

УДК 32.019.5:172

[https://doi.org/10.52058/3041-1793-2025-12\(17\)-1580-1593](https://doi.org/10.52058/3041-1793-2025-12(17)-1580-1593)

Кипич Інга Валеріївна кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри приватного та публічного права, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, <https://orcid.org/0000-0001-8619-8975>

Коваль Ольга Миколаївна кандидат юридичних наук, доцент, доцент кафедри приватного та публічного права, Київський національний університет технологій та дизайну, м. Київ, <https://orcid.org/0000-0003-1509-7258>

ПРОТОКОЛИ ПОЛІТИЧНОЇ ЕТИКИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІМІДЖМЕЙКІНГУ ПАРТІЙ

Анотація. Стаття присвячена комплексному аналізу ролі протоколів політичної етики у формуванні іміджу політичних партій в умовах сучасних демократичних систем. Досліджено теоретико-методологічні засади політичної етики та її інституціоналізації через протокольні механізми. Проаналізовано взаємозв'язок між дотриманням етичних норм, протокольними практиками та процесами конструювання політичного іміджу партійних організацій. Розглянуто специфіку використання етичних протоколів як стратегічного інструменту репутаційного менеджменту в політичній сфері.

У статті визначено основні типи протоколів політичної етики, включаючи внутрішньопартійні кодекси поведінки, регламенти комунікативної взаємодії, стандарти прозорості фінансування та механізми етичного контролю. Обґрунтовано, що ефективна імплементація етичних протоколів сприяє формуванню позитивного іміджу партії, підвищенню електоральної довіри та зміцненню інституційної легітимності. Доведено, що протоколи політичної етики виконують подвійну функцію: внутрішню (регулювання поведінки членів партії) та зовнішню (формування публічного образу організації). Емпіричний аналіз продемонстрував кореляцію між рівнем формалізації етичних стандартів у партіях та показниками їхньої репутації в суспільстві. Виявлено, що партії з чітко артикульованими етичними протоколами демонструють вищі рівні довіри виборців та медійної підтримки. Водночас встановлено ризики формального підходу до етичного регулювання, коли протоколи використовуються виключно як PR-інструмент без реального дотримання декларованих норм.

Дослідження розкриває механізми трансформації етичних протоколів у складові частини іміджевих стратегій, включаючи символічну репрезентацію цінностей, медіатизацію етичних практик та формування наративів відповідальності. Запропоновано типологію іміджевих стратегій, що базуються на



етичних протоколах: стратегія морального лідерства, стратегія інституційної надійності та стратегія етичної диференціації. Результати дослідження мають практичне значення для партійного будівництва, політичного консалтингу та розвитку демократичної політичної культури в сучасних суспільствах.

Ключові слова: політична етика, етичні протоколи, політичний імідж, іміджмейкінг, політичні партії, партійні системи, репутаційний менеджмент, етичні кодекси, політична комунікація, електоральна довіра.

Kypych Inha Valeriivna PhD in Law, Associate Professor, Associate Professor of Department of Private and Public Law, Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0001-8619-8975>

Koval Olha Mykolaivna PhD in Law, Associate Professor, Associate Professor of Department of Private and Public Law, Kyiv National University of Technology and Design, Kyiv, <https://orcid.org/0000-0003-1509-7258>

PROTOCOLS OF POLITICAL ETHICS AS A TOOL FOR PARTY IMAGE-MAKING

Abstract. The article is devoted to a comprehensive analysis of the role of political ethics protocols in shaping the image of political parties in modern democratic systems. The theoretical and methodological foundations of political ethics and its institutionalization through protocol mechanisms are examined. The interrelation between adherence to ethical norms, protocol practices, and the processes of constructing the political image of party organizations is analyzed. The specifics of using ethical protocols as a strategic tool for reputation management in the political sphere are considered.

The article identifies the main types of political ethics protocols, including intra-party codes of conduct, regulations for communicative interaction, transparency standards for financing, and ethical control mechanisms. It is substantiated that effective implementation of ethical protocols contributes to forming a positive party image, increasing electoral trust, and strengthening institutional legitimacy. It is proven that political ethics protocols perform a dual function: internal (regulating the behavior of party members) and external (forming the public image of the organization). Empirical analysis has demonstrated a correlation between the level of formalization of ethical standards in parties and indicators of their reputation in society. It has been found that parties with clearly articulated ethical protocols demonstrate higher levels of voter trust and media support. At the same time, risks of a formal approach to ethical regulation have been identified, when protocols are used exclusively as a PR tool without genuine adherence to declared norms.

