

Natalia Kononenko,
PhD, Leading Researcher,
I.F. Kuras Institute of Political and Ethnic Studies
of the National Academy of Sciences of Ukraine,

Participatory Instruments Of Legitimization In The Context Of The Martial Law Regime

This article explores the prevalence of participatory democracy tools in contemporary Ukraine as factors in the formation of a new national political culture. In the context of a full-scale war, these practices are becoming key safeguards against the unfolding crisis of legitimacy and radicalization of society. The author analyzes the readiness to introduce mechanisms such as peaceful demonstrations, petitions, public hearings, public consultations, and participatory budgets aimed at engaging citizens in the political process and strengthening trust in government institutions.

The war is forcing Ukrainian society to rethink the meaning of democracy and active participation of citizens in shaping public policy. The article is an attempt to answer the question of what needs to be done to make all the tools of participatory democracy work in post-war Ukraine. The author notes that without active involvement of citizens in the political process, it is impossible to achieve sustainable democratic development and stability in the country. The article emphasizes the need for a comprehensive approach to reforming Ukraine's political system, which includes the introduction of participatory mechanisms, increased transparency and accountability of the authorities, and active involvement of citizens in the political process. This is the only way to ensure sustainable development and a democratic future for Ukraine.

Keywords: crisis of legitimacy, legal regime of martial law, political inclusion, participatory democracy, deliberative democracy.

<https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series22.2024.35.04>
УДК 324.2.21:324.2.22:324.2.23

Дмитро Осьмак,
аспірант кафедри політичних наук
Українського державного університету імені Михайла Драгоманова
ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-6890-9497>; email: d.v.osmak@npu.edu.ua

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ: ЧИННИКИ, УМОВИ, ТЕХНОЛОГІЇ

Використання новітніх технологій під час проведення виборів викликає бурхливі дискусії серед науковців, політиків та громадськості, відтак формування політичної системи суспільства значною мірою залежить від системи виборів до органів політичної влади. Проблеми проведення виборів, які заслуговують на довіру, таких, що не характеризуються помилковими та маніпуляційними списками виборців, голосуванням неповнолітніх, проблемами ідентифікації виборців, упередженістю органів управління виборами, маніпулюванням результатами, використанням сил державної безпеки, виборчим насильством, етнічними та релігійними кампаніями, які дискредитують групу чи окрему людину, відсутністю справедливості та нерівними умови гри для учасників.

Метою статті було опрацювати складові понятійного апарату системи «успішна виборча кампанія», яка була досягнута через виконання таких завдань: вивчити світову та вітчизняну наукову думку з теми; описати поняття «ефективність чинника», «ефективність умов», «ефективність технології» в контексті політичних змагань; надати рекомендації щодо якісного застосування вказаних понять на практиці. Стаття аналізує різні вектори політологічної думки, що стосуються ефективності передвиборчої гонки.

Окреслено три базові категорії, що впливають на ефективність виборчих кампаній, та надано практичні рекомендації щодо якісного застосування поняття понять «ефективність чинника», «ефективність умов», «ефективність технології» в умовах проведення передвиборчої кампанії та з метою її успішного завершення, результативності. Перспектива подальших досліджень у вивченні інших, додаткових, чинників, які сприяють ефективності проведення передвиборчої кампанії.

Ключові слова: вибори, політична сфера, складові кампанії, ефективність процесу, виборчий успіх.

Вступ. Використання новітніх технологій під час проведення виборів викликає бурхливі дискусії серед науковців, політиків і громадськості, відтак формування політичної системи суспільства значною мірою залежить від системи виборів до органів політичної влади. Перетворення, що відбуваються у країні, яка воює впродовж десяти років, пов'язана з ними модернізація політичної системи суспільства та її демократизація закономірно

актуалізують питання вдосконалення сформованої виборчої системи, підвищення ефективності дії політичного інституту виборів.

