

Наталія Ротар¹**Функціонування інституту політичних партій в умовах цифрових трансформацій політичного поля: тенденції, проблеми та перспективи**

В статті здійснено дослідження основних тенденцій, проблем та перспектив функціонування політичних інститутів в умовах цифрових трансформацій політичного поля на прикладі інституту політичних партій. Дослідження впливу цифрових трансформацій на організацію діяльності інституту політичних партій довело, що відбулися зміни в організації внутрішньопартійної демократії, переосмисленні формату партійного лідерства, партійного членства та форм взаємодії між лідерами і членами політичних партій. Цифрові засоби партійної діяльності децентралізували процес прийняття рішень на рівні партійної організації: якщо імпульсу до цифрових змін партійної організації мав зовнішню природу та спрямовувався на стрімке й ривке розгортання, то адаптація до децентралізації процесу ухвалення рішень на рівні партії набувала агресивних та травматичних форм. Здійснений аналіз взаємозв'язку між виборчими стратегіями політичних партій та рівнем інтеграції цифрових інструментів в їх діяльність дозволив дійти висновку про те, що активне розгортання цифрових трансформацій політичного поля не призвело до витіснення традиційних каналів комунікації, на які покладаються політичні партії в своїй діяльності. відбулося формування гібридної моделі партійних комунікацій на основі поєднання цифрових та традиційних каналів, адаптація якої до умов конкретної політичної системи залежить від низки контекстуальних факторів, таких як структура політичної системи, тип політичної культури, норми партійного, виборчого та цифрового законодавства, система ЗМК, характеристики електоральної моделі політичної участі. Вивчення характеру змін в організації партійних комунікацій засобами цифрових комунікаційних інструментів вказує на те, що вони визначаються достатньо повільним процесом впровадження цифрових трансформацій, що пов'язано з безпековими ризиками, етикою комунікації між членами партії, легітимністю цифрових каналів комунікації та звуженим розумінням прозорості внутрішньопартійних комунікацій.

Ключові слова: політичний інститут, політичні партії, політичний процес, цифрові трансформації, цифрова демократія, політична комунікація, цифровий контент, штучний інтелект.

Nataliia Rotar¹**Functioning of the Institute of Political Parties in the Context of Digital Transformations of the Political Sphere: Trends, Problems and Prospects**

The article studies the main trends, problems and prospects of the functioning of political institutions in the context of digital transformations of the political sphere using the example of the institution of political parties. The study of the impact of digital transformations on the organization of the activities of the institution of political parties has shown that there have been changes in the organization of intra-party democracy, a rethinking of the format of party leadership, party membership and forms of interaction between leaders and members of political parties. Digital means of party activity

¹ Доктор політичних наук, професор кафедри політології та державного управління Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича, Україна.

Doctor of Political Science, Professor of the Department of Political Science and Public Administration of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University, Ukraine.

E-mail: n.rotar@chnu.edu.ua; <https://orcid.org/0000-0002-6430-3460>.

have decentralized the decision-making process at the level of the party organization: if the impulse to digital changes in the party organization was external in nature and aimed at rapid and abrupt deployment, then adaptation to the decentralization of the decision-making process at the party level has taken aggressive and traumatic forms. The analysis of the relationship between the electoral strategies of political parties and the level of integration of digital tools into their activities led to the conclusion that the active deployment of digital transformations of the political field did not lead to the displacement of traditional communication channels that political parties rely on in their activities. A hybrid model of party communications was formed based on a combination of digital and traditional channels, the adaptation of which to the conditions of a specific political system depends on a number of contextual factors, such as the structure of the political system, the type of political culture, the norms of party, electoral and digital legislation, the mass media system, and the characteristics of the electoral model of political participation. The study of the nature of changes in the organization of party communications using digital communication tools indicates that they are determined by a rather slow process of implementing digital transformations, which is associated with security risks, ethics of communication between party members, the legitimacy of digital communication channels and a narrow understanding of the transparency of intra-party communications.

Keywords: political institution, political parties, political process, digital transformations, digital democracy, political communication, cyber content, artificial intelligence.

Постановка проблеми. Цифрові трансформації політичних інститутів та процесів, які сьогодні є предметом численних наукових дискусій, в ліберальних демократіях прив'язуються до концептуальних рамок цифрової демократії. Попри те, що поняття *цифрова демократія* досі не має чіткого й однозначного визначення, в сучасній політичній науці його зміст розгортається через поєднання аналітичного та нормативного вимірів. В аналітичному вимірі цифрова демократія уможливорює дослідження наслідків використання цифрових технологій, їх впливу на умови, інститути та практики функціонування політичних інститутів, моделі політичної участі та організацію дискурсу демократичного управління. У нормативному вимірі, концепт цифрової демократії вказує на відкритість демократії до інновацій на рівні організації політичного процесу та мінливість засобів демократичного урядування під впливом суспільно значимих технологій. Разом з тим, і аналітичний, і нормативний виміри цифрової демократії закріплюють за цифровою інфраструктурою демократії посередницьку функцію. У ширшому вимірі цифрова демократія є складовою процесу цифрових трансформацій політичного поля, в якому відбувається функціонування політичних інститутів. Саме тому, аналіз основних тенденцій функціонування політичних інститутів в умовах цифрових трансформацій є актуальним завданням сучасної політичної науки. Фокусування дослідницької уваги на тенденціях змін у функціонуванні інституту політичних партій, що відбуваються в умовах цифрових трансформацій політичного поля, зумовлене функцією артикуляції політичних інтересів, яка є однією з найбільш важливих для вироблення політики на рівні інститутів політичного представництва.

Аналіз останніх дослідження та публікацій. Функціонування інституту політичних партій в умовах цифрових трансформацій політичного поля є актуальним дослідницьким напрямом для сучасної політичної науки, початок формування якого варто асоціювати з дослідженням Х. Маргеттс «Кібер-партії», опублікованого в 2006 р.². В його рамках відбулася постановка проблеми, що відображає основну тенденцію змін на рівні політичних інститутів. Відтоді дослідницьке поле проблеми трансформацій інституту політичних партій під впливом цифрового середовища та засобами цифрових інструментів набуло певних сталих форм. М. Боссетта та Р. Шмекель³, Е. де Блазіо та Л. Вівіані⁴, М. Дезеріс⁵, Е. Двоскін та Н. Тіку⁶, П. Гербаудо⁷,

² Margetts, H. (2006). Cyber-Parties. In: Katz R. S., Crotty W. (eds.). Handbook of party politics. London: SAGE Publications, p. 528–535.

³ Bossetta, M., Schmøkel, R. (2023). Cross-platform emotions and audience engagement in social media political campaigning: Comparing candidates' Facebook and Instagram images in the 2020 US election. *Political Communication*, Vol. 40(1), p. 48–68.

