цифрового іміджмейкінгу, оскільки традиційні форми політичної конкуренції були призупинені, а політичні партії були змушені переорієнтувати свої комунікаційні стратегії на підтримку оборонних зусиль та національної єдності. Це призвело до тимчасової трансформації партійної конкуренції в координацію загальнонаціональних зусиль, що потребувало нових підходів до політичної ідентичності та позиціонування. Цифровий іміджмейкінг став інструментом демонстрації



патріотизму та відданості національним інтересам, а не засобом міжпартійної боротьби.

Перспективи розвитку цифрового іміджмейкінгу в Україні в умовах воєнного стану визначаються необхідністю підготовки до поствоєнного періоду, коли накопичений досвід кризової комунікації має бути адаптований до нових реалій мирного часу. Технологічні рішення, розроблені для воєнних умов, можуть стати основою для більш стійкої та ефективної системи політичної комунікації майбутнього. Досвід міжнародної комунікації та координації з глобальними партнерами створює передумови для інтеграції української політичної системи в європейські та атлантичні структури. Специфіка цифрового іміджмейкінгу в Україні під час дії воєнного стану демонструє унікальний приклад адаптації політичних комунікаційних технологій до екстремальних обставин. Воєнний час став каталізатором інновацій у сфері цифрової політичної комунікації, створивши нові форми, методи та стратегії, що поєднують ефективність сучасних технологій з вимогами національної безпеки та демократичними цінностями. Цей досвід має важливе значення не лише для України, але й для розуміння майбутнього політичної комунікації в умовах глобальних викликів та нестабільності. [5, с.206]

Подальший розвиток цифрових технологій іміджмейкінгу буде визначатися кількома ключовими трендами. Штучний інтелект стане ще більш інтегрованим у політичні процеси, дозволяючи створювати персоналізований контент у реальному часі та прогнозувати електоральну поведінку з високою точністю. Технології віртуальної та доповненої реальності відкривають нові можливості для створення іммерсивного політичного контенту. Віртуальні мітинги, інтерактивні програми партій, симуляції політичних рішень можуть стати звичайними інструментами політичної комунікації. Блокчейн-технології можуть революціонізувати системи голосування та забезпечити прозорість фінансування політичних кампаній. Децентралізовані платформи можуть зменшити залежність від великих технологічних корпорацій. Розвиток інтернету речей створить нові джерела даних про громадян, що потребуватиме переосмислення підходів до приватності та етики використання інформації в політичних цілях.

Цифрові технології іміджмейкінгу стали потужним фактором трансформації сучасних партійних систем, кардинально змінивши способи політичної комунікації, організації партійної діяльності та взаємодії з громадянами. Основними напрямками цієї трансформації є децентралізація партійних структур, персоналізація політики, диверсифікація джерел фінансування та створення нових форм політичної участі. Цифровізація політичного простору надала партіям принципово нові можливості для таргетування повідомлень, аналізу громадської думки та мобілізації підтримки. Водночас виникли серйозні виклики, пов'язані з дезінформацією, кібербезпекою, цифровим розривом та концентрацією влади у великих технологічних компаній.

Успішна адаптація до цифрової епохи вимагає від партійних систем не лише технологічної модернізації, але й переосмислення базових принципів демократичного врядування. Необхідно знайти баланс між ефективністю цифрових технологій та збереженням демократичних цінностей, включаючи прозорість, підзвітність та рівність політичної участі. Подальший розвиток цифрових технологій іміджмейкінгу буде визначатися здатністю політичних систем адаптуватися до технологічних інновацій, зберігаючи при цьому основоположні принципи демократії. Важливим завданням є створення регулятивних рамок, які б дозволили максимізувати переваги цифровізації, мінімізуючи при цьому її негативні наслідки для демократичних процесів.

Література:

1. Горбатенко В. П., Кормич Л. І. Цифрова трансформація політичних партій: виклики та можливості сучасного демократичного процесу. Київ: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень імені І. Ф. Кураса НАН України, 2024. 287 с.
2. Дрешпак В. М., Липчук Н. В. Соціальні мережі як інструмент політичної мобілізації в умовах гібридної війни. Політичне життя. 2023. № 3. С. 45-52.
3. Кіянка І. Б. Іміджмейкінг політичних лідерів у цифрову епоху: стратегії та технології впливу на громадську думку. Українська національна ідея: реалії та перспективи розвитку. 2024. Вип. 36. С. 78-85.
4. Остапеч Ю. О., Токар П. В. Трансформація партійних систем під впливом цифровізації: досвід країн Центрально-Східної Європи. Поліс. Політичні дослідження. 2023. № 4. С. 112-125.
5. Шведа Ю. Р. Big Data та штучний інтелект у політичній аналітиці: можливості та загрози для демократичних процесів. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень імені І.Ф. Кураса НАН України. 2024. Вип. 2 (130). С. 203-218.

References:

1. Horbatenko, V. P., & Kormych, L. I. (2024). *Tsyfrova transformatsiia politychnykh partii: vyklyky ta mozhlyvosti suchasnoho demokratychnoho protsesu* [Digital transformation of political parties: Challenges and opportunities of the contemporary democratic process]. Instytut politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen imeni I. F. Kurasa NAN Ukrainy.
2. Dreshpak, V. M., & Lypchuk, N. V. (2023). *Sotsialni merezhi yak instrument politychnoi mobilizatsii v umovakh hibrydnoi viiny* [Social networks as a tool of political mobilization under hybrid warfare conditions]. *Politychne zhyttia*, 3, 45-52.
3. Kiianka, I. B. (2024). *Imidzhmeikuih politychnykh lideriv u tsyfrovu epokhu: stratehii ta tekhnolohii vplyvu na hromadsku dumku* [Imagemaking of political leaders in the digital era: Strategies and technologies for influencing public opinion]. *Ukrainska natsionalna ideia: realii ta perspektyvy rozvytku*, 36, 78-85.
4. Ostapets, Yu. O., & Tokar, P. V. (2023). *Transformatsiia partiinykh system pid vplyvom tsyfrovizatsii: dosvid krain Tsentralno-Skhidnoi Yevropy* [Transformation of party systems under the influence of digitization: Experience of Central and Eastern European countries]. *Polis. Politychni doslidzhennia*, 4, 112-125.
5. Shveda, Yu. R. (2024). *Big Data ta shtuchnyi intelekt u politychnii analitytsi: mozhlyvosti ta zahrozy dlia demokratychnykh protsesiv* [Big Data and artificial intelligence in political analytics: Opportunities and threats for democratic processes]. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen imeni I.F. Kurasa NAN Ukrainy*, 2(130), 203-218.