Однією з сутнісних властивостей демократичного суспільства є справжнє народовладдя. Відповідно до Конституції України носієм суверенітету та єдиним джерелом влади є її народ, який здійснює свою владу як безпосередньо, так і через органи державної влади та місцевого самоврядування. У такий спосіб вибори розглядаються як механізм, за допомогою якого народ приводить до влади кращих своїх представників, що сприяє узгодженню спочатку розрізнених соціальних і політичних сил, досягненню консенсусу в суспільстві, а це особливо важливо для нашої країни. Вибори демонструють також рівень легітимності обраної політичної влади, і в цьому сенсі вони є провідним критерієм демократії.

Підвищення ефективності виборчих кампаній обумовлюється переходом країни, що почався від кризово-реформованого стану до сталого розвитку, а також тим, що виборча система і практика виборчого процесу, що склалися в перехідний період, окреслили як демократичний потенціал, так одночасно і свою недосконалість. Це виявилось у неефективності цілої низки виборчих кампаній, що проводяться в обстановці справжніх інформаційних воєн і розгулу «брудних» інформаційних технологій, які ведуть не до згоди та єднання, а до конфронтації різних соціальних груп і політичних сил, криміналізації та комерціалізації виборчого процесу.

Усе це свідчить про необхідність постановки питання ефективності виборчих кампаній, причому не окремо взятих політичних суб'єктів, а виборчих кампаній загалом як політичного явища. Проблеми проведення виборів, які заслуговують на довіру, таких, що не характеризуються помилковими та маніпуляційними списками виборців, голосуванням неповнолітніх, проблемами ідентифікації виборців, упередженістю органів управління виборами, маніпулюванням результатами, використанню сил державної безпеки, виборчим насильством, кампаніями, які дискредитують групу чи окрему людину, відсутністю справедливості та нерівними умовами гри для учасників, – ось що окреслює актуальність дослідження через вивчення понять чинників, умов, технологій для досягнення результативності виборчих кампаній.

Мета статті – опрацювати складові понятійного апарату системи «успішна виборча кампанія». **Завдання:** вивчити світову та вітчизняну наукову думку з теми; описати поняття «ефективність чинника», «ефективність умов», «ефективність технологій» в контексті політичної гонки; надати рекомендації щодо якісного застосування вказаних понять на практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поліщук О. (2017) розглядає специфіку виборчих технологій у президентських та парламентських виборчих кампаніях в Україні, а Конет А. (2021) опрацьовує технології маніпулювання під час президентських виборів 1999 р. Виборча кампанія демонструє все більш складне та широке використання цифрових технологій, таких як мобільні телефони та соціальні медіа-платформи, зокрема Twitter для трансляції повідомлень і WhatsApp для створення політичних спільнот. Водночас партії мобілізували стратегії кампанії навколо особистості лідерів, як стверджують Sarma P. & Nazarika T. (2023).

Thankgod Oyinniebi P., & Inokoba P. (2024), а також Mwaura J., Dambo T., Ataguba O., Mare A., Mukhongo L., Chuma W. & Mano W. (2023) опрацьовують питання занепокоєння та недовіри до виборчої системи, аналізуючи приклад інфокампаній в Африці та Нігерії. Хоча виборча технологія пропонує країні шляхи для блокування «лазівок», що заперечують надійні вибори в країні, культура безкарності та брак довіри у виборчій системі країни є недоліками ефективності технології на виборах у Нігерії, як показано в 2023 р..

У статті Прудкого Б. (2024) ідеться про важливість правового регулювання реклами та агітації у сфері онлайн висвітлення. Науковець стверджує, що необхідно врегульовувати національне та корпоративне питання, яке стосується використання іноземних сервісів для політичної реклами. Актуальним є питання щодо розташування політичної реклами у соцмережах і неможливість її нормативно-правового врегулювання, тому держава повинна

виробити правову політику на час проведення виборів, яка змогла би врегулювати та вдосконалити законодавчу базу й утвердити думку про те, що політична реклама – це соціальне явище, яке є небезпечним в контексті маніпулювання думкою виборців.

Науковці Фролова О. та Кайло М. (2022) опрацьовують розробку політичного піару та аналізують політичну рекламу в соціальних мережах та медіа політиків США, відтак вони роблять висновок, що інформаційний простір формується в засобах масової інформації та підкріплюється комунікаційними механізмами. Вони стверджують, що саме в інтернеті є можливість забезпечити якісну політичну боротьбу та комунікацію з електоратом. На цій підставі дослідники аналізують українські способи ведення піар-кампаній і показують проблеми налаштування інформаційної політики в українському досвіді, пропонують шляхи їхнього вирішення.

