

С. М. Внучко

orcid.org/0000-0001-9176-1304

кандидат політичних наук, доцент,

доцент кафедри політології

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ЕВОЛЮЦІЯ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ: ВІД КЛАСИЧНИХ МОДЕЛЕЙ ДО ТРЕНДОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВПЛИВУ

Вступ. Розвиток медіапростору, технологічні інновації та зміни в політичних процесах визначають актуальність дослідження еволюції моделей та технологій політичної комунікації. Зміни в медіа середовищі та політичному ландшафті, які від традиційних каналів комунікації, таких як преса та телебачення трансформувалися до цифрових платформ та соціальних мереж, не лише перерозподілили політичний вплив, але й створили нові можливості для маніпуляцій і більш точного цілеспрямованого впливу на аудиторію. Якщо класичні моделі політичної комунікації (лінійні та інтерактивні) підходять до розуміння комунікаційного процесу як одностороннього чи зворотного, то з розвитком цифрових технологій, виникають нові моделі транзакційної комунікації, які вимагають переосмислення принципів взаємодії між політиками та виборцями. Сьогодні політики і громадяни взаємодіють у реальному часі через соціальні медіа. Політики більше не мають справу лише з масовими аудиторіями, а можуть точково націлюватися на конкретні групи виборців. Це викликає потребу в нових підходах до політичної комунікації, які мають адаптуватися до швидко змінюваного технологічного середовища.

Дослідження політичної комунікації, зокрема її еволюції, дає змогу зрозуміти, як зміни в комунікаційних моделях впливають на громадську думку та політичну активність. Ключовою проблемою в сучасних демократіях є падіння рівня критичного мислення та інформаційної грамотності серед населення. Розуміння того, як технології впливають на політичну свідомість, допомагає сприяти формуванню обізнаного суспільства, здатного до активної участі в політичних процесах.

Технології, що виникають у сфері політичної комунікації, ставлять перед суспільством нові етичні питання. Як зберігати демократичні принципи та прозорість, коли технології дозволяють приховувати маніпуляції та формувати «спотворену реальність»? Аналіз еволюції політичної комунікації також дає змогу висвітлити ці проблеми та запропонувати способи боротьби з ними через розвиток етичних норм та стандартів.

Таким чином, дослідження еволюції політичної комунікації має високу актуальність у зв'язку з технологічними змінами, що відбуваються у політичному та медійному середовищі, а також з необхідністю розвитку критичного мислення та етичних стандартів у політичній практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові дослідження еволюції політичної комунікації від класичних моделей до сучасних технологій впливу охоплюють різні аспекти даного процесу. Так, в роботах Е. Крейна, М. Мейсона, М. Вебера аналізуються класичні моделі комунікації та розкриваються їхні особливості. Моделям політичної комунікації в умовах глобалізації та цифрових трансформацій присвячені праці Г. Пейдж, Т. Гудвіна та інших. Серед українських дослідників моделей політичної комунікації необхідно відмітити праці Т. Висоцької «Політична комунікація: теорія, практика та моделі», А. Дьякова «Політична комунікація в Україні: від традиційних медіа до постмодерністських підходів» тощо. Ці роботи дають змогу зрозуміти, як політична комунікація в Україні еволюціонує, як вона адаптується до нових умов, зокрема цифрових технологій та глобалізаційних процесів.

Розкриттю питань як технології політичної комунікації змінюють спосіб взаємодії політиків із громадянами, а також роль новітніх медіа в формуванні політичних рішень і мобілізації

виборців у різних контекстах присвячені праці Ю. Шевченка, В. Різуна, Н. Хомські, Ф. Новарда, Ш. МакГрегора, М. Кастельса тощо.

Метою статті є аналіз еволюції політичної комунікації, від класичних моделей, що фокусуються на лінійних та взаємодіючих процесах, до сучасних трендових технологій впливу.