⁴ De Blasio, E., Viviani, L. (2020). Platform Party between Digital Activism and Hyper-Leadership: The Reshaping of the Public Sphere. *Media and Communication*, Vol. 8(4), p. 16–27.

У. Русманн⁸ дослідили ті нові інструменти партійної комунікації з виборцями, які сформувалися під впливом цифровізації політичного процесу засобами Big Data, алгоритмів машинного навчання, соціальних мереж, мобільних додатків, платформ для онлайн-голосування та платформ для участі у партійних дискусіях в реальному часі. С. Скарроу, С. Ачурі, К. Косіара-Педерсен та ван Е. Хаут⁹ сфокусували свій дослідницький інтерес на проблемі змін в організаційній структурі політичних партій, які відбулися та є потенційно можливими в процесі розгортання цифровізації діяльності політичних інститутів. Важливим є дослідження Ф. Волькенштейна¹⁰, в якому науковець довів необхідність більшої відкритості внутрішніх структур політичних партій для дослідників. Дослідницьку увагу політологів привернули проблеми регламентації та організації внутрішньопартійного голосування та процесу деліберації (М. Дезеріс¹¹; А. Флоридія, Р. Віньяті¹²; Л. Моска¹³), розподілу завдань між членами партії (С. Скарроу¹⁴), забезпечення прозорого характеру процесу прийняття рішень (Г. Лупато та М. Мелоні¹⁵). Попри сформований інтерес до предмету дослідження, перед політичною наукою постає завдання більш глибокого та порівняльного вивчення питання безпеки внутрішнього пулу партійної інформації, захисту персональних даних виборців, боротьби з маніпуляціями в онлайн-просторі, цифрової (не)рівності політичних партій та членів партій.

Метою даного дослідження є визначення основних тенденцій, проблем та перспектив функціонування політичних інститутів в умовах цифрових трансформацій політичного поля на прикладі інституту політичних партій. Для досягнення означеної мети необхідно вирішити низку дослідницьких завдань: по-перше, дослідити вплив цифрових трансформацій на організацію діяльності інституту політичних партій; по-друге, проаналізувати взаємозв'язок між виборчими стратегіями політичних партій та рівнем інтеграції цифрових інструментів в їх діяльність; по-третє, визначити характер змін в організації партійних комунікацій засобами цифрових комунікаційних інструментів.

Методологічні принципи та методи дослідження. В осмисленні цифрової демократії та цифрових трансформацій політичного поля привертають увагу дві методологічні тенденції: деінституціоналізації та реінституціоналізації. Прихильники ідеї деінституціоналізації як політичного потенціалу цифрової демократії наголошували на руйнівному потенціалі цифрових

⁵ Deseriis, M. (2020). *Two Variants of the Digital Party: The Platform Party and the Networked Party* (1.0) [Data set]. University of Salento.

⁶ Dwoskin, E., Tiku, N. (2020). Facebook sent home thousands of human moderators due to the coronavirus. Now the algorithms are in charge. *The Washington Post*. March 24, available at: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/03/23/facebook-moderators-coronavirus/> (accessed 25 February 2025).

⁷ Gerbaudo, P. (2019). The Platform Party: The Transformation of Political Organisation in the Era of Big Data. In: Chandler D., Fuchs C. (eds.). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data* University of Westminster Press, p. 187–198.

⁸ Russmann, U. (2022). Social media as strategic campaign tool: Austrian political parties use of social media over time. In: Taras D., Davis R. (eds.). *Electoral campaigns, media, and the new world of digital politics*. University of Michigan Press, p. 263–282.

⁹ Scarrow, S. E., Achury, S., Kosiara-Pedersen, K., van Haute, E. (2016). Party Members' Preferences and the Changing Nature of Party Representation: Does Representation Change when Parties become Mini-Republics? *Paper Prepared for 2016 Midwest Political Science Association Annual Meetings*, April 6–9. Chicago, available at: https://www.researchgate.net/publication/303304351_Party_Members'_Preferences_and_the_Changing_Nature_of_Party_Representation_Does_Representation_Change_when_Parties_become_Mini-Republics (accessed 25 February 2025).

¹⁰ Wolkenstein, F. (2018). Intra-party democracy beyond aggregation. *Party Politics*, Vol. 24(4), p. 323–334.

¹¹ Deseriis, M. (2019). Digital movement parties: A comparative analysis of the technopolitical cultures and the participation platforms of the Movimento 5 Stelle and the Piratenpartei. *Information, Communication & Society*, Vol. 23(12), p. 1770–1786.

¹² Floridia, A., Vignati, R. (2014). Deliberativa, diretta o partecipativa?: Le sfide del Movimento 5 stelle alla democrazia rappresentativa. *Quaderni di Sociologia*, Vol. 65, p. 51–74.

¹³ Mosca, L. (2020). Democratic vision and online participatory spaces in the Italian Movimento 5 Stelle. *Acta Politica. Acta Polit.* Vol. 55, p. 1–18.

¹⁴ Scarrow, S. E. (2018). Multi-Speed Parties and Representation: The Evolution of Party Affiliation in Germany. *German Politics*, Vol. 28(2), p. 162–182.

¹⁵ Lupato, G. F., Meloni, M. (2021). Digital Intra-Party Democracy: An Exploratory Analysis of Podemos and the Labour Party. *Parliamentary Affairs*, Vol. 76(1), p. 22–42.

інструментів, які незворотно «деінституціоналізують» політичні інститути, трансформують інститут виборів та змінюють структуру політичного простору таким чином, що політичні інститути втрачають свою актуальність для організації політичного процесу¹⁶. Основним цифровим інструментом, що деінституціоналізує політику та політичні інститути, на думку дослідників цифрових трансформацій, є цифрові комунікаційні послуги, що надаються суб'єктами, які перебувають поза полем політики¹⁷. Соціальні комунікаційні платформи, опираючись на внутрішні алгоритми (ехокамери і соціальних ботів) та бізнес-моделі, спотворюють демократичний політичний дискурс¹⁸, концентрують комунікаційну владу, підриваючи здатність суспільства до політичного самовизначення.

Прихильники ідеї реінституційного потенціалу цифрової демократії виходять з її означення як експериментального середовища, сприятливого для оновлення функціональності існуючих інститутів демократії у вимірах прозорості та підзвітності: по-перше, цифрова демократія трансформує законодавчу функцію парламенту щодо нормативно-правового закріплення соціальних відносин, надаючи цифрові можливості участі громадських організацій у формуванні політичного порядку денного та використанні інструментів медіа-лобіювання; по-друге, політичні партії-платформи прагнуть здійснювати процес формування політичної волі через більш прозору та відкриті для всіх кола партійного членства; по-третє, інститути громадянського суспільства починають опиратися на цифрові моделі консультативно-дорадчої взаємодії з політичними інститутами національного та регіонального рівнів політики¹⁹.