Доскіч Л. (2022) свою наукову розвідку будує довкола аналізу можливостей і ролі інтернет-технологій та робить висновок, що у кіберпросторі перебуває активна політична аудиторія, відтак стратегія просування виборів повинна відбуватися через сайти, блоги, додатки, краудфандинг, стріми та електронне голосування.

Мінаєва Л. (2024), розглядаючи виборчих кампаній у США, Франції, Індії та Південній Кореї, утверджує думку про те, що нинішнє активне впровадження цифрових технологій у сферу політичної комунікації призвело до трансформації структури виборчого дискурсу. Методи аналізу великих даних широко використовуються на етапі підготовки для визначення цільового електорату; на етапі комунікації технологія машинного навчання допомагає виявляти фейки та контролювати медіа, а нейронні мережі створюють контент кампаній. Цифрові технології дозволяють суб'єктам політичного процесу спілкуватися з електоратом через канали, незалежні від основних традиційних медіа, ущільнюють інформаційне середовище та сприяють створенню унікальної цифрової сценографії, яка справляє потужний емоційний вплив на виборців. Науковиця аналізує найактивніший період виборчої кампанії, коли кандидат безпосередньо контактує з електоратом, а цифрові технології посилюють ступінь його впливу на потенційних виборців. Зроблено висновок, що вибір цифрових технологій значною мірою залежить від політичної культури країни.

У своїй роботі Винничук О. та Кобильник В. (2023) описують новітні виборчі технології, що були застосовані в соціальних мережах. Доведено, що найпопулярнішими стали подвійні технології, підкуп виборців, дезінформаційні фейки, перформанс, театралізація виборчого процесу.

На противагу тому, що існує значна кількість наукових розвідок, які носять як практичний, так і теоретичний характер, досі, насправді, жодні з них не дали конкретної відповіді на питання, у який же спосіб проводити політичну кампанію так, щоб вона була успішною з мінімальними затратами. Проведення політичної кампанії є грою, яка часто працює поза правилами, тому для нормування й упорядкування базових критеріїв та елементів, які переростають у правила цього процесу, необхідно визначати три основні складові, які категоризуватимуть успішність передвиборчої кампанії: чинники, умови, технології.

Результати та дискусії. Загалом для дослідження окресленого питання необхідно знати умови та фактори, що так чи інакше впливають на ефективність виборчих кампаній, мати у своєму розпорядженні критерії оцінки цієї ефективності для того, щоб не лише декларувати демократичні перетворення, а й постійно проводити їх моніторинг, вносячи відповідні корективи. В іншому випадку процес демократизації суспільства, що не має сильною та давньою демократичною традицією, може набути зворотної дії.

Виборчі кампанії є окремою формою політичної агітації. На відміну від інших кампаній, їх метою є досягнення максимально сприятливого результату виборів. Під час таких кампаній медіа виявляють більший інтерес до політичних питань, що призводить до збільшення висвітлення новин і трансляції конкретних дискусійних програм. Це також дає полігологам більше простору для аналізу поточної внутрішньополітичної ситуації.

На наше переконання, існує принаймні два способи визначення виборчої кампанії. У більш вузькому значенні, термін розуміється як пряме просування політичної партії або кандидатів на виборні державні посади з метою отримання голосів на виборах у певний момент у період, що передує акту голосування.

У ширшому розумінні, термін передвиборча кампанія може стосуватися будь-яких виступів політиків напередодні виборів. Дійсно, передбачається, що політики постійно докладають усіх зусиль, щоб підтвердити свій мандат, навіть у контекстах, які безпосередньо не пов'язані з виборами. Період передвиборної агітації є вершиною політичної комунікації для кожного кандидата, політика та передвиборчої команди. Вибори визначають майбутнє політика, чи залишиться він/вона на посаді, чи взагалі піде з політики. Агітація надзвичайно важлива в регіонах, де політичним партіям не вистачає підтримки виборців, плінність виборців висока, партійним системам бракує міцних основ, а політичним партіям бракує організованих структур. За таких обставин передбачається, що виборці зроблять вибір відповідно до своєї особистої та поточної прихильності до політичного лідера чи керівництва політичної партії, на відміну від ототожнення з виборчою програмою кандидатів.