Методологія дослідження, використана в цьому тексті, є комплексною та багаторівневою, поєднуючи історичний, порівняльний та аналітичний підходи. *Історичний підхід* застосовано при розкритті питання еволюції моделей політичної комунікації від класичних до сучасних. Історичний контекст також дозволив простежити, як медіа канали та комунікативні стратегії змінювалися з часом: від преси і телебачення до цифрових платформ. *Порівняльний аналіз* використано при співставленні різних моделей політичної комунікації, зокрема лінійної, інтерактивної та транзакційної. Цей підхід також дозволив з'ясувати переваги та обмеження кожної моделі та оцінити їх ефективність у сучасних умовах цифрових технологій. *Кейс-метод* застосовано до аналізу реальних прикладів (таких як політичні маніпуляції через медіа, приклад з Cambridge Analytica тощо), що служить для демонстрації теоретичних аспектів у реальному політичному контексті та додає практичної цінності дослідженню.

Виклад основного матеріалу. Політична комунікація описується через моделі, що відображають реальні процеси взаємодії в політичному просторі. У найбільш загальному вигляді їх умовно поділяють на процесуальні (акцентують увагу на структурі комунікації) та мережеві (акцентують увагу на системності та взаємодії акторів) моделі. Загалом, комунікація (в тому числі і політична комунікація) може здійснюватися за трьома схемами: «лінійна» (або одновекторна), «інтерактивна» (або взаємодіюча), транзакційна.

Лінійна модель бере початок з *Аристотеля*, який визначив три складові: оратор, мова та аудиторія (Шевченко, 1972). З часом, ця схема трансформувалася в модель «комунікатор – повідомлення – комунікант» та була основою подальших моделей дослідження політичної комунікації. *Г. Лассвелл* у 1948 році представив формулу: «Хто говорить, що, яким каналом, кому і з яким ефектом?» (Lasswell, 1948) Вона і досі застосовується при аналізі масової політичної комунікації. Модель *Шеннона-Вівера*, створена на основі досліджень телекомунікацій, ввела поняття кодування, декодування та «шуму», як важливих складових політичної комунікації (Shannon, 1949). Вона дозволила кількісно аналізувати комунікацію, але критикується за відсутність зворотного зв'язку.

Інтерактивна модель, на відміну від лінійної, враховує зворотний зв'язок та зміну ролей між комунікаторами. Увага приділяється не лише передачі повідомлення, а й взаємодії. Враховуються також фізичний та психологічний контексти. Так, модель *де Флера* додає до процесу зворотній зв'язок, що підвищує ефективність передачі інформації (Defleur, 1982). *Шрамм і Осгуд* запропонували циклічну модель, де комунікація постає як безперервний обмін ролями відправника й одержувача (Schramm, 1974).

Транзакційна модель акцентує на взаємному створенні смислів і соціальних реальностей. Вона розглядає комунікацію як процес, у якому беруть участь комунікатори одночасно як відправники і реципієнти. В процесі політичної комунікації, на думку представників даного напряму, важливу роль відіграють соціальні, реляційні та культурні контексти. В рамках даних концепцій, комунікація не лише передає інформацію, а й формує взаємини та самоконцепції. Так, модель *Ньюкомба* (A-B-X) аналізує вплив відносин між учасниками комунікації та ґрунтується на прагненні до симетрії в оцінках. На думку дослідника, потреба в орієнтації, тобто емоційній оцінці об'єкта, мотивує людину до спілкування (Newcomb, 1953). *Д. Барнлунд* у 1970 році створив модель міжособистісної комунікації, яка враховує багатопорову зворотну інформацію, вербальні й невербальні сигнали, особистісний вплив і вплив середовища. Комунікація в даній моделі виступає одночасним процесом надсилання й отримання багатьох сигналів (Barnlund, 1963).

Таким чином, еволюція моделей комунікації демонструє перехід від лінійного передавання інформації до складних багаторівневих взаємодій у контекстах соціальної динаміки.

В ХХ столітті телебачення та газети стали основними каналами передачі політичної інформації від влади до масового суспільства. Відповідно, виникають нові моделі комунікації, які також починають досліджуватися та аналізуватися. Так, роль телебачення та газет покладена

в основу низки моделей політичної комунікації: моделі припливу інформації, двоступеневої моделі, моделі селекції Вестлі-МакЛіна та моделі привернення уваги.