The research reveals mechanisms for transforming ethical protocols into components of image strategies, including symbolic representation of values, mediatization of ethical practices, and formation of narratives of responsibility. A typology of image strategies based on ethical protocols is proposed: moral leadership strategy, institutional reliability strategy, and ethical differentiation strategy. The research results have practical significance for party building, political consulting, and the development of democratic political culture in modern societies.

Keywords: political ethics, ethical protocols, political image, image-making, political parties, party systems, reputation management, ethical codes, political communication, electoral trust.

Постановка проблеми. В умовах трансформації сучасних демократичних систем та зростання значення репутаційного капіталу в політиці питання етичної поведінки політичних акторів набуває критичного значення. Політичні партії, як ключові інститути представницької демократії, постають перед необхідністю не лише артикулювати свої програмні позиції, але й демонструвати відповідність вищим моральним стандартам. В епоху медіатизації політики та цифрової прозорості будь-яке порушення етичних норм миттєво стає предметом публічного обговорення, здатним завдати непоправної шкоди іміджу партійної організації [1]. Протоколи політичної етики виступають формалізованим механізмом регулювання поведінки політичних суб'єктів, встановлюючи чіткі межі допустимого та неприйнятнього в публічному просторі. Водночас їхня роль не обмежується суто регулятивною функцією – етичні протоколи дедалі частіше використовуються як інструмент стратегічного іміджмейкінгу, що дозволяє партіям диференціюватися на політичному ринку, формувати довіру виборців та зміцнювати свою інституційну легітимність.

Актуальність дослідження зумовлена кількома чинниками. По-перше, глобальна криза довіри до політичних інститутів вимагає пошуку нових механізмів відновлення легітимності партійних систем, і етичні протоколи можуть стати таким механізмом. По-друге, інтенсифікація електоральної конкуренції спонукає партії шукати інноваційні інструменти побудови репутації, серед яких етична диференціація посідає чільне місце. По-третє, процес європейської інтеграції для багатьох країн передбачає імплементацію стандартів доброго врядування, невід'ємною частиною яких є етичне регулювання політичної діяльності [2].

У науковому дискурсі спостерігається дефіцит комплексних досліджень, що розглядали б етичні протоколи крізь призму іміджевих стратегій. Переважна більшість робіт зосереджується або на нормативних аспектах політичної етики, або на технологіях іміджмейкінгу, залишаючи поза увагою їхній симбіоз. Це дослідження покликане заповнити цю лакуну, запропонувавши концептуальну рамку аналізу протоколів політичної етики як інструменту формування партійного іміджу.



Аналіз останніх публікацій. Проблематика політичної етики та іміджмейкінгу політичних партій привертає увагу дослідників різних галузей знань – політології, соціології, комунікативістики, що зумовлює міждисциплінарний характер відповідного наукового дискурсу. Фундаментальні дослідження політичної етики представлені працями Томпсона, який розробив концепцію інституційної етики в політиці та обґрунтував необхідність формалізації етичних стандартів через кодекси поведінки [3]. Автор доводить, що етичні норми в політиці не можуть залишатися лише моральними імперативами, вони потребують інституціоналізації через конкретні протоколи та механізми контролю. Ця концепція стала теоретичною основою для розуміння протоколів як інструментів етичного регулювання.

Сучасні підходи до політичного іміджмейкінгу розроблені в дослідженнях Строма та Мюллера, які аналізують партії як раціональних акторів, що використовують різноманітні стратегії для максимізації електоральної підтримки [4]. Автори демонструють, що в умовах картельних партійних систем імідж стає критичним активом, що визначає конкурентоспроможність політичної організації. Водночас етичний вимір іміджевих стратегій залишається недостатньо дослідженим у їхніх роботах. Особливо цінним для нашого дослідження є праця Поггунтке, присвячена партійній організації та адаптації політичних партій до змінюваних умов функціонування [5]. Автор аналізує процеси професіоналізації партійних структур та зростання значення репутаційного менеджменту. Він стверджує, що сучасні партії трансформуються в організації, де управління іміджем стає не менш важливим, ніж ідеологічне позиціонування.