На нашу думку, обидва підходи (деінституціоналізації та реінституціоналізації) означають тенденції змін на рівні механізмів, інструментів та практик організації демократичного політичного процесу та функціонування політичних інститутів в умовах цифрових трансформацій політичного поля. Цифрові технології не слід розглядати як незалежні інструменти демократії чи політичних змін, оскільки вони, за означенням К. Хубіга, визначають «простір можливостей»²⁰, в якому формуються та перевіряються припущення того, як демократія може використовувати цифрові інструменти політики, зокрема і цифрові медіа-системи. Простір можливостей, що формується цифровими технологіями, поглиблює стан невизначеності для демократичних політичних процедур, оскільки цифрові інструменти політики, особливо на рівні неінституціоналізованих суб'єктів, можуть означати широкий діапазон проєктованого результату політичних дій: від зменшення ресурсних витрат на координацію дій політичних акторів до амбіцій демократизації демократії чи зміни принципів розподілу влади в структурах демократичного політичного управління.

Разом з тим, попри варіативність інтерпретацій, цифрова демократія, як концептуальна рамка цифрових трансформацій політичного поля, залишає за політичними інститутами роль ядра політичної системи, вказуючи лише на зміни середовища та інструментів, які вони використо-

¹⁶ Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, Vol. 22(2), p. 147–162; Coleman, S. (2017). *Can the internet strengthen democracy?* Polity Press.

¹⁷ De Blasio, E., Viviani, L. (2020). Platform Party between Digital Activism and Hyper-Leadership: The Reshaping of the Public Sphere. *Media and Communication*, Vol. 8(4), p. 16–27; Howard, P. N. (2020). *Lie machines: How to save Democracy from troll armies, deceitful robots, junk news operations, and political operatives*. Yale University Press; Bennett, W. L., Livingston, S. (eds.). (2020). *The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication in the United States*. Cambridge University Press; Urbinati, N. (2019). *Me the people: How populism transforms democracy*. Harvard University Press.

¹⁸ Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Viking; Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.

¹⁹ Deseriis, M. (2020). *Two Variants of the Digital Party: The Platform Party and the Networked Party* (1.0) [Data set]. University of Salento; Gerbaudo, P. (2019). The Platform Party: The Transformation of Political Organisation in the Era of Big Data. In: Chandler D., Fuchs C. (eds.). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data* University of Westminster Press, p. 187–198; Bua, A., Bussu, S. (2021). Between governance-driven democratisation and democracy-driven governance: Explaining changes in participatory governance in the case of Barcelona. *European Journal of Political Research*, Vol. 60(3), p. 716–737.

²⁰ Hubig, C. (2015). *Grundlinien einer dialektischen Philosophie der Technik. Band 1: Technikphilosophie als Reflexion der Medialität*, available at: <https://www.transcript-verlag.de/978-3-89942-431-7/die-kunst-des-moeglichen-i/> (accessed 25 February 2025).

вують під час виконання своїх функцій. Цифрові технології інтегруються в структуру політичних інститутів демократії, опосередковуючи, таким чином, сукупність соціальних, культурних та економічних змін, що вже відбулися під впливом цифрових технологій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одна з найбільш помітних тенденцій впливу цифрових трансформацій на функціонування інституту політичних партій відображена в змінах його організаційних моделей. Свого часу ми привертали увагу дослідницької спільноти до потенціалу цифрового оновлення організації партійної діяльності в контексті інституту партійного членства²¹. Від тоді в політичних практиках поширення набули політичні партії нового покоління, які використовують логіку та організаційну структуру цифрових платформ: Піратські партії (Pirate Parties) у Північній Європі, Рух п'яти зірок (Five Star Movement) в Італії, Подемос (Podemos) в Іспанії. Політичні партії з тривалою політичною історією, приміром Лейбористська партія (Велика Британія), PSOE (Іспанська соціалістична робітничка партія), Соціал-демократична партія Німеччини, також розпочали процес інноваційного оновлення партійної організаційної форми, пов'язаний з розвитком цифрових технологій. Зауважимо, що опертя на цифрові платформи в організації партійної діяльності та використання цифрових платформ для оновлення механізму партійної діяльності дозволяє означити дві тенденції впливу цифрових трансформацій на організаційну модель сучасних партій. В першому випадку партія є цифровим продуктом з відповідною новою організаційною моделлю, що функціонує в полі політики, та є належною до партійної системи конкретного суспільства, в другому – партія не змінює структури своєї організаційної моделі, але за допомогою цифрових засобів формує й реалізує нові принципи комунікативної взаємодії всередині партії та в системі *партія – партійна система – політична система – суспільство*.

На думку П. Жербаудо, центральна роль цифрових платформ у функціонуванні цифрових партій, уможливило їх означення за допомогою нової альтернативної категорії – «партія-платформа»²². Для такого типу партій дослідник визначив низку фундаментальних характеристик: (1) спосіб, в який політичні партії опановують цифрові інновації, є апробованим в сфері цифровізації бізнесу; (2) імітація узгодження інтересів засобами цифрових платформ (дезінтермедіація); (3) відкритий та динамічний формат партійного членства в партії; (4) активне застосування цифрових платформ за відсутності їх впливу на якість внутрішньопартійного дискурсу та залучення до участі в партійній діяльності²³. Останню характеристику партій-платформи П. Жербаудо позиціонує як чинник формування *реактивної внутрішньопартійної демократії*²⁴, коли рядові члени партії не втрачають можливість впливати на формування партійного порядку, але надмірна кількість інформації на цифрових платформах політичних партій підживлює реактивну стратегію рядових членів як реагування на пропозиції партійного керівництва.

Зміни в організації внутрішньопартійної демократії, що відбуваються під впливом цифрових трансформацій політичного, зумовили необхідність переосмислення партійного лідерства, партійного членства та форм взаємодії між лідерами та членами політичних партій, що опираються на цифрові інструменти партійної діяльності. На нашу думку, варті уваги декілька вимірів трансформації внутрішньопартійної демократії. По-перше, в цифрових партіях відбулися суттєві зміни в розумінні форм та формату партійного членства: модель вільного набуття членства в партії не передбачає перевірки на дотримання норм та правил партійної діяльності, фінансової підтримки партії, участі в її політичній діяльності, формалізованого членства. Наприклад, для набуття членства в La France Insoumise достатньо написати своє ім'я та адресу електронної пошти, натиснути «я підтримую»²⁵. Більш складна процедура набуття

²¹ Ротар, Н. (2007). *Політична участь громадян України у системних трансформаціях перехідного періоду*. Рута, Чернівці. [Rotar, N. (2007). *Politychna uchast hromadian Ukrainy u systemnykh transformatsiiakh perekhidnoho periodu*. Ruta, Chernivtsi.].