У центрі цих теорій – *теорія культивування* Дж. Гербнера, згідно з якою телебачення не лише відображає, а й формує уявлення про реальність (Gerbner, 1998). Воно є творцем «телемейнстріму», що впливає на мислення та культурні моделі в суспільстві. К. Левін вперше описав комунікацію як *приплив інформації* з «воротами», через які одні повідомлення проходять, інші – ні. Так виникла теорія гейткіпінгу, що пояснює механізм відбору інформації. Двоступенева *модель Катца-Лазарсфельда* показує, що інформація передається не напряму, а через «лідерів думок», які впливають на суспільну свідомість (Katz, 1957). В подальшому вона була покладена в основу моделей дифузії інформації. *Модель Вестлі-МакЛіна* підкреслює роль професійного посередника (медійної інституції), що адаптує повідомлення між відправником і одержувачем, зважаючи на їх потреби (Westly, 1976; Maclean, 1976). *Модель привернення уваги* зосереджена не на змісті повідомлень, а на їх здатності утримувати інтерес аудиторії. Комунікація тут виступає як шоу, орієнтоване на комерційні цілі, а не діалог. Таким чином, розвиток медіа породив нові моделі комунікації.

Політична комунікація спрямована на досягнення розуміння, інформування, переконання та впливу на аудиторію. Її якість оцінюється через ефект, результативність і ефективність. *Ефект* – миттєва реакція аудиторії (емоційна, когнітивна, поведінкова). *Результативність* – досягнення поставленої мети (наприклад, зростання рейтингу політика). *Ефективність* – співвідношення результату до витрат (час, ресурси, засоби впливу). Ефективність не дорівнює результативності, оскільки остання вимірює факт досягнення мети, тоді як ефективність враховує ще й доцільність витрат. У політичній комунікації вона може визначатись через КРІ, соціологічні опитування, онлайн-залучення тощо (Пономаренко, 2014).

Загальне співвідношення понять ефект, ефективність та результативність в політичній комунікації схематично можна відобразити наступним чином:

Термін	Що означає	На що робить акцент
Ефект	Безпосередня реакція аудиторії на комунікаційне повідомлення	Факт впливу / зрушення
Результативність	Досягнення конкретної мети або показника комунікації	Конкретний, вимірюваний результат
Ефективність	Співвідношення між досягнутими результатами і витраченими ресурсами	Цілеспрямованість + доцільність + вигода

Головним інструментом, що дозволяє досягати мети політичної комунікації, яка визначається саме категоріями ефект, ефективність та результативність, виступають технології політичної комунікації. Технології політичної комунікації – це системи дій, методів і засобів, спрямованих на досягнення політичної мети через вплив на свідомість і поведінку громадян. Вони мають гнучку, адаптивну природу, оскільки об'єкт впливу – суспільство – є динамічним. Такі технології не є універсальними – кожна політична ситуація вимагає унікальної стратегії, яка включає аналіз ситуації, визначення аудиторії, вибір каналів і ключових меседжів (Олешук, 2018).

У політичному процесі технології виконують роль посередника між теорією і практикою. Вони виникли раніше, ніж наукове осмислення політичної комунікації, і спочатку існували як «ремесло» політиків. Сьогодні технології – це інструменти системної реалізації політичної стратегії, які постійно вдосконалюються у відповідь на зміну комунікаційного середовища.

Цікаву класифікацію комунікативних ефектів запропонував український дослідник Ю. Шевченко. Вона враховує вплив медіа на п'яти рівнях: фізіологічному, психологічному, етичному, інтелектуальному та соціальному.

Фізіологічний ефект виявляється у зміні стану організму – розслабленні чи напрузі, розладах сну, порушеннях дихання, гіподинамії, зниженні зору, звиканні до пасивності. *Психологічний ефект* включає емоційні реакції (радість, гнів, страх), появу залежності від інформації («інфоманія»), копіювання поведінки публічних осіб, адаптацію до змін. *Етичний ефект* полягає у трансляції вигідних ідеологічних наративів, що може впливати на моральні орієнтири суспільства, викликаючи критику щодо руйнування моральних засад. *Інтелектуальний*

ефект – це приріст знань, розвиток мислення й мовлення. Водночас ЗМІ формують спрощене уявлення про світ через стереотипи, створюючи «псевдореальність». *Соціальний ефект* пов'язаний із переважанням інформацією, що вимагає формування особистості, здатної адаптуватися до інфосередовища, критично мислити й ефективно діяти (Шевченко, 2013).

Американський лінгвіст і медіакритик Ноам Хомскі сформулював десять стратегій масової комунікації, які активно застосовуються у сфері політики для маніпуляції громадською свідомістю (Chomsky, 1997). Ці стратегії є ефективними інструментами впливу на поведінку виборців, формування наративів та зменшення рівня критичного мислення в суспільстві.