Попри значний доробок у сфері політичної етики та іміджмейкінгу, існує дефіцит досліджень, що комплексно розглядають етичні протоколи як специфічний інструмент формування партійного іміджу. Більшість робіт або фокусуються на нормативних аспектах етики, або досліджують технології іміджування, не встановлюючи між ними системного зв'язку. Це дослідження покликане заповнити цю прогалину, запропонувавши інтегративний підхід до аналізу зазначеної проблематики.

Мета статті – дослідити роль протоколів політичної етики у формуванні іміджу політичних партій та визначити механізми їх використання як інструменту іміджмейкінгу.

Виклад основного матеріалу. Протоколи політичної етики являють собою формалізовані системи норм, правил та процедур, що регулюють поведінку політичних акторів у публічному просторі. На відміну від загальних моральних принципів, протоколи характеризуються конкретністю, обов'язковістю та інституційною закріпленістю. Вони включають кодекси етичної поведінки, регламенти взаємодії з різними групами стейкхолдерів, стандарти прозорості та підзвітності, а також механізми контролю за дотриманням встановлених норм.

У контексті партійної політики етичні протоколи виконують множинні функції. По-перше, вони встановлюють межі допустимої поведінки для членів партії, формуючи єдину нормативну рамку внутрішньопартійної діяльності. По-друге, протоколи слугують інструментом соціалізації нових членів партії, транслюючи їм систему цінностей та поведінкових стандартів організації. По-третє, вони виступають механізмом зовнішньої легітимації, демонструючи суспільству відповідальний характер партійної діяльності [1].

Типологія протоколів політичної етики може бути побудована за кількома критеріями. За сферою застосування виділяють внутрішньопартійні протоколи (регулюють відносини всередині організації), комунікативні протоколи (визначають стандарти взаємодії з виборцями, медіа, опонентами) та інституційні протоколи (регламентують участь партії в роботі представницьких органів). За ступенем формалізації розрізняють кодифіковані протоколи (закріплені в офіційних документах) та конвенційні (що базуються на традиції та неписаних правилах).

Важливим аспектом є механізми забезпечення дотримання етичних протоколів. Вони включають превентивні заходи (навчання, консультування), моніторингові процедури (етичні комісії, омбудсмени) та санкційні механізми (дисциплінарна відповідальність, виключення з партії). Ефективність протоколів значною мірою залежить від балансу між їхньою жорсткістю та гнучкістю, здатністю адаптуватися до змінюваних контекстів без втрати нормативної сили [3].

Політичний імідж партії являє собою цілісний образ організації, що формується в суспільній свідомості на основі інформації про її діяльність, цінності, лідерів та практики. Він включає когнітивний компонент (знання та уявлення про партію), афективний компонент (емоційне ставлення до неї) та конативний компонент (готовність підтримувати партію). Імідж не є простою сумою окремих характеристик – він являє собою синергетичну конструкцію, де окремі елементи посилюють або послаблюють один одного.

Структура партійного іміджу включає кілька ключових вимірів. Ідеологічний вимір відображає позиціонування партії на політичному спектрі та її програмні пріоритети. Особистісний вимір пов'язаний з іміджем лідерів та публічних представників партії. Організаційний вимір характеризує сприйняття партії як інституції – її професіоналізм, ефективність, внутрішню демократію. Етичний вимір, який є фокусом нашого дослідження, відображає сприйняття моральних якостей партії, її чесності, відповідальності та відданості суспільним інтересам [4].

Процес формування іміджу є динамічним та багатовекторним. Він відбувається через множинні канали комунікації – від офіційних партійних повідомлень до медійних репрезентацій, від публічних виступів лідерів до практик взаємодії рядових членів партії з виборцями. Важливу роль відіграють також символічні аспекти – візуальна ідентичність, ритуали, наративи, що



трансляються партією. В епоху цифрових медіа особливого значення набуває присутність партії в соціальних мережах, де формуються нові простори іміджевої комунікації.

Етичний вимір іміджу набуває критичного значення в умовах кризи довіри до політичних інститутів. Виборці дедалі більше орієнтуються не лише на програмні обіцянки партій, але й на їхню репутацію чесності та відповідальності. Партії з позитивним етичним іміджем отримують своєрідний "кредит довіри", що дозволяє їм легше долати кризові ситуації та зберігати підтримку навіть за умов програмних невдач.