²² Gerbaudo, P. (2019). The platform party: The transformation of political organisation in the era of Big Data. In: Chandler D., Fuchs C. (eds.). *Digital objects, digital subjects*. London: University of Westminster Press, p. 187–198.

²³ Gerbaudo, P. (2019). *The digital party: Political organisation and online democracy*. Pluto Press, London; Gerbaudo, P. (2019) Are digital parties more democratic than traditional parties? Evaluating Podemos and Movimento 5 Stelle's online decision-making platforms. *Party Politics*, Vol. 27(4), p. 730–742.

²⁴ Gerbaudo, P. (2019). *Op.cit.*, p. 17.

²⁵ La France Insoumise (2025). Je Rejoins, available at: <https://lafranceinsoumise.fr/> (accessed 25 February 2025).

членства за допомогою цифрових засобів передбачена на офіційному сайті «ВО «Батьківщина»: «Надати особисту письмову заяву про бажання стати членом партії до громадської приймальні найближчої партійної організації»²⁶, або заповнити заяву на сайті та надати згоду на обробку персональних даних згідно з Законом України «Про захист персональних даних». Рішення про набуття членства може бути прийняте будь-яким статутним органом «ВО «Батьківщина».

По-друге, цифрові засоби партійної діяльності децентралізували процес прийняття рішень на рівні партійної організації, оскільки: порушили жорстку ієрархічну модель комунікації, витіснивши середню ланку партійної еліти з поля вироблення партійної політики; трансформували процедури відбору кандидатів до партійного керівництва та виборчих списків партій; змінили принципи організації внутрішньопартійного дискурсу та формування його тематичного наповнення²⁷. Для означення наслідків децентралізації процесу прийняття рішень на рівні партійної організації внаслідок порушення традиційного балансу між партійним лідерством, функціональною (середньою) партійною ланкою та рядовими членами партії принципове значення має характер імпульсу до цифрових змін партійної організації. Якщо цей імпульс мав внутрішню природу та еволюційне спрямування, то адаптація до децентралізації процесу ухвалення рішень на рівні партії відбувалася в м'яких формах, що уможливлювало збереження людського капіталу та поступове опанування цифрових інструментів партійного менеджменту. Тоді ж, коли характер імпульсу до цифрових змін партійної організації мав зовнішню природу та спрямовувався на стрімке й ривке розгортання, то адаптація до децентралізації процесу ухвалення рішень на рівні партії набувала агресивних та травматичних форм, насамперед для партійних менеджерів середнього рівня, функції яких перекладалися на цифрові соціальні мережі. Таким чином відбувалося поглиблення дистанції між партійними лідерами та рядовими членами партії та втрачалася мотивація до партійної кар'єри.

По-третє, цифрова модель організації партійної діяльності на рівні партій-платформ спрямована на інтеграцію принципів прямої демократії, створює ризики для партійного лідерства та відповідної ієрархічної будови системи *лідер партії – рядові члени партії*. Зауважимо, що подібні спроби ліквідації (обмеження) ієрархічної будови організаційної моделі політичної партії були характерними для партій зелених межі 1970-1980-х рр., але вони виявилися невдалими²⁸. На нашу думку, доти, доки інститут політичних партій функціонуватиме, зокрема, і через систему партійних осередків (організацій) та партійне лідерство, варто розвивати цифрові інструменти перманентного партисипативного представництва рядових членів партії в організації партійної діяльності, що дозволить зберігати динамічний баланс між демократичною легітимністю та організаційною ефективністю, характерний для більшості традиційних європейських політичних партій.

По-четверте, цифрові платформи та соціальні мережі сприяли розширенню кола суб'єктів деліберації під час формування політичного прядку денного, актуального для політичної партії. Але, як стверджують Р. Гібсон, Ф. Греффет, М. Кантіюх²⁹ та С. Скарроу³⁰, самопозиціонування на етапі формування політичного порядку денного не означає, що члени партії в подальшому використовуватимуть більш активні форми політичної участі, зокрема, й коли йдеться про впровадження партійної політики. Як наслідок, цифрові трансформації розвиватимуть межі інституту політичних партій.

Організаційні зміни на рівні інституту політичних партій, що відбулися під впливом цифрових трансформацій політичного поля, вплинули на формування потреби більш активного застосування цифрових інструментів у виборчих стратегіях політичних партій. У більшості демократичних країн виборчі кампанії поступово все більшою мірою стають цифровими через те, що політичні партії та кандидати опираються на всю варіативність доступних цифрових

²⁶ Батьківщина (2025). Як вступити? [Batkivshchyna (2025). Yak vstupyty?], available at: <https://ba.org.ua/yak-vstupiti/> (accessed 25 February 2025).

²⁷ Borz, G., Janda, K. (2018). Contemporary trends in party organization: Revisiting intra-party democracy. *Party Politics*, Vol. 26(1), p. 3–8.

²⁸ Poguntke T. (1993). *Alternative Politics: The German Green Party*. Edinburgh UP, Edinburgh.

²⁹ Gibson, R. K., Greffet, F., Cantijoch, M. (2017). Friend or Foe?: Digital Technologies and the Changing Nature of Party Membership. *Political Communication*, Vol. 34(1), p. 89–111.

³⁰ Scarrow, S. E. (2018). Multi-Speed Parties and Representation: The Evolution of Party Affiliation in Germany. *German Politics*, Vol. 28(2), p. 162–182.

інструментів електорального самопозиціонування та переконання, а соціальні медіа набувають статусу ядра у цифрових політичних комунікаціях³¹. Розгортання зацікавленості політичних партій у використанні цифрових інструментів електоральної конкуренції відбувалося через публічне позиціонування інтересу до цифрових каналів комунікації, вироблення принципів політичної діяльності за їх допомогою та прагматизацію використання цифрових інструментів політичної взаємодії. Політичні партії були і залишаються зорієнтованими, насамперед, на використання цифрових інструментів комунікації для таргетування різних сегментів електорату, полегшення комунікації між членами партії та виробництва контенту, що привертає увагу до їх політичної діяльності.

