

ОСОБЛИВОСТІ «ВІРТУАЛІЗАЦІЇ» ПОЛІТИЧНОГО ПРОЦЕСУ В УКРАЇНІ У ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХХ – НА ПОЧАТКУ ХХІ ст.

У цій статті розкривається ідея «віртуалізації політичного процесу» як один з видів маніпулювання свідомістю громадян. Визначається поняття «політичний процес», «віртуалізація» та розглядається сутність віртуалізації політичного процесу. Досліджуються тенденції та технології віртуалізації політичного процесу в Україні у другій половині ХХ на початку ХХІ століття.

Ключові слова: віртуалізація; політичний процес; віртуалізація політичного процесу; Україна; політика; засоби масової інформації.

Постановка проблеми. Тенденції глобальних перетворень в інформаційну епоху суттєво змінюють перебіг політичних процесів. Соціальний інститут політики і влади як стійкий механізм самоорганізації суспільства і як найважливіший орган управління зазнає істотних змін в епоху поширення інформаційних технологій.

Новітні комунікації змінюють форми та змістовні інтенції у взаємовідносинах громадян і влади. Все це створює умови для віртуалізації політичного процесу, яка, як наслідок, впливає на зміну форм політичної діяльності та політичного процесу.

На сьогодні віртуалізація політичного процесу проявляється у заміні в свідомості людей реальних образів політичних акторів символічними віртуальними фігурами. Таким чином, політичний процес стає боротьбою не ідей та дій реальних індивідів за доступ до легітимного визнання їх влади або утримання цієї влади, а боротьбою іміджів, деяких віртуальних конструктів, що спираються на невизначені характери і стереотипи, нав'язані засобами масової комунікації або масової культурою.

Основною метою віртуалізації політичного процесу є створення певної штучної реальності, яка своєю яскравістю, епатажем або драматургією приховує справжню політичну боротьбу і політичну реальність, привертаючи увагу суспільства до ефектних явищ, які в підсумку не мають ніякого впливу на розвиток держави. Віртуалізація приховує справжні процеси розподілу владних повноважень на догоду театральності і драматургії другорядних.

Аналіз останніх досліджень та публікацій з цієї теми. Питання віртуалізації, її специфіку та особливості висвітлено у працях вітчизняних та закордонних вчених, проте, слід зазначити, що спеціальних цілесп-

рямованих досліджень віртуалізації політичного процесу в науці не було.

Так, певні аспекти дослідження віртуалізації представлені в межах школи віртуалістики, засновником якої став М. Носов [12]. Ця школа орієнтується на визначення психологічних та онтологічних аспектів віртуальної реальності. Триває вивчення значення віртуалізації в соціологічному дискурсі, початок яким поклали такі вчені, як А. Бюль, А. Крокер та Д. Іванов [6].

В Україні найбільшої уваги науковців здобули різні аспекти віртуальної реальності, зокрема її онтологічний статус досліджується Л. Усановою, І. Усановим, О. Каріною [8], антропологічні аспекти – А. Горячківською [3]. Варто зазначити, що значний внесок у вивчення поняття «віртуалізація» зробила Т. Каменська в монографії «Соціальне знання і віртуалізація соціальної реальності» [7].

Проте ці дослідження мають лише певні контури, що є дотичними до питання сутності поняття «віртуалізація».

Дослідженням аспектів віртуалізації політики займалися вчені В. Гиренко [2], І. Вільчінська [1]. Певним чином механізми віртуалізації політичного процесу описав Г. Почепцов [13; 14; 15] в рамках дослідження динаміки віртуального простору в рамках віртуальної війни і революції.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Основне завдання цієї статті – розкрити специфіку «віртуалізації» політичного процесу в Україні у другій половині ХХ – на початку ХХІ століття.

Виклад основного матеріалу дослідження. Політичний процес в політичній науці є досить специфічною, центральною категорією дослідження. Процесуальний підхід до політики – характеристика політики

як процесу, дозволяє побачити всі грані взаємодії суб'єктів в сфері державної влади. Політичний процес – це сукупність інституціоналізованих і неінституціоналізованих дій суб'єктів політики, які формують і реалізують загальну колективну владу в суспільстві.