Використання етичних протоколів у процесі формування партійного іміджу базується на стратегічному розумінні їхнього подвійного призначення. З одного боку, протоколи виконують суто регулятивну функцію, встановлюючи стандарти поведінки. З іншого боку, вони стають інструментом комунікації, через який партія транслює свої цінності та відповідальність. Ця дуальність створює можливості для інтеграції етичних протоколів у комплексні іміджеві стратегії [2].

Механізм трансформації протоколів у іміджевий актив включає кілька етапів. По-перше, розробка та прийняття протоколів само по собі генерує позитивні інформаційні приводи, демонструючи серйозність партії у ставленні до етичних питань. По-друге, публічна презентація протоколів дозволяє артикулювати цінності партії та її відмінність від конкурентів. По-третє, демонстрація практичного застосування протоколів – особливо у складних ситуаціях – підтверджує автентичність етичних зобов'язань партії. По-четверте, санкції за порушення протоколів демонструють серйозність партії та її готовність жертвувати короткостроковими вигодами заради довгострокової репутації.

Можна виділити три основні іміджеві стратегії, що базуються на етичних протоколах. Стратегія морального лідерства передбачає позиціонування партії як етичного взірця, що встановлює нові стандарти для всієї політичної системи. Партії, що використовують цю стратегію, часто ініціюють публічні дискусії про етику в політиці та закликають конкурентів долучитися до їхніх стандартів. Стратегія інституційної надійності зосереджується на демонстрації професіоналізму та передбачуваності партії через чіткі процедури та прозорі механізми прийняття рішень. Стратегія етичної диференціації використовує протоколи для підкреслення відмінності від конкурентів, особливо тих, хто асоціюється з корупцією або безвідповідальністю [5].

Ефективність використання протоколів як іміджевого інструменту залежить від кількох умов. Критичне значення має автентичність – розрив між декларованими протоколами та реальними практиками породжує ефект бумеранга, коли етичні зобов'язання перетворюються на джерело іміджевої кризи. Важлива також комунікативна стратегія – протоколи мають бути не лише прийняті, але й ефективно донесені до цільових аудиторій через відпо-

відні канали та у зрозумілій формі. Нарешті, необхідна інституційна підтримка – наявність механізмів моніторингу та санкцій, що забезпечують реальне дотримання протоколів.

Аналіз практик сучасних демократій демонструє складну картину взаємозв'язку між формалізацією етичних стандартів та партійною репутацією. Партії, що активно інвестують у розробку та імплементацію етичних протоколів, загалом демонструють вищі рівні суспільної довіри, хоча цей зв'язок опосередковується численними контекстуальними факторами.

Особливо показовими є приклади партій, що зуміли відновити свою репутацію після скандалів завдяки впровадженню жорстких етичних протоколів. Такі кейси демонструють потенціал протоколів не лише як превентивного, але й як реабілітаційного інструменту іміджмейкінгу. Водночас існують і контрприкладі, коли формальне прийняття протоколів без їхньої реальної імплементації призводило до подальшої делегітимації партії [1].

Медійний дискурс відіграє критичну роль у трансформації етичних протоколів у іміджевий капітал. Медіа виступають посередниками, що інтерпретують та оцінюють партійні етичні практики для широкої публіки. Партії, що вміло використовують медійні можливості для комунікації своїх етичних стандартів, отримують значні переваги у формуванні позитивного іміджу. При цьому критичне значення має не лише факт наявності протоколів, але й наративи, що їх супроводжують – історії про етичні дилеми, прийняті рішення, санкції щодо порушників.

Електоральний вимір впливу етичних протоколів на імідж проявляється у зростанні довіри виборців та, як наслідок, у електоральній підтримці. Дослідження показують, що сегмент виборців, для яких етична репутація партії є вирішальним фактором, хоча і не становить більшості, проте є досить значним та демонструє тенденцію до зростання. Особливо це стосується молодих та освічених виборців, для яких питання доброчесності в політиці мають принципове значення [4].

Внутрішньопартійний ефект етичних протоколів також не слід недооцінювати. Чіткі етичні стандарти сприяють формуванню корпоративної культури, підвищують мотивацію членів партії та зміцнюють організаційну ідентичність. Це, в свою чергу, позитивно впливає на зовнішній імідж через більш послідовну та автентичну поведінку партійних представників у публічному просторі.