Ефективність передвиборної кампанії означає здатність кампанії досягати своїх цілей та завдань у рамках виборчого процесу. Вона вимірюється через різні показники, такі як підтримка виборців, результати виборів, громадська думка про кандидатів чи партії, а також ефективність використання ресурсів (фінансових, людських, інформаційних та інших) для проведення кампанії. Оцінка ефективності передвиборної кампанії охоплює аналіз стратегій, тактик, комунікацій, використання технологій, реакцій на конкурентів і суспільних настроїв, а також здатності кампанії адаптуватися до умов і викликів, що змінюються.

Ефективність передвиборної кампанії також може бути визначена як здатність кампанії впливати на політичні процеси та рішення через мобілізацію виборців, формування громадської думки та створення умов для перемоги на виборах. Вона може також вказувати на здатність кампанії до адаптації до змінного політичного середовища, використання інноваційних підходів і технологій, управління ресурсами та репутацією кандидата або партії. Ефективна передвиборна кампанія сприяє не лише перемозі на виборах, а й створює основу для подальшої роботи обраних представників та зміцнення їхньої легітимності в очах суспільства.

Розглянемо детальніше окреслені раніше у статті базові поняття успішної реалізації передвиборчої кампанії.

На наше переконання, дескрипція поняття «ефективність чинника» у контексті успішності передвиборчої кампанії буде окреслена так: здатність конкретного чинника (стратегії, реклами, повідомлення) досягати поставлених цілей. Цей показник вимірюється через його вплив на підтримку кандидата чи партії, зміну уявлень виборців, покращення іміджу чи збільшення виборчої активності. Ефективність фактора дозволяє оцінити, наскільки ефективно використані ресурси та зусилля у кампанії та як вони впливають на її результативність.

Поняття «ефективність умов» означає здатність створених чи існуючих обставин (політична обстановка, економічна ситуація, соціокультурні чинники та інші) сприятливо проводити проведення кампанії та її підсумковий результат. Це поняття відображає ступінь відповідності умов, у яких проходить передвиборча боротьба, завданням і цілям кандидата чи партії, і навіть здатності керувати їх впливом задля досягнення бажаних результатів. Оцінка ефективності умов включає аналіз політичної кон'юнктури, громадської думки, конкурентного середовища та інших факторів, які можуть вплинути на успіх кампанії.

У сучасному політичному середовищі на ефективність кампанії значною мірою впливає ширший контекст, у якому вона відбувається. Найважчими з них є війни, коли нормальна динаміка політичної взаємодії порушується, а безпека кандидатів і виборців є першорядною. Взаємодія між передвиборною кампанією та умовами військового часу була складною, на неї впливало багато факторів, починаючи від матеріально-технічних перешкод до психологічних і соціально-політичних аспектів.

Одним із головних факторів, що впливали на кампанії під час війни, були матеріально-технічні проблеми. Проведення виборів у зонах конфлікту вимагає безпечного транспортування виборчих матеріалів, безпечних виборчих дільниць і надійних мереж зв'язку. Ці матеріально-технічні потреби ускладнюються зруйнованою інфраструктурою, переміщеним населенням і присутністю ворожих сил. Забезпечення явки виборців за цих обставин потребує надзвичайних заходів, включаючи розгортання військових або миротворчих сил для захисту виборчих дільниць, використання мобільних виборчих дільниць для охоплення переміщеного населення та встановлення безпечних каналів зв'язку для запобігання перешкод.

Психологічні чинники також відігравали вирішальну роль в ефективності воєнних кампаній. На поведінку виборців впливають загострені емоції, включаючи страх, гнів і невпевненість. Ці настрої можуть призвести до посилення поляризації, що ускладнить кандидатам проведення кампанії з неконфліктних питань. Як результат, стратегії кампанії мають бути адаптовані до поточних проблем виборців, часто зосереджуючись на безпеці, мирних переговорах і гуманітарних питаннях, а не на традиційних політичних дебатах. Ефективна комунікація, яка резонує з емоційним станом виборців і пропонує реалістичні рішення їхніх страхів, може підвищити довіру до кандидата та його привабливість.