Першою є стратегія *відволікання уваги*. Її суть полягає в тому, щоб відвернути громадськість від дійсно важливих питань шляхом насичення інформаційного простору другорядними темами, зокрема новинами шоу-бізнесу, спортивними змаганнями або гучними скандалами. Наприклад, у періоди політичних криз у Росії медіа масово транслюють новини про «зовнішні загрози» або розважальні шоу, відволікаючи увагу громадян від реальних соціально-економічних проблем.

Друга стратегія – *створення проблеми і пропозиція рішення*. У цьому випадку штучно створюється або перебільшується загроза, яка викликає суспільне занепокоєння, і в результаті населення саме починає вимагати дій, вигідних для правлячої еліти. Класичним прикладом є реакція на теракти у Франції, після яких були введені жорсткі обмеження громадянських свобод під гаслом забезпечення безпеки.

Третя стратегія – *поступовість змін, або принцип «малих кроків»*. Непопулярні рішення (наприклад, пенсійна реформа) впроваджуються поступово, аби уникнути спротиву. Зміни розтягуються у часі, представляються як технічні чи тимчасові заходи, що дає змогу знизити рівень протестної активності.

Четверта – *відтермінування болючих рішень*. Політики оголошують про складні заходи, які наберуть чинності у майбутньому, розраховуючи на те, що суспільство з часом змиритися або втратить інтерес. Наприклад, уряд може повідомити про підвищення тарифів, яке відбудеться «з наступного року», що дозволяє уникнути негайного обурення.

П'ята стратегія – *інфантилізація аудиторії*. Вона передбачає подачу політичних повідомлень у спрощеній формі, з апеляцією до емоцій і виключенням складних міркувань. Політики виступають у ролі «батьків», які знають, що краще для народу-«дітей». У демократичних державах це проявляється у гаслах на кшталт: «Не думай – просто голосуй».

Шостою є *апеляція до емоцій замість логіки*. Маніпулятори свідомо використовують страх, гнів або гордість, щоб обійти раціональне осмислення ситуації. Яскравий приклад – гасло «Хто не з нами – той проти нас», що розділяє суспільство і нав'язує лише один варіант прийняттого вибору.

Сьома стратегія – *тримання людей у невігластві*. Це свідоме заниження якості освіти та аналітики в медіа з метою обмежити здатність громадян розуміти механізми управління. У тоталітарних режимах це виливається у контроль над ЗМІ, спрощення публічного дискурсу, уникнення складних тем.

Восьма стратегія – *культ посередності*. Пропагуються «звичайні» лідери та спрощені ідеї, які зменшують потребу в критичному мисленні. Прикладом є політична риторика Дональда Трампа, який підкреслював свою «простоту» як силу: «Я не політик, я бізнесмен – я вас розумію».

Дев'ята стратегія – *провина за невдачі на самих громадян*. Політики звинувачують людей у їхніх проблемах, замість того щоб визнати провали системи. Наприклад, у країнах з високим безробіттям влада може заявити, що «люди просто не хочуть працювати», ігноруючи структурні проблеми.

Десята стратегія – *знати про людей більше, ніж вони самі про себе*. Завдяки Big Data, психології та соціології еліти здатні глибоко аналізувати поведінку громадян і використовувати ці знання для впливу. Скандал з Cambridge Analytica, коли використовували дані Facebook для маніпуляцій під час виборів у США і референдуму щодо Brexit, є одним із найяскравіших прикладів.

Усі ці стратегії показують, наскільки тонкими можуть бути форми контролю над свідомістю. Їх розуміння є ключовим для побудови свідомого суспільства, здатного критично мислити та чинити опір маніпуляціям.

Висновки. Політична комунікація включає різноманітні моделі, які відображають процеси взаємодії в політичному просторі. Вони умовно поділяються на процесуальні та мережеві, з акцентом на структуру комунікації або на взаємодію акторів. Моделі політичної комунікації можуть бути лінійними, інтерактивними або транзакційними, кожна з яких має свої особливості в передачі та обміні інформацією. Лінійна модель, відома з робіт Аристотеля, Шеннона та Лассвелла, розглядає комунікацію як одномірний процес. Інтерактивна та транзакційна моделі враховують зворотний зв'язок, взаємодію та соціальні контексти, що дозволяє більш точно передати суть політичної комунікації.