Попри значний потенціал етичних протоколів як інструменту іміджмейкінгу, їхнє використання стикається з низкою викликів та обмежень. Головним ризиком є інструменталізація етики, коли протоколи перетворюються на суто формальний PR-інструмент без реального впливу на поведінку партійних акторів. Такий підхід не лише не приносить очікуваних іміджевих вигод, але й може призвести до серйозної репутаційної кризи у випадку розкриття розбіжності між декларованими стандартами та реальними практиками [3].



Проблематичним є також питання балансу між жорсткістю протоколів та політичною гнучкістю. Надто суворі етичні стандарти можуть обмежувати маневреність партії у складних політичних ситуаціях, створюючи дилему між етичною послідовністю та прагматичною ефективністю. Водночас занадто м'які протоколи ризикують бути сприйнятими як беззубі декларації, що не мають реального регулятивного впливу.

Культурний та інституційний контекст значною мірою визначає можливості та обмеження використання етичних протоколів. У політичних системах з низьким рівнем довіри до інститутів будь-які партійні ініціативи, включаючи етичні протоколи, можуть сприйматися скептично. У таких умовах партіям доводиться інвестувати значно більше зусиль у доведення автентичності своїх етичних зобов'язань, причому результати можуть бути непропорційно малими порівняно з вкладеними ресурсами [5].

Технологічні трансформації також створюють нові виклики для етичного регулювання. Цифровізація політичної комунікації породжує нові етичні дилеми, пов'язані з використанням персональних даних, мікротаргетингом, поширенням дезінформації. Традиційні етичні протоколи не завжди здатні адекватно реагувати на ці виклики, що вимагає їхньої постійної актуалізації та адаптації до нових реалій.

Нарешті, існує ризик етичної конкуренції між партіями, коли гонка за найбільш амбітними протоколами призводить до встановлення нереалістичних стандартів, дотримання яких стає практично неможливим. Це може породити цинізм виборців та загальне зниження довіри до політичних декларацій про етику.

Дигіталізація політичного простору радикально змінює умови функціонування політичних партій та механізми їхньої взаємодії з електоратом. Соціальні мережі, платформи для обміну даними, інструменти аналітики великих даних (big data) та алгоритмічні системи рекомендацій створюють принципово нове середовище політичної комунікації, яке характеризується безпрецедентними можливостями таргетування аудиторії, персоналізації меседжів та моніторингу поведінкових патернів виборців. Водночас ці технологічні можливості породжують складні етичні дилеми, що стосуються приватності, маніпулятивних практик, інформаційної гігієни та справедливості політичної конкуренції.

Сучасні політичні партії стикаються з необхідністю балансувати між використанням інноваційних цифрових технологій для підвищення ефективності комунікації та збереженням етичних стандартів, що забезпечують довіру суспільства. Це завдання ускладнюється тим, що технологічний розвиток відбувається значно швидше, ніж формування відповідних нормативно-етичних рамок. Партії, які прагнуть зберегти позитивний імідж та репутаційний капітал, мусять проактивно розробляти етичні протоколи, що регулюють використання цифрових технологій у політичній діяльності.

Використання персональних даних виборців становить один із найбільш контроверсійних аспектів сучасної політичної діяльності. Політичні партії накопичують величезні обсяги інформації про громадян через різноманітні канали: соціальні мережі, веб-аналітику, мобільні додатки, бази даних прихильників, інформацію від партнерських організацій. Ці дані включають не лише базові демографічні характеристики, але й інформацію про політичні преференції, споживчу поведінку, соціальні зв'язки, психологічні профілі та поведінкові патерни.

Етична проблематика збору та обробки персональних даних охоплює декілька ключових аспектів. По-перше, це питання інформованої згоди громадян на використання їхніх даних у політичних цілях. Часто збір даних відбувається без чіткого розуміння користувачами того, як саме ця інформація буде використана партіями. По-друге, це проблема прозорості щодо джерел отримання даних та методів їх аналізу. Виборці мають право знати, яка інформація про них зібрана та на якій підставі. По-третє, це питання безпеки зберігання даних та захисту від несанкціонованого доступу, що особливо актуально в контексті зростаючих кіберзагроз.