В Європейському Союзі, цифрові інструменти (переважно Twitter) вперше були використані під час виборів до Європарламенту у 2009 р., але вони не були частиною електоральної стратегії політичних партій, відтак не інтегровані до структури виборчих кампаній³². Партії використовували цифрові канали з метою здійснення моніторингу діяльності партій-конкурентів та наповнення власних веб-сайтів задля забезпечення швидкого доступу до програмних та інформаційних матеріалів. В європейському електоральному циклі 2009–2014 рр. існував консенсус щодо сталості ролі традиційних медіа, які за силою впливу не поступалися цифровим інструментам політичної комунікації. Це пояснюється, на нашу думку, по-перше, новизною соціальних мереж як інструменту політичної комунікації, переваги якого ще не були доведені; по-друге, цифрові мережі мали недостатньо критичну кількість користувачів-виборців; по-третє, технології цифрового зв'язку були надто повільними для організації комунікаційної взаємодії партій з виборцями в умовах електорального процесу. Але, від часу виборів до Європарламенту 2014 р. цифрові канали комунікації повністю інтегрувалися до партійних передвиборчих кампаній та пов'язувалися з очікуваннями зростання інтересу виборців до політики, партійної діяльності та зменшення дистанції між партійними лідерами та виборцями. Таким чином, цифрові інструменти партійної політики наділялися потенціалом організаційного та мобілізаційного ефектів, але прориву у використанні цифрових комунікацій політичних партій не відбулося, вони стали тим перспективним каналом політичної комунікації, що використовуватиметься для створення, спрямування та реагування в полі європейського електорального дискурсу. Під час виборів до Європарламенту, які відбувалися у 2019 та 2024 рр. політичні партії опиралися на більш прагматичний підхід щодо цифрових каналів комунікації, зокрема, й через те, що вони спростили і здешевіли для партій проведення комунікаційних кампаній.

Попри те, що на сьогодні цифрові технології посідають центральне місце в системі збору даних та адаптації повідомлень для цільових груп виборців в усіх розвинених демократіях, організація виборчих партійних кампаній тільки на основі даних є характерною для політичних практик для американських політичних партій. Для політичних партій європейських держав, як зазначають Г. Кеффорд, К. Доммет, Дж. Болдуїн-Філіппі, С. Баннерман, Т. Доббер, С. Крушинські, С. Майер та Е. Ржепецький, бракувало інституційної та ресурсної спроможності, тому вони опиралися на принцип адаптації передвиборчої агітації до цифрових можливостей виборців³³. Тобто, активне розгортання цифрових трансформацій політичного поля не призвело до витіснення традиційних каналів комунікації, на які покладаються політичні партії в своїй діяльності. Швидше, відбулося формування гібридної моделі партійних комунікацій на основі поєднання цифрових та традиційних каналів, адаптація якої до умов конкретної політичної системи залежить від низки контекстуальних факторів, таких як структура політичної системи, тип політичної культури, норми партійного, виборчого та цифрового законодавства, система ЗМК, характеристики електоральної моделі політичної участі. Тобто, цифровізація партійної діяльності під час виборчого процесу та агрегування суспільних інтересів не передбачає

³¹ Grusell, M., Nord, L. (2020). Setting the trend or changing the game? Professionalization and digitalization of election campaigns in Sweden. *Journal of Political Marketing*, Vol. 19(3), p. 258–278; Russmann, U. (2022). Social media as strategic campaign tool: Austrian political parties use of social media over time. In: Taras D., Davis R. (eds.). *Electoral campaigns, media, and the new world of digital politics*. University of Michigan Press, p. 263–282.

³² Demicom (2010). *Election campaign party interviews 2010*. Demicom, Mid Sweden University.

³³ Kefford, G., Dommett, K., Baldwin-Philippi, J., Bannerman, S., Dobber, T., Kruschinski, S., Kruikeimeier, S., & Rzepecki, E. (2022). Data-driven campaigning and democratic disruption: Evidence from six advanced democracies. *Party Politics*, Vol.29(3), p. 448–462.

витіснення цифровими каналами традиційних каналів партійної комунікації, що робить таку гібридну модель «динамічною та мінливою»³⁴, залежною від політики цифрових платформ, на яких розгортаються партійні комунікаційні канали. Така залежність здатна, одного боку, генерувати ризики залежності цифрових форм партійної комунікації від цифрових технологій соціальних мереж, з іншого – посилити мережеві характеристики партійних комунікацій, особистісно-зорієнтований вплив на виборця, відкритість для зовнішніх впливів та нетипових для партійної риторики наративів.

Завдяки цифровим інструментам соціальних мереж нової динаміки набули можливості політичних партій в організації політичної дискусії (формування порядку денного партійної політики) та комунікації з виборцями (цільовими групами) на цифрових платформах. Цифровізація соціальних мереж не тільки спростила застосування алгоритмів комунікації в системі *політична партія – виборець*, але й сприяла оперативному створенню партійного контенту та формуванню комунікаційного поля на рівні виборців, часом, позбавленого впливу офіційної партійної риторики. Наслідком цих процесів можна вважати конкуренцію соціальних мереж за поширення партійної агітації. На сьогодні виразності набули налаштування цифрових алгоритмів соціальних мереж, відповідних характеристикам їх аудиторій: (1) партійні комунікації на Facebook спрямовані на виборців старших вікових категорій та покладаються на модель інформування, розбудови спільноти та мобілізації прихильників партії в електоральній ситуації; (2) Twitter використовується для привернення уваги ЗМІ, переконання виборців і партійних активістів з метою організації інтерактивного політичного діалогу та дискусійних форумів; (3) Instagram забезпечує ширше охоплення виборців віком від 30 до 60 років за допомогою візуальних персоналізованих комунікацій партійних лідерів та активістів, метою яких є створення балансу між автентичністю особистості та професійністю політика; (4) TikTok зорієнтований на молодих виборців, але через оперття на цифрові алгоритми, в основу яких покладені зв'язки між користувачами, для політичних партій ускладнена можливість вироблення та поширення її універсального образу; (5) цифрові алгоритми Snapchat, який, подібно до TikTok, зорієнтований на молодих виборців, дозволяє політикам поширювати більш відвертий (backstage) контент з метою спрощення публічного партійного іміджу; (6) на YouTube можна охопити всі вікові групи, але ця соціальна мережа спрацьовує в партійних комунікаціях тільки у довгостроковій перспективі. Зважаючи на те, що цифрові алгоритми кожної з найбільш відомих соціальних мереж опираються на інтереси користувачів, а не політичних партій, зі стратегічних позицій, партії мають розробляти та застосовувати систему комунікаційних інструментів для кожної з них, що є надто дорогорватісним.