Процес віртуалізації політичних процесів як складової частини віртуалізації суспільства загалом полягає у створенні уявних, не існуючих реально речей (явищ, подій, об'єктів), що мають безпосередній вплив на політичну сферу у державі. Внаслідок віртуалізації політичних процесів створюються різні форми симуляції політичних процесів, суб'єктів політики та формується політична культура рядових громадян.

Взагалі, категорія «віртуальний» походить від слова «virtus», яке в античні часи розуміли як «здатність людини до мислення». З огляду на це, в латинській граматиці це поняття трактується як «відповідна якість» [18, с. 20].

З плінністю часу смислове навантаження «віртуалізації» змінюється, кожною наукою в нього вкладається певний сенс.

Віртуалізація політичного процесу найчастіше проявляється в заміні діяльності реальних суб'єктів політичного процесу (політиків, депутатів, державних службовців та інших політичних акторів) символічними фігурами. Вони набувають віртуальних образів, які політтехнологи класифікують за різними критеріями – «господарника», «борця», «успішного бізнесмена», «талановитого управлінця», «берегині» і т. д. Таким чином, політичний процес характеризується взаємодією та боротьбою не реальних індивідів, а сформованих іміджів, віртуальних конструктів.

Тому можна стверджувати, що метою віртуалізації політичного процесу є конструювання певної штучної реальності, яка приховує справжню суть політики, політичну реальність боротьби за владу. При цьому увага громадян штучно перемикається до яскравих, ефектних та інколи епатажних явищ, які не мають фундаментального впливу на розвиток держави. Основна мета віртуалізації політичного процесу – приховати справжні, найбільш важливі процеси розподілу владних повноважень.

Як наслідок, віртуалізація політичного процесу проявляється в 2 формах: впровадженням маркетингових технологій в розробку електоральних і політичних стратегій та маніпуляції політичними символами. Символи і ритуали в цьому процесі мають важливе значення, оскільки за їх допомогою виражається політика. Політичний процес, який на екранах телевізорів транслюють ЗМІ, полягає в маніпулюванні цими символами, усвідомлено чи неусвідомлено.

Отже, віртуалізація – це процес створення віртуального, тобто штучного, об'єкта чи середовища. Складовою частиною віртуалізації суспільства в цілому є процес віртуалізації політичних процесів.

Віртуалізації політичного процесу проявляється у створенні уявних, не існуючих реально об'єктів, подій чи явищ, що мають безпосередній вплив на політичну сферу життя суспільства.

Віртуалізація політичних процесів – явище, що торкнулось і України. Інформаційне суспільство як якісно новий етап розвитку України характеризується

істотним збільшенням і диверсифікацією каналів політичної комунікації, появою нових інформаційних і психотехнологій, виникненням нових смислованих образів, появою абсолютно нових політичних норм і цінностей, стосунків, інститутів, методів досягнення мети. Разом із тим головною цінністю постіндустріального суспільства є інформація, яка завжди відносно істинна. Вона виступає засобом маніпуляції суспільною свідомістю, а отже, і поведінкою індивідів, і як наслідок – віртуалізації політичного процесу.

Суб'єктами віртуалізації в Україні постають засоби масової комунікації, виробники і транслятори інформації. Якщо виходити із розуміння політики як сфери діяльності, пов'язаної із стосунками між соціальними і соціально-етнічними утвореннями, ядром якої виступає проблема досягнення, утримання і використання влади, то цілком логічно можна стверджувати, що в її основі лежить модифікація суспільної поведінки на користь тих чи інших суб'єктів політики, частіше всього – пануючих еліт.

Інформація і знання у постіндустріальному суспільстві часто відіграє навіть більше значення, ніж гроші та влада. Можливість маніпулювання інформацією стає вирішальною в управлінні суспільством, відтісняючи на другий план вплив державного примусу. Носіями і поширювачами інформації є ЗМІ.

ЗМІ та ЗМК в Україні є основним механізмом віртуалізації політичного процесу, виступають основним засобом маніпуляції свідомістю, задаючи відповідний порядок денний, за допомогою якого конструюються різні політичні реальності, обумовлені кон'юнктурними міркуваннями, програмується відповідні правила, цінності і норми.