Соціально-політичний ландшафт під час війни відзначався змінами в динаміці влади та структурах управління. У багатьох випадках державні інституції були послаблені або перетворені на інструменти політичних партій, що впливає на справедливість і прозорість виборчого процесу. Участь міжнародних організацій і спостерігачів має вирішальне значення для збереження чесності виборів, забезпечення нагляду та підвищення довіри суспільства до виборчого процесу. Крім того, під час війни роль ЗМІ стала ще більш важливою, оскільки вони слугували як засобом поширення інформації, так і пропаганди. Забезпечення збалансованого та справедливого висвітлення в засобах масової інформації має вирішальне значення для запобігання маніпуляції громадською думкою та надання всім кандидатам платформи для висловлення своїх ідей.

Сучасні виклики безпеці ускладнюють ведення кампанії під час війни. Загрози кібербезпеці, включаючи злом виборчих систем, кампанії з дезінформації та поширення фейкових новин, можуть підірвати виборчий процес. Забезпечення безпеки цифрової інфраструктури є таким же важливим, як і безпека фізичних виборчих дільниць. Впровадження потужних заходів кібербезпеки, навчання громадськості цифровій грамотності та співпраця з технологічними компаніями для моніторингу та боротьби зі зловмисною діяльністю є необхідними кроками для забезпечення чесності виборів.

Крім того, не можна ігнорувати міжнародний вимір сучасних викликів безпеці. Зовнішні актори можуть намагатися вплинути на результати виборів різними способами, включаючи фінансову підтримку певних кандидатів, таємні операції або дипломатичний тиск. Міжнародна співпраця та дотримання протоколів спостереження за виборами можуть пом'якшити це зовнішнє втручання.

Підсумовуючи, ефективність виборчих кампаній у воєнний час залежить від здатності розв'язувати низку завдань. Логістичні міркування, психологічний вплив, соціально-політична динаміка, загрози кібербезпеці та міжнародні впливи відіграють важливу роль.

Успішне вирішення цих проблем вимагає багатогранного підходу, який поєднує в собі гарантії, стратегічну комунікацію, міцну правову базу та міжнародну співпрацю. Лише завдяки такому комплексному підходу виборчі кампанії можуть зберегти свою цілісність та ефективність перед обличчям сучасних викликів безпеці.

У складному контексті війни українські виборчі кампанії стикаються з особливими обставинами, які суттєво обмежують їх ефективність.

Сучасні виклики безпеці, особливо зумовлені триваючими конфліктами, докорінно змінюють динаміку виборчих процесів. Ці ситуації вимагають проведення кампаній, які не лише мають стратегічну підготовку, але й вирішують питання безпеки кандидатів і виборців.

По-перше, воєнна безпекова ситуація в Україні значно обмежує мобільність і безпеку передвиборчої діяльності. Кандидати повинні пересуватися через регіони зі змінною стабільністю, де традиційна діяльність кампанії може бути порушена або перешкоджена загрозами насильства та бойових дій. Це вимагає коригування виборчих стратегій, щоб визначити пріоритети кампанії та безпеки виборців. Забезпечення безпечного доступу для виборців часто потребує координації з військовими та гуманітарними організаціями.

По-друге, інформаційне середовище військового часу створює складність і переосмислює розповсюдження та отримання передвиборчих повідомлень. Може поширюватися дезінформація та пропаганда, підриваючи довіру до кандидатів і спотворюючи сприйняття виборців. Тому виборчі кампанії повинні прийняти надійні стратегії перевірки інформації та управління, а також розгорнути технології, які можуть зменшити вплив неправдивих наративів і забезпечити цілісність виборчого процесу. Крім того, соціально-економічні наслідки війни ще більше ускладнюють виборчий ландшафт. Економічна нестабільність, переміщення та гуманітарні кризи можуть створювати перешкоди для участі виборців, оскільки базові потреби людей переважають над політичною діяльністю.