Моделі політичної комунікації змінюються залежно від розвитку медіа. У XX столітті телебачення та газети стали основними каналами передачі політичної інформації, що призвело до створення нових моделей комунікації. Моделі припливу інформації, двоступеневої комунікації та гейткіпінгу стали основою для аналізу політичних процесів. Теорія культивування Дж. Гербнера підкреслює, що медіа не лише відображають, але й формують уявлення про реальність. Важливими є також дослідження впливу медіа через професійних посередників, таких як журналісти, і через комерційні стратегії привернення уваги.

Технології політичної комунікації є інструментами впливу на свідомість громадян та важливими для досягнення політичних цілей. Вони враховують динамічність суспільства і потребують індивідуального підходу в кожній ситуації. Технології політичної комунікації допомагають здійснювати вплив через різноманітні стратегії, зокрема через маніпуляції, відволікання уваги та створення проблем для суспільства. Стратегії, такі як поступовість змін чи інфантилізація аудиторії, показують, як можна впливати на громадську думку, знижуючи рівень критичного мислення серед населення.

Література

- Олещук П. Новітні політичні технології інформаційного впливу: монографія. К. Видавець Вадим Карпенко. 2018. 288с.
- Пономаренко Т.М. Ефект, ефективність і результативність діяльності підприємства. Менеджмент і стратегічне управління. Scientific Works NUFT 2014. С. 115-122
- Шевченко В.Ф. Преса і соціологічні дослідження читача. К.: Вид-во Київ. ун-ту. 1972. С. 3-8.
- Шевченко Ю. О. Журналістика і соціальна комунікація. Київ: Інтерпрес. 2013.
- Barnlund D. Toward a meaning-centered philosophy of communication. Published By: Institute of General Semantics. ETC: A Review of General Semantics. Vol. 20, No. 4. 1963. pp. 454-469
- Chomsky, N. Media Control: The Spectacular Achievements of Propaganda. 1997. 64p.
- Defleur, M.L. and Ball-Rokeach, S.T. Theories of Mass Communication. Longman, New York. 1982. 196p.
- Gerbner, G. Cultivation analysis: An overview. Mass Communication and Society. 1998. P. 175-194.
- Katz E. The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis. Public Opinion Quarterly. 21 (1). 1957. P. 61-78.
- Lasswell H. D. The Structure and function of communication for society / Harold Dwight Lasswell. Harper and Brothers. 1948. P. 215-228
- Newcomb T. An approach to the study of the communicative acts. University of Michigan. 1953. С. 394.
- Schramm W., D.F.Roberts (eds.) The Process and Effects of Mass Communication. Univ. of Illinois Press. 1974
- Shannon C. E., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. Urbana. Univ. of Illinois Press. 1949.
- Westly B. H., Maclean M. S. A Conceptual Model for Communication Research. Journalism Quarterly. 1976. № 34.

References

- Oleshchuk, P. (2018). *Novitni politychni tekhnolohii informatsiinoho vplyvu: Monohrafiia*. Kyiiv: Vydavets Vadym Karpenko.
- Ponomarenko, T. M. (2014). Efekt, efektyvnist i rezultatyvnist diialnosti pidpriemstva. *Menedzhment i stratehichne upravlinnia*. Scientific Works NUFT, 2014, 115-122.
- Shevchenko, V. F. (1972). *Presya i sotsiologichni doslidzhennia chytacha*. Kyiiv: Vydavnytstvo Kyivskoho Universytetu.
- Shevchenko, Yu. O. (2013). *Zhurnalistyka i sotsialna komunikatsiia*. Kyiiv: Interpres.
- Barnlund, D. (1963). Toward a meaning-centered philosophy of communication. *ETC: A Review of General Semantics*, 20(4), 454-469.