В Україні інформація є інструментом влади, а останні досягнення в сфері технологій пропаганди роблять її ключовим елементом соціального панування. Дуже часто споживач отримує інформацію вже в препарованому вигляді. ЗМІ нав'язують правила сприйняття соціальної реальності, штучно створюючи «актуальні проблеми», або показуючи «вигідні сторони, відносини, коментар і т. д. ЗМІ чинять прихований регламентуючий вплив на інтелект, емоції, волю людей [4].

В українських реаліях політичного життя, віртуалізація політичного процесу більшою мірою, ніж звичайно, проявляється під час виборчого процесу, коли відбувається боротьба між політиками за завоювання та утримання влади.

Слід також зазначити, що вплив фактору віртуальності залежить від рівня виборів: чим вищий рівень виборів (парламентські, а не місцеві), тим більшою є необхідність створення віртуальної реальності, віртуальних образів політиків. Створення правильного образу політика у віртуальному просторі є задачею політтехнологів. У разі успіху політичних технологій, образ виступає певною «перепусткою» в світ політики [5].

У наш час віртуальні образи є основою політичних процесів в Україні. Політичні конфлікти відображуються через ЗМІ, телеканали стали рингами політичних протистоянь, політичних боїв. Політики, що відмежовані від суспільства, є проекцією політичної сили, виразниками її позиції. Саме тому, зараз партії, і у нас в Україні, асоціюються з їхніми лідерами. Їх характеристиками виступають не традиції, політичні

позиції, ідеологія, програма дій (що виписувалась би окремою «книгою реформ»), а бренд політичної сили та імідж лідера, що у комплексі представляють віртуальний образ, який зараз і є основним, формальним «суб'єктом» політичного процесу.

В реаліях сучасного політичного життя імідж є заміником політичної позиції, а бренд – заміником ідеології. Навіть у виборах беруть формовані образи та іміджи, тому на політичній арені змінюються не політики, чиновники та управлінці, а віртуальні образи [5].

Успішно сформований та надалі підтриманий образ може принести визначні перемоги в майбутньому. Яскравим підтвердженням цього твердження є образ «Юлі» – образ Юлії Тимошенко, сформований за останні роки зусиллями багатьох політтехнологів. Це один з найуспішніших і найцікавіших образів у сучасному політикумі України.

По-перше, він поєднує більшість тих позитивних рис, які намагаються підкреслити всі іміджмейкери у своїх творіннях. Починається все, звісно, з зовнішності. В умовах ідеологічної невизначеності політичних сил та великої кількості партій і політиків люди найчастіше, в першу чергу, звертають увагу саме на зовнішність [9, с. 28–30]. Жіночність, елегантність, особливий стиль одягу стали визначальними для образу Ю. Тимошенко. Вона легко перевтілюється в різні образи за допомогою зміни одягу.

Найчастіше вона виступає в одній з чотирьох ролей: «воїн світла» (білий одяг), «своя дівчина» (джинсовий одяг, найчастіше на неформальних зустрічах зі студентами), «зразковий політик» (переважають чорний та сірий кольори, ділові костюми), «справжня україночка» (стилізований народний одяг).

Ці моменти акцентують увагу на її зовнішній привабливості, що вже дуже великий плюс для сучасного політика. Непересічна зовнішність політика неодноразово привертала увагу ЗМІ.

По-друге, крім зовнішніх характеристик, образ Ю. Тимошенко наповнений багатьма особистісними рисами, які певною мірою тяжіють до чоловічих. На протигагу тендітній зовнішності постає стійкий характер, пряmlinійність, впевненість, чітке окреслення цілей, наполегливість, готовність до боротьби та революційність [5].

У процесі впровадження в медіапростір образу «Юлі» можна простежити застосування основних психологічних методів впливу в політичній рекламі: навіювання, яке засноване на некритичному сприйнятті інформації (апелювання до емоцій у рекламі), повторюваність інформації з постійним внесенням чогось нового, але зі збереження основного змісту (використання різних роликів з однією провідною ідеєю), поступове виникнення наслідування, прийняття і відтворення певних рис поведінки людини та зображення, яке включає неусвідомлене сприйняття певної інформації та зразків поведінки через передачу емоційного стану [5] (що веде до копіювання стилю одягу, зачіски, манер поведінки Ю. Тимошенко).

