

ПОЛІТОЛОГІЯ

УДК 324:004.7

DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v045.2023.24>**В. Ю. Барасій**ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8817-2832>

аспірантка кафедри політичних теорій

факультету психології, політології та соціології

Національного університету «Одеська юридична академія»

**ЕЛЕКТОРАЛЬНИЙ ПРОЦЕС В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ:
МЕДІАКРАТІЯ, «ДІЯ», МЕДІА-СКАНДАЛИ**

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. У сучасних умовах електоральний процес зазнає суттєвих трансформацій. Вони пов'язуються із цифровізацією усього комплексу соціальних відносин. Безпосередньо впливає цифровізація і на політику, а в електоральному процесі цей вплив проявляється у нових механізмах формування громадської думки, інституціоналізації медіакратії та медіа-скандалах.

В Україні також зменшується електоральна «вага» традиційних засобів масової інформації (ТБ, радіо, друковані ЗМІ), що відбивається на характеристиках медіакратії та змінює формат медіа-скандалів. Водночас, зростає вплив на громадську думку виборців соціальних мереж та платформ, пов'язаних із потужним технологічним стрибком інтернет-комунікацій. Слід відзначити становлення «цифрової медіакратії», або «медіакратії 2.0».

Водночас, заслуговує на особливу увагу український досвід створення та впровадження Єдиного державного вебпорталу електронних послуг («Портал Дія»). Вже зараз за допомогою «Дії» проводяться опитування, вивчається громадська думка, а потенційно цей портал може стати складовою е-урядування та платформою для е-голосування. Якщо становлення медіакратії як нового колективного політичного гравця та розповсюдження технології медіа-скандалів задля формування громадської думки стали глобальними трендами, які обумовлені цифровізацією, то успішна реалізація амбітного проекту «Дія» є унікальною для України.

Вже доводилось відзначити, що «У сучасних умовах Україна, всупереч російській широкомасштабній збройній агресії, є одним із лідерів у розвитку інформаційного суспільства. Повною мірою це відноситься до сфери надання адміністративних послуг на основі комунікативних технологій, впровадження електронного документообігу та створення Єдиного державного веб-порталу електронних послуг («Порталу Дія»). Соціальні мережі є важливою складовою цього процесу. Адже, громадяни України активно долучаються до вертикальної взаємодії (із публічною владою) та горизонтальної комунікації (на рівні мережових спільнот), використовуючи соціальні мережі та месенджери» [3, с. 232–233].

У сучасному електоральному процесі відбувається синергія новітніх технологій зв'язку, демократичного представництва, свободи вибору та свободи слова. Вплив телебачення на вибори (так звана «теледемократія»), який став звичним феноменом політичного життя другої половини ХХ століття та першого десятиліття ХХІ століття та спричинив панування медіакратії та розвиток медіа-скандалів, поступово зменшується. На авансцену виходять соціальні мережі, платформи та месенджери. Вони нав'язують новий формат медіа-скандалів, пропонують нові рішення щодо розвитку е-урядування, е-демократії та е-виборів. Влада переходить від тих, хто контролює телевізійні вежі до спонсорів лідерів громадської думки у мережі інтернет. Саме їх слід визначити як медіакратію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з даної теми, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Серед зарубіжних дослідників медіакратії слід відзначити М. Конопку (М. N. Копорка), яка визначає сучасне суспільство, як «занурене» (immersed) у медіакратію. Вона відзначає важливість медіа для демократії, але наголошує на зміні парадигми політичної комунікації. Зокрема, йдеться про формування нового типу політики в залежності від медійної презентації, яка передбачає поєднання розважального контенту із політичним. Для ілюстрації цього М. Конопка використовує такі поняття, як «медіакратія», «медіатизація публічної сфери», «таблїдизація», «інфотейнмент» та «політей-

нмент» [14]. У праці М. Геде (M. Goede) «Медіа, Демократія та Урядування» [13], йдеться про необхідність пошуку нової концептуальної основи для функціонування та взаємодії медіа, демократії та урядування. Зазначається, що сучасна політика функціонує як телевізійне реаліті-шоу, у якому медіа визначають рамки для політичних дебатів, медіакратія завдяки власній мові та правилам спрощує зміст суспільних проблем, а кібердемократія відкриває можливості для збільшення кількості креативних користувачів, які спільно створюють політичний контент. Серед українських авторів дослідженням медіакратії та медіа-скандалів присвячено праці А. Борисенко, Н. Горбенко, О. Гриценко, О. Загірний, О. Зернецька, О. Примаченко, Д. Яковлев, ін. Як зазначає О. Примаченко: «З огляду філософії скандалізація контенту (та й мас-медіа взагалі) суттєвим чином впливає на сприйняття аудиторією суспільних проблем не у контексті їх аналітичного розуміння, а через викривлення та інтерпретацію подій з метою суспільної зневіри в інституті влади та в силі держави в цілому» [6, с. 96].