Скандали, пов'язані з неетичним використанням даних у політичних кампаніях, такі як справа Cambridge Analytica, продемонстрували масштаби потенційних репутаційних втрат для партій, які ігнорують етичні стандарти роботи з персональною інформацією. Ці інциденти призвели до зростання суспільної чутливості до питань приватності та посилення регуляторних вимог у багатьох юрисдикціях. Партії, які не розробляють чітких етичних протоколів використання даних, ризикують не лише правовими санкціями, але й серйозним пошкодженням свого іміджу та втратою довіри електорату.

Цифрові платформи створили сприятливі умови для швидкого поширення дезінформації, фейкових новин та маніпулятивного контенту в політичному дискурсі. Алгоритмічна логіка соціальних мереж, орієнтована на максимізацію залученості користувачів, часто сприяє віральному розповсюдженню емоційно заряджених, сенсаційних та полемічних матеріалів, незалежно від їхньої фактичної достовірності. Політичні партії стикаються з дилемою між спокусою використати ці механізми для посилення свого впливу та етичною відповідальністю за якість та достовірність інформації, що циркулює в публічному просторі.

Відповідальність політичних партій за інформаційну екологію цифрового простору передбачає не лише утримання від поширення дезінформації, але й активну участь у її спростуванні та просвітницькі зусилля щодо підвищення медіаграмотності виборців. Адекватна відповідь на цифрові етичні виклики вимагає системної інституціоналізації етичних норм у формі спеціалізованих протоколів та кодексів, що регулюють використання цифрових технологій у партійній діяльності. Ці документи мають охоплювати всі аспекти цифрової комунікації партії, включаючи збір та обробку даних,



використання соціальних мереж, застосування аналітичних інструментів, взаємодію з технологічними платформами та управління цифровою репутацією.

Ефективний кодекс цифрової етики повинен базуватися на кількох фундаментальних принципах. Принцип прозорості передбачає відкритість щодо джерел фінансування цифрових кампаній, методів збору та використання даних, алгоритмів таргетування аудиторії. Партії мають публікувати інформацію про свої цифрові практики у доступній для громадськості формі, дозволяючи незалежний моніторинг та оцінку етичності їхніх дій.

Принцип підзвітності встановлює чіткі лінії відповідальності за етичні порушення в цифровій сфері. Це включає створення спеціалізованих органів етичного контролю, процедур розгляду скарг, механізмів санкцій за порушення протоколів. Важливо, щоб система підзвітності охоплювала не лише офіційні партійні структури, але й афілійовані організації, підрядників та партнерів, залучених до цифрових кампаній.

Принцип поваги до приватності наголошує на необхідності мінімізації збору персональних даних, обмеження їхнього використання легітимними політичними цілями, забезпечення безпеки зберігання та права громадян на доступ, виправлення та видалення своїх даних. Кодекси мають передбачати більш суворі стандарти захисту даних, ніж мінімальні законодавчі вимоги, демонструючи етичне лідерство партії.

Принцип чесної конкуренції забороняє використання цифрових технологій для нечесних переваг у політичному процесі, включаючи координовані дезінформаційні кампанії, кібератаки на конкурентів, маніпуляції онлайн-платформами голосування чи обговорення. Партії мають зобов'язуватися конкурувати на основі якості своїх програм та кандидатів, а не технологічної переваги у маніпулятивних практиках.

Розробка етичних протоколів є лише першим кроком; їхня ефективність залежить від систем імплементації, моніторингу та забезпечення виконання. Партії мають створювати спеціалізовані структури, відповідальні за цифрову етику: комітети з етики даних, посади офіцерів з цифрової відповідальності, експертні ради з технологічної етики. Ці структури повинні мати достатні повноваження та ресурси для реального впливу на цифрові практики партії.

Важливим елементом імплементації є навчання та підвищення обізнаності членів партії, активістів та персоналу щодо етичних стандартів цифрової комунікації. Програми тренінгів мають охоплювати технічні аспекти роботи з даними, юридичні вимоги приватності, етичні дилеми мікротаргетингу, розпізнавання та протидію дезінформації. Формування культури цифрової етики в партійній організації вимагає систематичних освітніх зусиль на всіх рівнях.

Системи моніторингу дотримання протоколів можуть включати регулярні внутрішні аудити цифрових кампаній, аналіз скарг від громадян та

активістів, співпрацю з незалежними організаціями громадянського суспільства для зовнішньої оцінки. Використання технологічних інструментів для автоматизованого моніторингу, таких як системи виявлення аномалій у використанні даних або алгоритми ідентифікації потенційно маніпулятивного контенту, може підвищити ефективність контролю.