Ефективність результатів інтеграції цифрових інструментів у передвиборчі стратегії політичних партій зумовила цифрові зміни в організації внутрішньопартійних комунікацій. На відміну від цифрових інструментів партійної комунікації в умовах передвиборчої кампанії, цифрові трансформації партійної діяльності на рівні внутрішньорганізаційних процесів досліджені в сучасній політичній науці недостатньо. Є припущення, що в організаційному вимірі політичні партії впроваджуватимуть цифрові трансформації поступово, оскільки є «консервативними організаціями, що чинять опір змінам»³⁵, тому фокусуються на розвитку цифрових інструментів внутрішньої партійної комунікації у вертикальному вимірі³⁶. Одним з чинників такого звуженого застосування цифрових інструментів в партійній діяльності є те, що внутрішня партійна робота є справою віч-на-віч, коли у членів партії формуються почуття спільноти та належності, зокрема і засобами неформальної та спонтанної взаємодії. На думку, Г. Нойбаума та Н. Кремер, цифрові інструменти є обмежуючим чинником відвертої внутрішньопартійної комунікації та взаємодії, тому переговори про політичні рішення, які залежать від взаємної довіри залучених акторів, відбуваються лише під час фізичних зустрічей³⁷. Зауважимо, що ідея неопосередкованої цифровими інструментами внутрішньопартійної

³⁴ Bossetta, M., Schmøkel, R. (2023). Cross-platform emotions and audience engagement in social media political campaigning: Comparing candidates' Facebook and Instagram images in the 2020 US election. *Political Communication*, Vol. 40(1), p. 48–68.

³⁵ Panebianco, A. (1988). *Political parties: Organization & power*. Cambridge University Press.

³⁶ Demicom (2022). *Election campaign party interviews 2022*. Demicom, Mid Sweden University.

³⁷ Neubaum, G., Krämer, N. C. (2018). What Do We Fear? Expected Sanctions for Expressing Minority Opinions in Offline and Online Communication. *Communication Research*, Vol. 45(2), p. 139–164.

комунікації знаходить своє відображення в територіальній організації партійної діяльності. На нашу думку, для тих політичних систем, в яких діяльність партійних осередків має територіально-адміністративну прив'язку, перспективою є пошук рішення для реєстрації цифрового типу політичної партії й регламентації його діяльності.

Не менш важливою для забезпечення функціональності інституту політичних партій в умовах цифрових трансформацій політичного поля є проблема статутного закріплення формату цифрової взаємодії під час вироблення та ухвалення рішень на рівні конкретної політичної партії. Наприклад, у статуті Соціал-демократичної партії Німеччини закріплена можливість створення онлайн-форумів як цифрових органів цієї політичної партії, що наділені правом подавати пропозиції на федеральних партійних конференціях та бути представленими в статусі делегатів-консультантів, які можуть виступати, але не голосувати на партійній конференції³⁸. Відтак, он-лайн форуми є повністю цифровим партійним органом та формою цифрових відносин між членами партії, незалежно від їхньої геолокації. Формування цифрових партійних органів є потенційно привабливим для нових (молодих) членів партії, зорієнтованих на цифрову модель участі в партійній діяльності та партійних дебатах за межами партійного осередку. Але, цифрові трансформації організації партійної діяльності генерують й низку ризиків, пов'язаних з організацією партійного дискурсу. По-перше, якщо партійний дискурс не обмежується часом партійної конференції чи часом особистих зустрічей, а має формат постійного форуму, чату, стріму, то генерується інформаційне перенавантаження членів партії та фрагментація дебатів. В цій ситуації виграватимуть ті члени партії, які мають більше вільного часу. По-друге, розгортання партійних дебатів на цифрових платформах соціальних мереж відвертає увагу членів партії від партійних інструментів цифрової комунікації, що визначені статутом та сприяє виробленню надмірної кількості позицій і думок, що генерують комунікаційний шум³⁹.

Чинником, що стримує поглиблення можливостей цифрових інструментів партійної діяльності є й потреба у кваліфікованих фахівцях та достатньо компетентних користувачах – членах партії. Механізмом формування цифрових компетенцій у членів партії можуть бути навчальні онлайн-програми. Але, за даними європейських опитувань, лідери політичних партій середньої ланки асоціюють цифрові зміни у прийнятті внутрішньопартійних рішень як потенційну загрозу розмиванню меж партійного лідерства та власному функціоналу, що розгортається, зокрема, й через забезпечення комунікації між рядовими членами партії та партійним керівництвом та мобілізацію локального електорату в умовах виборчого процесу⁴⁰.

І для внутрішніх партійних комунікацій, і для зовнішніх спільною проблемою є вплив політики цифрових мереж на регулювання контенту. Функціонування політичних інститутів, діяльність яких передбачає агрегування, артикуляцію та представництво політичних інтересів, в умовах цифрових трансформацій змінюється під впливом регулятивних інструментів, що застосовуються соціальними мережами та Інтернет-платформами. Одним з таких інструментів є інструмент модерації контенту та вмісту інформаційних повідомлень, розміщених на сторінках політичних акторів. Зазвичай, основну увагу науковців та експертів привертають принципи та методи модерації соціальної мережі Facebook, але, за результатами дослідження Р. Каплана, тут не варто покладатися на універсальні норми, оскільки різні соціальні мережі, налаштовують модерацію вмісту, опираючись на масштаби охоплення, мову, технічний дизайн, жанрову спрямованість, бізнес-модель та мету створення мережі⁴¹. Разом з тим, навіть тоді, коли модерація здійснюється кожною платформою самостійно, вони співпрацюють між собою або на рів-

³⁸ Borucki, I., Michels, D., Marschall, S. (2020). Die digitalisierte Demokratie. Ein ÜberblickThe digitalized democracy. An overview. *Zeitschrift für Politikwissenschaft*. Vol. 30(3). <https://doi.org/10.1007/s41358-020-00224-5>.

³⁹ Klinger, U. (2020). Algorithmen, Bots und Trolle: Vom Ende der demokratischen Öffentlichkeit, wie wir sie kennen. In: Kost A., Massing P., Reiser M. (Eds.). *Handbuch Demokratie*. Frankfurt am Main: Wochenschau Verlag, p. 271–280.

⁴⁰ Schmidhuber, L., Hilgers, D., Rapp, M. (2019). Political innovation, digitalization and public participation in party politics. *Policy & Politics*, Vol. 47(3), p. 391–413.

⁴¹ Caplan, R. (2019). *Content or context moderation? Artisanal, community-reliant, and industrial approaches* [Report]. Data & Society, available at: <https://datasociety.net/library/content-or-context-moderation/> (accessed 25 February 2025).