Також аргументовано визначається зв'язок між зростанням ролі інформації у сучасному суспільстві та трансформаціями політичної влади, впливом інформаційної епохи на усі політичні процеси та появою медіакратії і розширенням можливостей електронного уряду [11].

У більшості публікацій констатується, що становлення медіакратії та розвиток технології медіа-скандалів є наслідком цифровізації суспільства. Натомість, дослідженню впливу медіакратії та медіа-скандалів на електоральний процес приділяється недостатньо уваги.

Формулювання мети статті. Метою статті є визначення сутності електорального процесу в епоху цифровізації та таких його складових, як медіакратія, застосунок «Дія» та медіа-скандали.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Цифровізація суспільства спричиняє нові вимоги до політичного лідерства, трансформує відносини у трикутнику масмедіа – демократія – уряд. Якщо раніше політичний лідер мав відповідати вимогам формату та рейтингу традиційних медіа (головним чином – телебачення), то відтепер його/її кар'єра залежить від кількості переглядів на YouTube та популярності у соціальних мережах. Передусім, під час переходу до інтернет-комунікацій зникли обмеження щодо студійного формату, які були у телевізійну еру.

Сучасний політик має можливість звернутись до громадян з будь-якого місця (автомобіля, кафе, ранкової пробіжки, урядового засідання). Одним із безумовних лідерів у цьому новітньому форматі є Президент України В. Зеленський, який успішно почав використовувати новий формат, починаючи

із дебатів на стадіоні. У подальшому він звертався до громадян з автомобіля «Тесла» [9], зустрічався з журналістами у фудмаркеті [7].

У репортажі BBCnews Україна зазначалось: «Ідея провести таку зустріч у фудмаркеті, де зосереджені різні кафе та ресторани, викликала подив. Там завжди багато людей та гамірно, у повітрі вирує запах їжі. Відповіді президента на запитання журналістів супроводжує стукіт виделок і тарілок тих, хто прийшов поїсти. Та команда нинішнього президента ще під час передвиборчої кампанії показала, що любить нестандартні рішення. Класичний формат пресконференції – не для них» [7].

Під час широкомасштабного збройного вторгнення було започатковано традицію щоденних звернень Президента до громадян. Водночас, Україна задля демократичного розвитку потребує вирішення двох завдань: 1) деолігархізації масмедіа; 2) протидії російській інформаційній агресії, пропаганді країни-агресора. Вирішенню першого завдання частково сприяла цифровізація – рейтингові канали телебачення, які повністю контролювались олігархами у пострадянській Україні втрачали вплив, поступаючись лідерам думок медіа цифрової епохи.

Варто відзначити, що Україна у 2023 році зміцнила свої позиції, як демократичної країни, суттєво покращивши результат у рейтингу «Індекс свободи слова», піднявшись зі 106 місця на 79 [8].

Окрім іншого, це є переконливою демонстрацією поступового виходу українських медіа з-під впливу олігархічних груп (медіакратії телевізійної епохи). В умовах війни важко говорити про демократизацію інформаційного простору в Україні, проте українські медіа дуже ефективно протидіють ворожій пропаганді.

«Репортери без кордонів» зазначають: «Розв'язаний Росією 24 лютого 2022 року збройний конфлікт ставить під загрозу виживання українського медіапростору. У цій інформаційній війні країна перебуває на передовій протидії експансії кремлівської пропагандистської системи» [8].

З цим важко не погодитись, адже якщо раніше традиційні медіа (телебачення, радіо, преса) були інформаційним полем битви між демократіями та авторитарними режимами, то тепер таким простором виступають інтернет-комунікації. Соціальні мережі та месенджери у сучасних умовах є авангардом інформаційної експансії країни-агресора, натомість на інформаційному фронті представники української «блогосфери» ефективно та досить успішно протистоїть російській пропаганді.