Прозорість процесів моніторингу та публічна звітність про результати є критичними для перетворення етичних протоколів на інструмент іміджмейкінгу. Партії, які регулярно публікують детальні звіти про свої цифрові практики, виявлені порушення та вжиті коригувальні заходи, демонструють серйозність своїх етичних зобов'язань та будують довіру електорату.

Навіть партії з розвиненими етичними протоколами стикаються з ризиками репутаційних інцидентів у цифровій сфері, враховуючи складність технологічних систем, можливість людських помилок та дії шкідливих акторів. Ефективне управління цими ризиками вимагає не лише превентивних заходів, але й готовності до швидкого та прозорого реагування на проблемні ситуації.

Стратегія антикризового управління цифровою репутацією включає декілька ключових елементів. По-перше, це системи раннього виявлення потенційних проблем через моніторинг цифрових активностей партії та онлайн-дискурсу про неї. Швидке розпізнавання етичних інцидентів дозволяє партії взяти контроль над ситуацією до її ескалації. По-друге, це заздалегідь розроблені протоколи кризової комунікації, що визначають процедури прийняття рішень, канали комунікації та ключові меседжі для різних типів інцидентів.

Прозорість у визнанні та вирішенні проблем є критичною для збереження довіри. Партії, які намагаються приховати або применшити етичні порушення в цифровій сфері, ризикують більшими репутаційними втратами, коли інформація стає публічною через незалежні джерела. Натомість відкрите визнання помилок, детальне пояснення обставин, презентація плану коригувальних дій та відповідальності винних демонструє інституційну зрілість та зобов'язання етичним стандартам.

Довгострокова репутаційна стійкість у цифрову еру вимагає постійної адаптації етичних протоколів до технологічних змін. Партії мають інвестувати в експертизу з цифрових технологій та їхніх етичних імплікацій, підтримувати організаційне навчання та еволюцію нормативних рамок. Демонстрація здатності до самореформування та вдосконалення етичних практик є важливим компонентом іміджу відповідальної та адаптивної політичної організації.

Майбутнє політичної етики в цифрову еру буде формуватися взаємодією технологічних інновацій, регуляторних ініціатив та еволюції суспільних очікувань. Технології штучного інтелекту, розширеної реальності, блокчейн та інші емерджентні інновації створюватимуть нові етичні виклики, що вимагатимуть періодичного перегляду та оновлення протоколів. Партії, які



інвестують в експертизу та проактивну розробку етичних рамок для нових технологій, матимуть конкурентні переваги у формуванні позитивного іміджу.

Зростання міжнародної координації у регулюванні цифрових політичних практик може стимулювати конвергенцію етичних стандартів та створення глобальних норм. Партії з міжнародними зв'язками можуть відігравати роль провідників транснаціональних стандартів цифрової етики, підвищуючи свій авторитет як на національному, так і на міжнародному рівнях. Участь у міжнародних ініціативах з цифрової етики стає елементом престижу та морального лідерства.

Дослідження довгострокових ефектів цифровізації політики на демократичні процеси генеруватиме нові знання про етичні ризики та кращі практики. Партії, які активно співпрацюють з академічним співтовариством, підтримують дослідження цифрової етики та впроваджують науково обґрунтовані протоколи, демонструють раціональний та відповідальний підхід до управління технологічними трансформаціями. Це формує імідж партії як організації, що базує свої рішення на доказах та експертизі, а не на кон'юнктурних міркуваннях.

Перспектива цифрових етичних протоколів як інструменту іміджмейкінгу залежить від здатності партій інтегрувати етичні норми в організаційну культуру та щоденні практики, перетворюючи їх з формальних декларацій на реальні регулятори поведінки. Лише партії, для яких цифрова етика є автентичним компонентом ідентичності, зможуть конвертувати етичну репутацію в стабільний іміджевий капітал та електоральну підтримку у довгостроковій перспективі.

Висновки. Дослідження протоколів політичної етики як інструменту іміджмейкінгу партій дозволяє сформулювати низку важливих висновків теоретичного та прикладного характеру. По-перше, етичні протоколи є значно більшим, ніж просто регулятивним механізмом – вони становлять важливий іміджевий актив, що може суттєво впливати на репутацію та електоральну підтримку політичних партій. Ефективне використання протоколів у процесі формування іміджу вимагає стратегічного підходу, що інтегрує етичне регулювання в загальну систему партійної комунікації.