Кампанії повинні вирішувати ці виклики, пропагуючи заходи, спрямовані на безпосередні проблеми постраждалих, включаючи зусилля з відновлення, соціальні послуги та дипломатичні зусилля для вирішення конфлікту. Окрім цих викликів, динаміка безпеки України під час війни також впливає на стратегічні розрахунки виборчої кампанії. Кандидати повинні продемонструвати силу та стійкість на своїх платформах, одночасно демонструючи співчуття та чуйність до потреб постраждалих від конфлікту громад. Цей подвійний мандат вимагає від кампаній знайти тонкий баланс між просуванням заходів національної безпеки та зусиллями щодо сприяння примиренню та стабільності в регіонах, уражених конфліктом. З точки зору технологій, виборчі кампанії в охопленій війною Україні все більше покладаються на цифрові платформи та комунікації, щоб обійти фізичні бар'єри та охопити різні групи виборців. Соціальні медіа, зокрема, відіграють важливу роль у формуванні громадських дебатів і мобілізації підтримки в зонах конфлікту.

Однак зловживання цифровими платформами для кампаній з дезінформації підкреслює важливість заходів кібербезпеки та законодавчої бази для захисту цілісності онлайн-голосування.

Підводячи підсумок, можна сказати, що ефективність виборчих кампаній у зруйнованій війною Україні допомогла кандидатам і учасникам виборчого процесу подолати численні виклики безпеки, дотримуватися демократичних принципів і підвищити явку виборців. Це залежить від здатності забезпечити це. Надаючи пріоритет безпеці, боротьбі з дезінформацією, адаптуючи стратегії для вирішення соціально-економічних проблем і використовуючи технологічні інновації, кампанія може бути спрямована на забезпечення сталості виборчих процесів у складних умовах сучасної війни та може сприяти легітимності.

Поняття «ефективність технологій» в контексті політичної гонки означає здатність використаних технологій (інформаційних, комунікаційних, аналітичних та інших) ефективно впливати на перебіг кампанії та її результати. Це поняття відображає ступінь відповідності технологій, що застосовуються у передвиборній кампанії, поставленим завданням і цілям, а також їх здатність забезпечувати необхідний вплив на виборців, опонентів і громадську думку. Оцінка ефективності технології охоплює аналіз використання різних засобів і методів (наприклад, соціальних мереж, цифрових аналітичних інструментів, технологій мобільного зв'язку абощо) для досягнення поставлених цілей передвиборної кампанії.

Висновки. У контексті опрацьованих понять надамо практичні рекомендації щодо якісного застосування їх в умовах проведення передвиборчої кампанії та з метою її успішного завершення та результативності.

Важливо враховувати контекст, в якому діє чинник, оскільки те, що вважається ефективним в одній кампанії, може бути менш ефективним в іншій через відмінності у виборчій аудиторії, політичній кон'юнктурі чи інших факторах. Оцінка ефективності фактора

у передвиборній кампанії може бути проведена за допомогою аналізу даних, опитувань виборців, а також через спостереження за змінами у громадській думці та реакціями на різні ініціативи кампанії.

Для забезпечення ефективності умов успішної передвиборної кампанії важливо провести глибокий аналіз політичної, економічної та соціокультурної обстановки. На основі цього аналізу слід розробити гнучку стратегію, здатну адаптуватися до умов, що змінюються, і максимально ефективно використовувати наявні можливості.

Крім того, необхідно активно керувати іміджем та репутацією кандидата чи партії, формуючи їх відповідно до поставлених цілей кампанії. Це може передбачати використання різних комунікаційних стратегій, у тому числі через соціальні мережі та інші медіа.

Також важливо готуватися до можливих змін у політичному середовищі та гнучко реагувати на нові виклики та можливості. Мобілізація виборців також відіграє ключову роль в успішній кампанії, тому важливо активно взаємодіяти з ними, мотивувати до участі у виборах і підтримці кандидата чи партії.

Використання інноваційних технологій також може значно збільшити ефективність передвиборчої кампанії, дозволяючи ефективно досягати цільової аудиторії, мобілізувати прихильників і формувати громадську думку. При плануванні передвиборної кампанії, особливо в сучасній цифровій епосі, важливо приділити увагу ефективному використанню технологій. Вони можуть стати ключовим чинником успіху.