На прикладі зазначеного образу можемо побачити, як були втілені в життя вісім заповідей успішної виборчої кампанії, сформульовані відомим французьким спеціалістом з виборчих технологій [14, с. 502]:

– голосують за людину, а не за програму (акцент на особі Ю. Тимошенко);

- голосують за ідею, а не за ідеологію;
- голосують за майбутнє, а не за минуле;
- голосують за людину-легенду, а не за посередність (містифікація образу та біографії Ю. Тимошенко зробили її живою легендою);
- голосують за долю, а не за буденність (Ю. Тимошенко називають «єдиним чоловіком в українській політиці»);
- голосують за переможця, а не за невдахів (Ю. Тимошенко постійно закликає до боротьби і прориву) [5];

В Україні в технологіях «помаранчевої революції» значною мірою простежувалася віртуалізація політичного процесу. В цей період застосування технології віртуалізації багато в чому відобразилась на особливостях політичної модернізації суспільства. Під час події «помаранчевої революції» – масових акцій протесту на Майдані Незалежності в Києві в листопаді-грудні 2004 року завдяки тиражуванню в ЗМІ їх яскравих образів, в суспільстві сформувався образ «революції» як символу і уособлення демократичної волі українського народу. В підсумку кандидат від опозиційних сил В. Ющенко отримав перемогу на президентських виборах, залишивши позаду іншого потенційного кандидата В. Януковича.

Всіх прихильників «старої влади» В. Ющенко, у якого після перемоги «помаранчевих» сил переважала революційна логіка, автоматично вважав «бандитами». В тому числі статус «бандита» отримав і головний опонент В. Ющенка – представник «Партії Регіонів» В. Янукович. Була обрана така тактика, що у відповідь на будь-який опір регіональних сил діяти силовими методами, тобто за популярним на Майдані гаслом: «Бандитам – тюрми!». Але, незважаючи на лозунги, ніяких серйозних дій у цьому напрямку зроблено не було. Для цього була очевидна причина – головні діючі особи «помаранчевої» команди, зокрема В. Ющенко, не хотіли псувати свій образ розправою з політичними опонентами, навіть якщо, за їх риторикою, вони були «бандитами». Такі дії влади В. Ющенка, по суті, виходили із принципів віртуалізаційної політичних процесів задля утримання влади, що передбачала пріоритет сили образів у впливі на маси та суспільні процеси перед прийняттям необхідних і відповідальних рішень. Ще одна характеристика віртуалізаційної моделі тих часів – надзвичайна відкритість правоохоронних органів, які постійно повідомляли громадськість про хід розслідування резонансних справ [1].

Отже, значну роль в процесі віртуалізації мають засоби масової інформації, які в суспільстві мають авторитет четвертої влади, впливаючи на населення. ЗМІ, які зараз поширилися і в мережі Інтернет, здійснюють безпосередній вплив на свідомість людей, задають тренди, миттєво поширюючи будь-яке повідомлення чи інформацію під потрібним «кутом зору» [10; 11].

Отже, в Україні політика сьогодні твориться в віртуальному просторі, боротьба за владу перейшла з рук реальних людей в «руки» образів, іміджів і т. д. На наших очах відбувається багаторазове формування уявних величин, що поступово підміняють реальні політичні дії.

Якщо розглядати процес віртуалізації політичних інститутів на прикладі політичних партій, то можна простежити ознаки проникнення логіки і законів віртуального простору на кожному рівні нормативного комплексу. Наприклад, програми політичних партій сьогодні є виключно віртуальним продуктом, навіть якщо він представлений на цілком реальному паперовому носії. Оскільки, по-перше, вони складаються з декларованих ідей, які важко втілити в життя, а по-друге, ці програми схожі один на одного як дві краплі води, що, по суті, позбавляє їх реальної сили в боротьбі за владу.

Ще більш цікава метаморфоза торкнулася проектів реформ. Деякі з них, можливо, ніколи не існували зовсім. Книжки, що містять суть і шляхи реалізації цих реформ, потенційні виборці бачили лише в новинах по телебаченню. Сайти, що містять цей програмний продукт, також існують лише номінально. Всюди і в реальному просторі, і в віртуальному наявний лише образ цих реформ у вигляді короткого опису, або звітів про презентацію ідей.