До медіакратії цифрового суспільства слід віднести власників, менеджмент та провідних блогерів і журналістів, а також експертів й аналітиків, що працюють у он лайн мас медіа та визначають

порядок денний суспільства та влади. Їх завдання та джерело влади – це структурування інформації та ранжування головних проблеми країни. Досить часто медіакратія не лише структурує, а й конструює медіа-події, виходячи із власних інтересів та стратегій боротьби за політичну владу. До критеріїв успішності та впливу медіакратії цифрового суспільства відносять зростання рейтингу, тобто постійна інтенція до розширення власної аудиторії та вдале застосування певного формату для досягнення конкретної політичної мети, тобто забезпечення відповідності форми та змісту інформаційного повідомлення. Кожний формат медіа та їх жанри мають унікальні вимоги щодо передачі змісту, власні переваги та обмеження.

Вже доводилось зазначати, що «Одним із головних факторів, який впливає на динаміку політичного процесу в Україні сьогодні є медіакратія. Насамперед, це власники, найбільш яскраві та успішні представники медіакратії у багатьох країнах світу торують власний шлях у політику. Не є виключенням й Україна, де на президентських та парламентських виборах перемогу отримали типові медіакрати, які працювали у рейтингових національних медіа-холдінгах «1+1», «Інтер» та інших, були власниками студій з виробництва медіа-контенту, сценаристами, продюсерами та редакторами. До них відносяться, зокрема В. Зеленський, О. Ткаченко, Б. Шефір, ін... Задля перемоги на президентських та парламентських виборах 2019 року було використано медіа-ресурси (телебачення, соціальні мережі, месенджери тощо) та новітні комунікативні технології, які створили у масовій свідомості привабливий образ «народного президента» В. Голобородька та пов'язали його у громадській думці із виконавцем головної ролі шоуменом В. Зеленським» [1, с. 24].

Політичні конфлікти сучасності слід визначити як інформаційні конфлікти, тобто протистояння різних медіакратій. В. Зеленський та партія «Слуга народу», яка перемогла на парламентських виборах 2019 року відразу стали об'єктом інформаційних атак з боку інших олігархічних медіа.

Медіакратія цифрового суспільства використовує не лише комунікативні технології (політичну рекламу, пропаганду та зв'язки із громадськістю), що було притаманно їх попередникам – медіакратії телевізійної епохи. Основною технологією впливу на громадську думку стають резонансні технології та медіа-скандали. Їх небезпека полягає у повній елімінації раціональної аргументації, а особливістю є апеляція до почуттів, створення відповідного емоційного фону та ірраціоналізація сприйняття.

Відзначимо, що на думку Д. Яковлева медіа-скандали є складовою медіатизації політики. Він, зокрема, зазначає: «Спеціалізація та фрагмента-

ція раціональності особливо помітна у масових суспільствах, локалізація раціональності відбувається одночасно із зростанням впливу масових комунікативних процесів. Демократизація передбачає залучення широких суспільних верств до процесу вироблення політики, що ускладнює (кількісно і якісно) процедуру раціонального політичного вибору, а медіатизація політики, яка змінює систему представництва громадських інтересів, може призвести до імітації демократичної політики» [10, с. 20].

Медіакрати, які знаходяться на державних посадах відчують певні обмеження щодо використання медіа-скандалів (адже, вони змушені протистояти технологіям, які нещодавно активно спрямовували проти колишньої влади), натомість їх опоненти з опозиційного табору застосовують усі можливі та наявні засоби для створення медіа-скандалів.

Зокрема, у медіа-дискурсі щодо партії «Слуга народу» буквально протягом декількох місяців після перемоги на парламентських виборах 2019 року починає переважати слово «скандал» [12].

В якості прикладів відзначимо наступні матеріали ВВС Україна: «Після кількох недавніх скандалів та на тлі внутрішніх суперечностей у фракції «Слуги народу» дедалі частіше говорять про можливий розкол у політичній силі президента Зеленського» (9 листопада 2019 р.), «Герой секс-скандалу в Раді піде з посади голови комітету. Але за однієї умови» (1 листопада 2019 р.), «Секс-скандали у новій Раді: провокації чи депутатська «полуничка?»» (30 жовтня 2019 р.), «Скандал у «Слuzі народу»: депутатка каже про переслідування, бо не так голосувала» (14 листопада 2019 р.), «Від кнопкодавства до згвалтування: найгучніші скандали депутатів «Слуги народу» (21 листопада 2019 р.), ін.