- Chomsky, N. (1997). *Media control: The spectacular achievements of propaganda*. New York: Seven Stories Press.
- DeFleur, M. L., & Ball-Rokeach, S. T. (1982). *Theories of mass communication*. New York: Longman.
- Gerbner, G. (1998). Cultivation analysis: An overview. *Mass Communication and Society*, 1(3-4), 175-194.
- Katz, E. (1957). The two-step flow of communication: An up-to-date report on an hypothesis. *Public Opinion Quarterly*, 21(1), 61-78.
- Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 215-228). New York: Harper and Brothers.
- Newcomb, T. (1953). An approach to the study of the communicative acts. *Psychological Review*, 60(6), 393-404. (Note: уточнено видавничу інформацію та журнал)
- Schramm, W., & Roberts, D. F. (Eds.). (1974). *The process and effects of mass communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press.
- Westley, B. H., & MacLean, M. S. (1957). A conceptual model for communication research. *Journalism Quarterly*, 34, 31-38.

Анотація

Внучко С. М. Еволюція політичної комунікації: від класичних моделей до трендових технологій впливу. – Стаття.

Дослідження еволюції моделей політичної комунікації, яка охоплює трансформації від класичних лінійних та інтерактивних моделей до сучасних технологій впливу, є надзвичайно актуальною в умовах швидких змін медіа середовища та технологічних інновацій. З розвитком політична комунікація зазнала суттєвих змін, що призвело до нових можливостей для точкового впливу на виборців, а також до підвищення ризику маніпуляцій через персоналізовану інформацію. Технології, які виникли в цій сфері, дозволяють не тільки зміщувати традиційні канали комунікації, а й значно змінювати характер взаємодії між політиками та громадянами, що вимагає нових підходів до формування політичної свідомості і критичного мислення серед населення.

Основні напрями дослідження полягають у порівнянні різних моделей комунікації: лінійної, інтерактивної та транзакційної. Кожна з них має свої переваги та обмеження, що були проаналізовані через історичний, порівняльний та аналітичний підходи. Важливим є вивчення впливу новітніх технологій на політичний процес, зокрема через приклади політичних маніпуляцій. Дослідження еволюції політичної комунікації також піднімає питання етики та прозорості, ставлячи нові виклики для демократії в умовах цифрових технологій.

У науковій літературі вивчаються різні аспекти розвитку політичної комунікації, зокрема, праці зарубіжних і українських дослідників, акцентують увагу на впливі глобалізації та цифровізації на політичні стратегії. Розвиток комунікаційних технологій дає змогу точніше визначати цільові аудиторії та ефективно взаємодіяти з ними, що дозволяє здійснювати більш ефективний вплив на виборців. Однак це також підвищує ризик маніпуляцій і потребує посилення етичних норм і стандартів у політичній практиці.

Дослідження підкреслює важливість розуміння еволюції моделей політичної комунікації в контексті сучасних технологій, що допомагає не лише краще розуміти політичні процеси, а й сприяє розвитку обізнаного та критично налаштованого суспільства.

Ключові слова: політична комунікація, моделі політичної комунікації, технології політичної комунікації, масовокомунікативний ефект, ефективність.

Summary

Vnuchko S. M. Evolution of political communication: from classical models to trending influence technologies. – Article.

The study of the evolution of political communication models, which covers transformations from classical linear and interactive models to modern influence technologies, is extremely relevant in the context of rapid changes in the media environment and technological innovations. With the development of political communication has undergone significant changes, which has led to new opportunities for targeted influence on voters, as well as to an increased risk of manipulation through personalized information. The technologies that have emerged in this area allow not only to shift traditional communication channels, but also to significantly change the nature of interaction between politicians and citizens, which requires new approaches to shaping political awareness and critical thinking among the population.

The main areas of research are to compare different models of communication: linear, interactive, and transactional. Each of them has its own advantages and limitations, which were analyzed through historical, comparative and analytical approaches. It is important to study the impact of new technologies on the political process,

in particular through examples of political manipulation. The study of the evolution of political communication also raises issues of ethics and transparency, posing new challenges for democracy in the digital age.

The scientific literature examines various aspects of the development of political communication, in particular, the works of foreign and Ukrainian researchers who focus on the impact of globalization and digitalization on political strategies. The development of communication technologies makes it possible to more accurately identify target audiences and interact with them effectively, which allows for more efficient influence on voters. However, it also increases the risk of manipulation and requires strengthening ethical norms and standards in political practice.

The study emphasizes the importance of understanding the evolution of political communication models in the context of modern technologies, which helps not only to better understand political processes but also contributes to the development of an informed and critical society.

Key words: political communication, models of political communication, political communication technologies, mass communication effect, efficiency.