ні належності до однієї материнської компанії (Instagram та Facebook), або через розгортання подібного програмного забезпечення, що влучно означене як створення *контент-картелів*⁴². Важливим виміром модерації контенту, що створюється та поширюється політичними акторами засобами політичних мереж, є рішення, ухвалені на рівні сервісів веб-хостингу, які, за своїми характеристиками не є процедурними, послідовними чи підзвітними⁴³, оскільки більшість із них ухвалюється в парадигмі бізнес-відносин: з проблемним клієнтом (приміром, політична партія чи громадське об'єднання) розривають контракт. Приміром, Microsoft без пояснень розірвав угоду з правою платформою соціальних мереж Gab, а генеральний директор Cloudflare оголосив, що більше не бажає розміщувати сайт Daily Stormer⁴⁴.

З активною інтеграцією технологій штучного інтелекту в процес модерації контенту, моделі політичної комунікації політичних партій опинилася перед новими викликами, пов'язаними з делегуванням рішень про їх (не)доречність та (не)відповідність алгоритмам штучного інтелекту. Найбільш очевидним недоліком модерації засобами ШІ є більш високий ризик помилкового спрацьовування алгоритмів, але А. Занрайх⁴⁵ пов'язує ризики з латентними загрозами демократичним нормам та інститутам: модерація вмісту виконавчих функцій однієї, непідзвітної, приватно контрольованої організації⁴⁶. Р. Горва, Р. Бінс та Ч. Каценбах привертають увагу до того, що ШІ, як інструмент модерації контенту, витісняє контроль та підзвітність на периферію процесу політичної комунікації й створює передумови для формування «дискримінаційної публічної сфери»⁴⁷, в якій неможливо зорганізувати процес деліберації чи політичні дебати. Відтак, до дискурсивного поля політики сучасних демократій має бути інтегрована проблема регулювання модерації контенту як проблеми, пов'язаної з процесом лобіювання інтересів засобами політики.

Висновки. Здійснене дослідження основних тенденцій, проблем та перспектив функціонування політичних інститутів в умовах цифрових трансформацій політичного поля на прикладі інституту політичних партій вказує на те, що доступні цифрові інструменти суттєво вплинули на їх функціонування, насамперед на рівні партійних комунікацій, організації партійної діяльності та електоральної мобілізації. Дослідження впливу цифрових трансформацій на організацію діяльності інституту політичних партій довело, що відбулися зміни в організації внутрішньопартійної демократії, переосмисленні формату партійного лідерства, партійного членства та форм взаємодії між лідерами і членами політичних партій. Цифрові засоби партійної діяльності децентралізували процес прийняття рішень на рівні партійної організації: якщо імпульсу до цифрових змін партійної організації мав зовнішню природу та спрямовувався на стрімке й ривкове розгортання, то адаптація до децентралізації процесу ухвалення рішень на рівні партії набувала агресивних та травматичних форм.

Здійснений аналіз взаємозв'язку між виборчими стратегіями політичних партій та рівнем інтеграції цифрових інструментів в їх діяльність дозволив дійти висновку про те, що активне розгортання цифрових трансформацій політичного поля не призвело до витіснення традиційних каналів комунікації, на які покладаються політичні партії в своїй діяльності. відбулося формування гібридної моделі партійних комунікацій на основі поєднання цифрових та традиційних каналів, адаптація якої до умов конкретної політичної системи залежить від низки контекстуальних факторів, таких як структура політичної системи, тип політичної культури, норми партійного, виборчого та цифрового законодавства, система ЗМК, характеристики електоральної моделі політичної участі.

⁴² Dwoskin, E., Tiku, N. (2020). Facebook sent home thousands of human moderators due to the coronavirus. Now the algorithms are in charge. *The Washington Post*. March 24, available at: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/03/23/facebook-moderators-coronavirus/> (accessed 25 February 2025).

⁴³ Gorwa, R. (2019). The platform governance triangle: Conceptualising the informal regulation of online content. *Internet Policy Review*, Vol. 8(2), p. 1–22.

⁴⁴ Johnson, S. (2018). Why Cloudflare let an extremist stronghold burn. *Wired*, January 16, available at: <https://www.wired.com/story/free-speech-issue-cloudflare/> (accessed 25 February 2025).

⁴⁵ Sinnreich, A. (2018). Four crises in algorithmic governance. *Annual Review of Law and Ethics*, Vol. 26, p. 190–199.

⁴⁶ Ibid.

⁴⁷ Gorwa, R., Binns, R., Katzenbach, C. (2020). Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*, Vol. 7(1). <https://doi.org/10.1177/2053951719897945>.

Вивчення характеру змін в організації партійних комунікацій засобами цифрових комунікаційних інструментів вказує на те, що вони визначаються достатньо повільним процесом впровадження цифрових трансформацій, що пов'язано з безпековими ризиками, етикою комунікації між членами партії, легітимністю цифрових каналів комунікації та звуженим розумінням прозорості внутрішньопартійних комунікацій.

References

1. Batkivshchyna (2025). Yak vstupyty?, available at: <https://ba.org.ua/yak-vstupiti/> (accessed 25 February 2025).
2. Bennett, W. L., Livingston, S. (eds.). (2020). *The disinformation age: Politics, technology, and disruptive communication in the United States*. Cambridge University Press.
3. Borucki, I., Michels, D., Marschall, S. (2020). Die digitalisierte Demokratie. Ein ÜberblickThe digitalized democracy. An overview. *Zeitschrift für Politikwissenschaft*. Vol. 30(3). <https://doi.org/10.1007/s41358-020-00224-5>.
4. Borz, G., Janda, K. (2018). Contemporary trends in party organization: Revisiting intra-party democracy. *Party Politics*, Vol. 26(1), p. 3–8.
5. Bossetta, M., Schmøkel, R. (2023). Cross-platform emotions and audience engagement in social media political campaigning: Comparing candidates' Facebook and Instagram images in the 2020 US election. *Political Communication*, Vol. 40(1), p. 48–68.
6. Bua, A., Bussu, S. (2021). Between governance-driven democratisation and democracy-driven governance: Explaining changes in participatory governance in the case of Barcelona. *European Journal of Political Research*, Vol. 60(3), p. 716–737.
7. Caplan, R. (2019). *Content or context moderation? Artisanal, community-reliant, and industrial approaches* [Report]. Data & Society, available at: <https://datasociety.net/library/content-or-context-moderation/> (accessed 25 February 2025).
8. Coleman, S. (2017). *Can the internet strengthen democracy?* Polity Press.
9. Dahlgren, P. (2005). The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation. *Political Communication*, Vol. 22(2), p. 147–162.
10. De Blasio, E., Viviani, L. (2020). Platform Party between Digital Activism and Hyper-Leadership: The Reshaping of the Public Sphere. *Media and Communication*, Vol. 8(4), p. 16–27.
11. Demicom (2010). *Election campaign party interviews 2010*. Demicom, Mid Sweden University.
12. Demicom (2022). *Election campaign party interviews 2022*. Demicom, Mid Sweden University.
13. Deseriis, M. (2019). Digital movement parties: A comparative analysis of the technopolitical cultures and the participation platforms of the Movimento 5 Stelle and the Piratenpartei. *Information, Communication & Society*, Vol. 23(12), p. 1770–1786.
14. Deseriis, M. (2020). *Two Variants of the Digital Party: The Platform Party and the Networked Party* (1.0) [Data set]. University of Salento.
15. Dwoskin, E., Tiku, N. (2020). Facebook sent home thousands of human moderators due to the coronavirus. Now the algorithms are in charge. *The Washington Post*. March 24, available at: <https://www.washingtonpost.com/technology/2020/03/23/facebook-moderators-coronavirus/> (accessed 25 February 2025).
16. Floridia, A., Vignati, R. (2014). Deliberativa, diretta o partecipativa?: Le sfide del Movimento 5 stelle alla democrazia rappresentativa. *Quaderni di Sociologia*, Vol. 65, p. 51–74.
17. Gerbaudo, P. (2019) Are digital parties more democratic than traditional parties? Evaluating Podemos and Movimento 5 Stelle's online decision-making platforms. *Party Politics*, Vol. 27(4), p. 730–742.
18. Gerbaudo, P. (2019). *The digital party: Political organisation and online democracy*. Pluto Press, London.
19. Gerbaudo, P. (2019). The Platform Party: The Transformation of Political Organisation in the Era of Big Data. In: Chandler D., Fuchs C. (eds.). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data* University of Westminster Press, p. 187–198.
20. Gibson, R. K., Greffet, F., Cantijoch, M. (2017). Friend or Foe?: Digital Technologies and the Changing Nature of Party Membership. *Political Communication*, Vol. 34(1), p. 89–111.
21. Gorwa, R. (2019). The platform governance triangle: Conceptualising the informal regulation of online content. *Internet Policy Review*, Vol. 8(2), p. 1–22.