Таким чином, кейс політичної партії «Слуга народу» та президентської виборчої кампанії 2019 року переконливо демонструє новітній тренд у розвитку медіакратії та медіа-скандалів у цифровому суспільстві – перехід від панування власників, журналістів та менеджменту загальнонаціональних олігархічних телевізійних каналів до влади мережевих медіа, блогерів та спонсорів лідерів громадської думки у інтернет-комунікаціях. Водночас, одразу після перемоги представники нової української медіакратії зіткнулись із необхідністю протистояти медіа-скандалам та резонансним технологіям, які застосовували проти опонентів у електоральному процесі.

Ще одним потенційно впливовим чинником електорального процесу в Україні є впровадження застосунку «Дія». Наголосимо на тому, що можливість проведення виборів під час правового режиму воєнного стану в Україні є доволі дискусійною.

Відзначимо: «На сучасному етапі політичного процесу активізуються дискусії щодо доцільності та можливостей проведення виборів під час дії правового режиму воєнного стану в Україні. Термін повноважень Верховної Ради IX скликання та Президента України, які визначені Конституцією України, передбачають проведення парламентських виборів наприкінці жовтня 2023 року, а президентських виборів – 31 березня 2024 року (перший тур). Водночас, в умовах воєнного стану термін повноважень депутатів продовжується до першого дня роботи нових Рад. З одного боку, вкрай проблематичною є організація виборів – від висунування кандидатів до підбиття підсумків. З іншого боку – не проведення виборів може мати негативні наслідки для легітимності публічної влади в Україні, адже західні партнери очікують підтвердження наявності демократичності політичного режиму» [2, с. 104].

Деякі із наявних проблем можна вирішити за допомогою застосунку «Дія». Йдеться про е-голосування, яка здатне частково вирішити проблеми безпеки під час голосування та підрахунку голосів та забезпечити урахування голосів виборців, які тимчасово знаходяться за кордоном.

Наведемо думку голови Центральної виборчої комісії України О. Діденка з цього приводу: «На Україну чекають найскладніші вибори за всю історію, коли б вони не відбулися... На базі ЦВК створили три робочі групи, що займаються проблемами організації майбутніх виборів. До їх складу входять народні депутати, представники державних органів, громадських і міжнародних організацій. В кожній групі – по кілька підгруп... з очевидних викликів – знищена інфраструктура для проведення виборів, голосування внутрішньо переміщених осіб (ВПО) і виборців за кордоном та безпековий фактор» [5].

В епоху цифровізації суспільства механізми е-голосування є невід'ємною складовою електорального процесу. Вже зараз у «Дії» проводяться опитування громадян, вивчається громадська думка. До речі, згідно даних опитувань станом на січень 2023 року 66,4 українців підтримують проведення виборів через «Дію». Щоправда, йдеться про використання «Дії» для е-голосування після перемоги. За даними видання «Інтент», «Дві третини, тобто 66,4% українців підтримали б електронне голосування на виборах у додатку «Дія» після Перемоги і 61,5% довіряли би його результатам. Опитані заявили, що підтримали б електронне голосування на виборах у додатку «Дія», якщо воно буде запроваджено паралельно зі звичайним голосуванням: 37,4% однозначно підтримують, 29% швидше підтримують таку ідею. 12,6% респондентів швидше не погоджуються з такою пропозицією, а 12,6% однозначно проти. 4,7% опитаних не визначилися із відповіддю» [4].

Наголосимо: «Перші підготовчі кроки технічного характеру вже зроблено, за допомогою «Дії» проводяться опитування, змінюється місце реєстрації, створено розділ «Опитування», готуються технічні умови реєстрації виборців за кордоном, є можливість отримати нові документи (водійське посвідчення). До речі, громадяни довіряють «Дії» свої документи (хоча технічно не так, але йдеться саме про довіру громадян, які можуть не володіти технічними тонкощами)» [2, с. 105].

Отже, подальший розвиток застосунку «Дія» пов'язується із впровадженням за його допомогою механізмів е-урядування та е-демократії. Одним із таких механізмів є запровадження е-голосування. В умовах післявоєнної відбудови електронне голосування покликано вирішувати проблеми безпеки та сприяти залученню до електорального процесу як внутрішньо переміщених осіб, так і тих громадян України, які тимчасово знаходяться за кордоном.