Аналіз цільової аудиторії є першим кроком. Важливо використовувати технології аналітики даних для вивчення інтересів, уподобань та поведінки цільової аудиторії. Це допоможе краще зрозуміти, які повідомлення та методи комунікації будуть найефективнішими.

Цифровий маркетинг теж стає важливим інструментом. Важливо скористатися цифровими маркетинговими інструментами, такими як реклама у соціальних мережах, контекстна реклама, електронна пошта тощо, для привернення уваги виборців та формування позитивного образу кандидата чи партії.

Мобільні технології також відіграють важливу роль. Корисно враховувати мобільність виборців та використовувати мобільні програми, SMS-розсилки та інші мобільні технології для комунікації з ними та мобілізації прихильників.

Соціальні мережі – ще один потужний інструмент. Активне їх залучення для поширення інформації про кампанію, взаємодії з виборцями, обговорення актуальних питань та формування громадської думки, також може суттєво сприяти кампанії. Водночас аналітика та керування даними допоможуть постійно відстежувати результати дій і корегувати стратегію відповідно до отриманих даних.

Нарешті, навчання та розвиток команди відіграють ключову роль. Важливо забезпечити команду необхідними знаннями та навичками для роботи зі сучасними технологіями. Це дозволить їм максимально ефективно використовувати всі можливості, що надаються інформаційними технологіями.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у вивченні інших, додаткових, чинників, які сприяють ефективності проведення передвиборчої кампанії.

Використані джерела:

1. Винничук О. та Кобильник В. (2023). Практика застосування виборчих технологій під час президентських виборчих кампаній: український досвід. Політологічний вісник. 272-284. <https://doi.org/10.17721/2415-881x.2023.90.272-284>
2. Доскіч Л. (2022). Інтернет-технології: від допоміжного інструменту політичного просування до найважливішого компонента виборчих кампаній. Науковий журнал «Бібліотекознавство. Рекордознавство. Інформологія». <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2022.266971>
3. Конет А. (2021). Технології маніпуляції під час президентських виборів 1999 року в Україні. Медіафорум: Аналітика, Прогнози, Управління Інформацією. 9. 170-185. <https://doi.org/10.31861/mediaforum.2021.9.170-185>
4. Мінаєва Л. (2024). Потенціал цифрових технологій у виборчих кампаніях. Комунікологія. 12. 13-27. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2024-12-1-13-27>

5. Поліщук О. (2017). Еволюція виборчих технологій у виборчих кампаніях в Україні. Вісник Ярослава Мудрого НЮУ: Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2. 234-245. <https://doi.org/10.21564/2075-7190.33.109800>
6. Прудкий Б. (2024). Актуальні питання правового регулювання політичної реклами у виборчих кампаніях у соціальних мережах. Вісник Ужгородського національного університету. Серія: Право. 1. 138-144. <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.81.1.21>
7. Фролова О. та Кайло М. (2022). Інформаційна політика країн в умовах виборчих кампаній на прикладі США та України. Міжнародні та політичні дослідження. 203-212. <https://doi.org/10.18524/2707-5206.2022.35.259155>
8. Mwaura J., Dambo T., Ataguba O., Mare A., Mukhongo L., Chuma W. & Mano W. (2023). Digital technologies and revolution in Africa: complexities, ambivalences, and contextual realities. AoIR Selected Papers of Internet Research. <https://doi.org/10.5210/spir.v2023i0.13524>
9. Sarma P. & Hazarika T. (2023). Social media and election campaigns: an analysis of the usage of twitter during the 2021 assam assembly elections. International journal of social science research and review. 6. 96-117. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v6i2.857>
10. Thankgod Oyinmiebi P., & Inokoba P. (2024). Electoral technology and credible elections in Nigeria: a study of the 2023 presidential election. 2. 56. https://www.researchgate.net/publication/378680030_ELECTORAL_TECHNOLOGY_AND_CREDIBLE_ELECTIONS_IN_NIGERIA_A_STUDY_OF_THE_2023_PRESIDENTIAL_ELECTION/citation/download