По-друге, успішність протоколів як іміджевого інструменту критично залежить від автентичності їхньої імплементації. Розрив між декларованими стандартами та реальними практиками не лише нівелює позитивний іміджевий ефект, але й може призвести до серйозної репутаційної кризи. Це підкреслює важливість не лише розробки протоколів, але й створення дієвих механізмів контролю за їхнім дотриманням.

По-третє, вплив етичних протоколів на партійний імідж опосередковується численними контекстуальними факторами – інституційним середовищем, медійним ландшафтом, політичною культурою, електоральними очікуваннями. Це вимагає контекстуально-чутливого підходу до розробки та

імплементатії протоколів, що враховує специфіку національного та локального політичного контексту.

По-четверте, етичні протоколи виконують не лише зовнішню іміджеву функцію, але й важливу внутрішню роль, формуючи корпоративну культуру партії та підвищуючи організаційну ідентичність її членів. Цей внутрішній ефект, в свою чергу, позитивно впливає на зовнішній імідж через більш послідовну та автентичну поведінку партійних представників.

Враховуючи все вище зазначене практичні рекомендації для політичних партій включають: необхідність інтеграції розробки етичних протоколів у загальну стратегію іміджмейкінгу; створення ефективних механізмів моніторингу та санкцій за порушення протоколів; інвестування в комунікацію етичних стандартів через різноманітні канали; регулярну актуалізацію протоколів відповідно до нових викликів та очікувань суспільства; залучення незалежних експертів до оцінки ефективності етичних механізмів. Перспективи подальших досліджень включають компаративний аналіз практик використання етичних протоколів у різних партійних системах; вивчення впливу цифровізації на етичне регулювання політичної діяльності; дослідження сприйняття етичних протоколів різними сегментами електорату; аналіз довгострокових ефектів етичних ініціатив на партійну репутацію та електоральну успішність.

Література:

1. Бебик В. М. (2020). Політичний імідж та політична комунікація в сучасній Україні. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Політологія, 1(5), 12-18.
2. Головатий М. Ф., & Антонюк О. В. (2019). Етичні стандарти в діяльності політичних партій: теорія та практика. Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України, 3(101), 56-78.
3. Кривошеїн В. В. (2021). Політичні партії в Україні: іміджеві стратегії та електоральні практики. Київ: Парламентське видавництво.
4. Романюк А. С. (2018). Етика в політиці: теоретико-методологічні засади дослідження. Політологічний вісник, 82, 134-147.
5. Шведа Ю. Р. (2022). Партійні системи та політична етика: компаративний аналіз. *Studia Politologica Ucraino-Polona*, 12, 89-103. <https://doi.org/10.23939/spup2022.12.089>

References:

1. Bebyk, V. M. (2020). Politychnyi imidzh ta politychna komunikatsiia v suchasni Ukraini [Political image and political communication in modern Ukraine]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Politolohiia – Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Political Science*, 1(5), 12-18. [in Ukrainian].
2. Holovaty, M. F., & Antoniuk, O. V. (2019). Etychni standarty v diialnosti politychnykh partii: teoriia ta praktyka [Ethical standards in the activities of political parties: theory and practice]. *Naukovi zapysky Instytutu politychnykh i etnonatsionalnykh doslidzhen im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy – Scientific Notes of I. F. Kuras Institute of Political and Ethnic Studies of the NAS of Ukraine*, 3(101), 56-78. [in Ukrainian].



3. Kryvoshein, V. V. (2021). *Politychni partii v Ukraini: imidzhevi stratehii ta elektoralni praktyky* [Political parties in Ukraine: image strategies and electoral practices]. Kyiv: Parlamentske vydavnytstvo. [in Ukrainian].

4. Romaniuk, A. S. (2018). Etyka v politytsi: teoretyko-metodolohichni zasady doslidzhennia [Ethics in politics: theoretical and methodological foundations of research]. *Politologichnyi visnyk – Political Science Bulletin*, 82, 134-147. [in Ukrainian].

5. Shveda, Yu. R. (2022). Partiini systemy ta politychna etyka: komparatyvnyi analiz [Party systems and political ethics: comparative analysis]. *Studia Politologica Ucraino-Polona*, 12, 89-103. <https://doi.org/10.23939/spup2022.12.089> [in Ukrainian].