Висновки. У процесі цифровізації суспільства відбувається потрібна трансформація електорального процесу. По-перше, замість телевізійної медіакратії на авансцену виходить «Медіакратія 2.0». Тобто, знижується вплив власників, менеджменту та журналістів традиційних масмедіа, натомість до нового політичного класу медіакратії входять блогери, лідери думок та їх спонсори, які створюють контент у мережі інтернет. По-друге, активно розповсюджуються медіа-скандали, які витісняють інші комунікативні технології (рекламу, пропаганду та політичний PR). Медіа-скандали стали головною технологією політичних маніпуляцій у електоральному процесі цифрового суспільства. По-третє, у сучасному політичному процесі застосунок «Дія» може бути використано для голосування українців за кордоном (при цьому, обов'язково необхідно утворити додаткові дільниці для голосування), для голосування внутрішньо переміщених осіб. Також «Дія» може бути доповнена поштовим голосуванням (яке може виявитись більш захищеним від кіберзагроз) та голосуванням на дільниці за допомогою цифрових терміналів.

Література

1. Барасій В. Ю. Контрасти медіа-дискурсу щодо партії «Слуга народу». *Паралелі та контрасти: мова, культура, комунікація* : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції (15 листопада 2019 р.) / за загальною редакцією Н. В. Петлюченко. Одеса : Фенікс, 2019. С. 24–26. URI: <https://hdl.handle.net/11300/12237>
2. Барасій В. Ю. Передвиборча «Дія»: е-вибори в епоху цифровізації. *Сучасні політичні процеси: глобальний та національний вимір=Modern political processes: global and national dimensions* : матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м.Одеса, 30 листопада 2023 р.) / за заг. ред. С. В. Ківалова. Одеса, 2023. С. 104–107. URI: <https://hdl.handle.net/11300/26985>

3. Барасій В. Ю. Розвиток соціальних мереж: синергія демократії та технологій. *Європейські орієнтири розвитку України в умовах війни та глобальних викликів ХХІ століття: синергія наукових, освітніх та технологічних рішень* : у 2 т. : матеріали Міжнарод. наук.- практ. конф. (м. Одеса, 19 травня 2023 р.) / за заг. ред. С. В. Ківалова. Одеса : Видавництво «Юридика», 2023. Т. 1. С. 232–235. URI: <https://hdl.handle.net/11300/26106>

4. Бойко К. Дві третини українців підтримують електронні вибори через додаток «Дія», – дослідження. *ІНТЕНТ*. 12 січня 2023. URI: <https://intent.press/news/election/2023/dvi-tretini-ukrayinciv-pidtrimuyut-elektronni-vibori-cherez-dodatok-diya-doslidzhennya/>

5. Могола В. Післявоєнні парламентські вибори: як до них готуються влада і громадськість. *Суспільне. Новини*. 17 травня 2023. URL: <https://suspilne.media/477739-pislavoenni-parlamentski-vibori-ak-donih-gotuutsa-vlada-i-gromadskist/>

6. Примаченко О. ЗМІ та скандали в змі як фактор впливу на аудиторію: філософський аспект. *Епістемологічні дослідження в філософії, соціальних і політичних науках*. 2020. № 3(1). С. 96–103. URL: <https://doi.org/10.15421/342011>.

7. Тороп О. «Щоб серед людей» – як Зеленський у фудмаркеті з журналістами говорив. *BBC News Україна*. 10 жовтня 2019. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-50004223>

8. Україна – 79-та в рейтингу свободи слова «Репортерів без кордонів». *Detector.media*. 3 травня 2023. URL: <https://detector.media/print/210805/>.

9. Швейцарія на Донбасі та інші заяви Зеленського в «інтерв'ю «Теслі». *BBC News Ukrainian*. 7 листопада 2019. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-50336029>

10. Яковлев Д. В. Раціоналізація політичної комунікації як альтернатива медіатизації взаємодії влади та суспільства в Україні. *Актуальні проблеми політики: зб. наук. пр.* 2011. Вип. 41. С. 19–26.

11. Яковлев Д. В. Трансформації політичної влади в інформаційну добу. *Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Серія «Соціологія і політичні науки»*. 2007. Т. 12. Вип. 6. С. 364–370. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/handle/123456789/1479>

12. BBC. News Ukrainian URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/news>

13. Goede M. Media, democracy and governance. *Knowledge democracy: Consequences for science, politics, and media*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2010. P. 113-124. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-642-11381-9_10

14. Konopka M. N. Society immersed in mediacracy. *The Future of Political Leadership in the Digital AgeNeo-Leadership, Image and Influence*. 2021. P. 17.