References:

1. Doshch L. (2022). Internet technologies: from an auxiliary tool of political promotion to the most significant component of election campaigns. Scientific journal "Library Science Record Studies Informology". <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2022.266971>
2. Frolova O. & Kaylo M. (2022). Information policy of the countries in the conditions of electoral campaigns on the example of the USA and Ukraine. International and Political Studies. 203-212. <https://doi.org/10.18524/2707-5206.2022.35.259155>
3. Konet A. (2021). Technologies of manipulation during the presidential elections of 1999 in Ukraine. Mediaforum : Analytics, Forecasts, Information Management. 9. 170-185. <https://doi.org/10.31861/mediaforum.2021.9.170-185>
4. Minaeva L. (2024). Potential of Digital Technologies in Election Campaigns. Communicology. 12. 13-27. <https://doi.org/10.21453/2311-3065-2024-12-1-13-27>
5. Mwaura J., Dambo T., Ataguba O., Mare A., Mukhongo L., Chuma W. & Mano W. (2023). Digital technologies and revolution in Africa: complexities, ambivalences, and contextual realities. AoIR Selected Papers of Internet Research. <https://doi.org/10.5210/spir.v2023i0.13524>
6. Polishchuk O. (2017). Evolution of electoral technologies in the election campaigns in Ukraine. Bulletin of Yaroslav the Wise NYU: Series: Philosophy, philosophy of law, political science, sociology. 2. 234-245. <https://doi.org/10.21564/2075-7190.33.109800>
7. Prudkyi B. (2024). Current issues of legal regulation on political advertising in election campaigns in social media. Uzhhorod National University Herald. Series: Law. 1. 138-144. <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2024.81.1.21>
8. Sarma P. & Hazarika T. (2023). Social media and election campaigns: an analysis of the usage of twitter during the 2021 assam assembly elections. International journal of social science research and review. 6. 96-117. <https://doi.org/10.47814/ijssrr.v6i2.857>
9. Thankgod Oyinmiebi P., & Inokoba P. (2024). Electoral technology and credible elections in Nigeria: a study of the 2023 presidential election. 2. 56. https://www.researchgate.net/publication/378680030_ELECTORAL_TECHNOLOGY_AND_CREDIBLE_ELECTIONS_IN_NIGERIA_A_STUDY_OF_THE_2023_PRESIDENTIAL_ELECTION/citation/download
10. Vinnichuk O. & Kobylnyk V. (2023). The practice of applying electoral technologies during presidential electoral campaigns: Ukrainian experience. Politology bulletin. 272-284. <https://doi.org/10.17721/2415-881x.2023.90.272-284>

Dmytro Osmak,

*PhD student of the Department of Political Science
Mykhailo Drahomanov Ukrainian State University*

Effectiveness of Electoral Campaigns: Factors, Conditions, Technologies

The use of the latest technologies during elections causes heated discussions among scientists, politicians and the public, therefore the formation of the political system of society largely depends on the system of elections to political authorities. Problems of conducting credible elections, such as are not characterized by false and manipulated voter lists, underage voting, voter identification problems, bias of election management bodies, manipulation of results,

use of state security force, electoral violence, ethnic and religious campaigns that discredit a group or individual, lack of fairness and an uneven playing field for participants.

Purpose: to work out the components of the conceptual apparatus of the "successful election campaign" system, which was achieved through the following tasks: to study world and domestic scientific opinion on the topic; describe the concepts of "efficiency of the factor", "efficiency of conditions", "efficiency of technology" in the context of the political race; provide recommendations on the qualitative application of the specified concepts in practice.

The article analyzes various vectors of political opinion regarding the effectiveness of the pre-election race. The article outlines three basic categories that affect the effectiveness of election campaigns and provides practical recommendations for the qualitative application of the concepts of "factor effectiveness", "condition effectiveness", "technology effectiveness" in the conditions of the election campaign and with the aim of its successful completion and effectiveness. The prospect of further research in the study of other, additional factors that contribute to the effectiveness of the election campaign will be in the next paper.

Keywords: *elections, political sphere, campaign components, process efficiency, electoral success.*