22. Gorwa, R., Binns, R., Katzenbach, C. (2020). Algorithmic content moderation: Technical and political challenges in the automation of platform governance. *Big Data & Society*, Vol. 7(1). <https://doi.org/10.1177/2053951719897945>.
23. Grusell, M., Nord, L. (2020). Setting the trend or changing the game? Professionalization and digitalization of election campaigns in Sweden. *Journal of Political Marketing*, Vol. 19(3), p. 258–278.
24. Howard, P. N. (2020). *Lie machines: How to save Democracy from troll armies, deceitful robots, junk news operations, and political operatives*. Yale University Press.
25. Hubig, C. (2015). *Grundlinien einer dialektischen Philosophie der Technik. Band 1: Technikphilosophie als Reflexion der Medialität*, available at: <https://www.transcript-verlag.de/978-3-89942-431-7/die-kunst-des-moeglichen-i/> (accessed 25 February 2025).
26. Johnson, S. (2018). Why Cloudflare let an extremist stronghold burn. *Wired*, January 16, available at: <https://www.wired.com/story/free-speech-issue-cloudflare/> (accessed 25 February 2025).
27. Kefford, G., Dommett, K., Baldwin-Philippi, J., Bannerman, S., Dobber, T., Kruschinski, S., Kruikemeier, S., & Rzepecki, E. (2022). Data-driven campaigning and democratic disruption: Evidence from six advanced democracies. *Party Politics*, Vol. 29(3), p. 448–462.
28. Klinger, U. (2020). Algorithmen, Bots und Trolle: Vom Ende der demokratischen Öffentlichkeit, wie wir sie kennen. In: Kost A., Massing P., Reiser M. (Eds.). *Handbuch Demokratie*. Frankfurt am Main: Wochenschau Verlag, p. 271–280.
29. La France Insoumise (2025). Je Rejoins, available at: <https://lafranceinsoumise.fr/> (accessed 25 February 2025).
30. Lupato, G. F., Meloni, M. (2021). Digital Intra-Party Democracy: An Exploratory Analysis of Podemos and the Labour Party. *Parliamentary Affairs*, Vol. 76(1), p. 22–42.
31. Margetts, H. (2006). Cyber-Parties. In: Katz R. S., Crotty W. (eds.). *Handbook of party politics*. London: SAGE Publications, p. 528–535.
32. Mosca, L. (2020). Democratic vision and online participatory spaces in the Italian Movimento 5 Stelle. *Acta Politica. Acta Polit.* Vol. 55, p. 1–18.
33. Neubaum, G., Krämer, N. C. (2018). What Do We Fear? Expected Sanctions for Expressing Minority Opinions in Offline and Online Communication. *Communication Research*, Vol. 45(2), p. 139–164.
34. Panebianco, A. (1988). *Political parties: Organization & power*. Cambridge University Press.
35. Pariser, E. (2011). *The filter bubble: What the Internet is hiding from you*. Viking.
36. Poguntke T. (1993). *Alternative Politics: The German Green Party*. Edinburgh UP, Edinburgh.
37. Rotar, N. (2007). *Politychna uchast hromadian Ukrainy u systemnykh transformatsiakh perekhidnoho periodu*. Ruta, Chernivtsi.
38. Russmann, U. (2022). Social media as strategic campaign tool: Austrian political parties use of social media over time. In: Taras D., Davis R. (eds.). *Electoral campaigns, media, and the new world of digital politics*. University of Michigan Press, p. 263–282.
39. Scarrow, S. E. (2018). Multi-Speed Parties and Representation: The Evolution of Party Affiliation in Germany. *German Politics*, Vol. 28(2), p. 162–182.
40. Scarrow, S. E., Achury, S., Kosiara-Pedersen, K., van Haute, E. (2016). Party Members' Preferences and the Changing Nature of Party Representation: Does Representation Change when Parties become Mini-Republics? *Paper Prepared for 2016 Midwest Political Science Association Annual Meetings*, April 6–9. Chicago, available at: <https://surl.li/jfmuva> (accessed 25 February 2025).
41. Schmidhuber, L., Hilgers, D., Rapp, M. (2019). Political innovation, digitalization and public participation in party politics. *Policy & Politics*, Vol. 47(3), p. 391–413.
42. Sinnreich, A. (2018). Four crises in algorithmic governance. *Annual Review of Law and Ethics*, Vol. 26, p. 190–199.
43. Sunstein, C. R. (2017). *#Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton University Press.
44. Urbinati, N. (2019). *Me the people: How populism transforms democracy*. Harvard University Press.
45. Wolkenstein, F. (2018). Intra-party democracy beyond aggregation. *Party Politics*, Vol. 24(4), p. 323–334.

Стаття надійшла / Received: 25.02.2025

Схвалено / Accepted: 26.06.2025