Анотація

Барасій В. Ю. Електоральний процес в епоху цифровізації: медіакратія, «Дія», медіа-скандали. – Стаття.

У статті досліджується електоральний процес в епоху цифровізації суспільства. Визначено такі

основні складові електорального процесу в епоху цифровізації, як медіакратія, впровадження застосування «Дія» та медіа-скандали. Щодо медіакратії, то відтепер до цього класу відносяться не лише представники олігархічних телевізійних каналів, а й спонсори лідерів громадської думки у соціальних мережах, платформах та різноманітних месенджерах. Цифровізація суспільства безпосередньо впливає на політику, а в електоральному процесі йдеться про нові механізми формування громадської думки (медіа-скандали), подальшу інституціоналізацію медіакратії (від телевізійної до цифрової медіакратії, або «медіакратії 2.0») та е-голосування. В українських умовах впровадження е-голосування за допомогою застосування «Дія» дозволяє вирішити проблему безпеки, залучити до голосування внутрішньо переміщених осіб та громадян України, які тимчасово перебувають за кордоном. Натомість, це спричиняє нові виклики – від кіберзагроз до сумнівів у легітимності результатів виборів. Відзначено, що становлення «медіакратії 2.0» як нового колективного політичного гравця та розповсюдження технології медіа-скандалів задля формування громадської думки є глобальними трендами сучасності, то впровадження застосування «Дія» є унікальним для України.

У сучасному електоральному процесі відбувається синергія новітніх технологій зв'язку, демократичного представництва, свободи вибору та свободи слова. На авансцену виходять соціальні мережі, платформи та месенджери.

Цифровізація суспільства спричиняє нові вимоги до політичного лідерства, трансформує відносини у трикутнику масмедіа – демократія – уряд. До медіакратії цифрового суспільства слід віднести власників, менеджмент та провідних блогерів і журналістів, а також експертів й аналітиків, що працюють у онлайн медіа та визначають порядок денний суспільства та влади. Медіакратія не лише структурує, а й конструює медіа-події, виходячи із власних інтересів та стратегій боротьби за політичну владу. Основною технологією впливу на громадську думку стають резонансні технології та медіа-скандали.

Ключові слова: епоха цифровізації, електоральний процес, медіакратія, медіа-скандали, соціальні мережі, електронний уряд, демократія, політична комунікація, політичні технології.

Summary

Barasii V. Yu. The electoral process in the era of digitalization: mediacracy, "Diia", media scandals. – Article.

This article explores the electoral process in the era of societal digitization, identifying key components such as mediacracy, the implementation of the "Diia" application, and media scandals. Concerning mediacracy, this class now includes not only representatives of oligarchic television channels but also sponsors of public opinion leaders on social networks, platforms, and various messengers. Societal digitization directly impacts politics, and within the electoral process, new mechanisms for shaping public opinion (media scandals), further institutionalization of mediacracy (from television to digital mediacracy, or "mediacracy 2.0"), and e-voting are discussed.

In the Ukrainian context, the introduction of e-voting through the "Diia" application addresses

security concerns and engages internally displaced persons and Ukrainian citizens temporarily residing abroad in the voting process. However, it also presents new challenges, from cyber threats to doubts about the legitimacy of election results. It is noted that the emergence of "mediacracy 2.0" as a new collective political player and the spread of media scandal technology for shaping public opinion are global trends, while the implementation of the "Diia" application is unique to Ukraine.

In the modern electoral process, there is a synergy of advanced communication technologies, democratic representation, freedom of choice, and freedom of speech. Social networks, platforms, and messengers take center stage.

Societal digitization imposes new requirements on political leadership and transforms relationships in the triangle of mass media – democracy – government. Mediacracy in the digital society encompasses owners, management, leading bloggers and journalists, as well as experts and analysts working in online media, shaping the societal and governmental agenda. Mediacracy not only structures but also constructs media events based on its own interests and strategies in the struggle for political power. Resonance technologies and media scandals become the primary means of influencing public opinion.

Key words: era of digitalization, electoral process, mediacracy, media scandals, social networks, e-government, democracy, political communication, political technologies.