Так само віртуально наявна підтримка громадськості цих програм і реформ. У підсумку боротьба за владу між політичними партіями перетворюється в боротьбу іміджів їх політичних лідерів і призводить, в свою чергу, до віртуалізації інституту виборів. Доречі, представники українського політичного «Олімпа» вже важко піддаються ідентифікації: стільки раз

їм доводилося змінювати власний імідж в процесі політичної боротьби [17].

Взаємовідносини між гілками влади, владою і опозицією також все частіше набувають характеру імітації. Все частіше влада за допомогою віртуальних конструкцій починає формувати псевдо опозицію, що не має нічого спільного з реальним протистоянням ідей. Інший приклад – це запозичення іміджу опозиціонера, революціонера, котрий дозволяє домогтися реального успіху в боротьбі за владу. Таким чином, виникають «політика образів і образи політики» [6, с. 52].

Отже, тенденція до віртуалізації політичних процесів в Україні проявляється в заміщенні реальних політичних практик віртуальними моделями, що призводить до віртуалізації інститутів виборів, партій і держави.

В якості висновків, можна констатувати, що як у світі, так і в Україні, віртуалізація політичних процесів призводить, в першу чергу, до віртуалізації інститутів влади, що в кінцевому підсумку може призвести до непередбачуваних наслідків. Логіка існування і розвитку соціальних інститутів показує, що навіть будучи віртуальними, вони мають глибокий вплив на реальне суспільство будь-якої країни.

Тому, можна зробити висновок, що в подальшому людство чекає чергова хвиля віртуалізації інститутів влади. Віртуальний простір стане альтернативною моделлю загального устрою.

Список використаних джерел

1. Вільчинська І. Віртуалізація влади : відкритість чи маніпуляція? [Електронний ресурс] / І. Вільчинська // Актуальні проблеми політики : зб. наук. праць / [керівник авт. кол. С. В. Ківалов ; відп. за вип. Л. І. Кормич]. – Одеса : «Фенікс», 2009. – Вип. 36. – 372 с. – Режим доступу : [http://www.nbu.gov.ua/old_jm/Soc_Gum/App/2009_36/app-36_Vilchinska_I_Yu_\(256-265\).pdf](http://www.nbu.gov.ua/old_jm/Soc_Gum/App/2009_36/app-36_Vilchinska_I_Yu_(256-265).pdf)
2. Гиренко В. Віртуальна природа средств массовой информации [Електронний ресурс] / В. Гиренко // Вестник «Acta Diurna» (филологический факультет ПГУ). – Режим доступу : http://www.psujournal.narod.ru/vestnik/vyp_4/gir_virt.htm
3. Горячковская А. Концептуальный персонаж виртуальной реальности / А. Горячковская // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Теорія культури та філософія науки. – Харків : ХНУ, 2007. – № 764–2. – С. 10–14.
4. Дем'яненко Б. Українські ЗМІ в конструюванні політичної реальності і віртуалізації політичного процесу (помірквані технології) [Електронний ресурс] / Б. Дем'яненко // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – 2010. – Вип. 2. – С. 189–207. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2010_2_16
5. Дмитришин Ю. Симуляція політики в політичній рекламі України в умовах виборчих кампаній [Електронний ресурс] / Ю. Дмитришин // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. – 2010. – Вип. 6. – С. 195–205. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzipiend_2010_6_24
6. Иванов Д. Виртуализация общества [Електронний ресурс] / Д. Иванов. – СПб. : Петербургское Востоковедение, 2002. – 214 с. – Режим доступу : http://lib.ru/POLITOLOG/ivanov_d_v.txt
7. Каменская Т. Социальное знание и виртуализация социальной реальности / Т. Каменская. – Одесса : Астропринт, 2009 – 277 с.
8. Каріна О. Виртуальная реальность: онтологический аспект [Електронний ресурс] / О. Каріна // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2003. – № 588. – С. 39–44. – Режим доступу : <http://dissert.com.ua/contents/7039.html>
9. Коберник К. Иконостас власти / К. Коберник // Корреспондент. – 2008. – № 11. – С. 28–30.
10. Лубська В. Віртуалізація українського суспільства в контексті вестернізації [Електронний ресурс] / В. Лубська // Проблеми міжнародних відносин : [зб. наук. праць / наук. ред. Канцелярук Б. та ін.]. – К. : КиМУ, 2012. – Вип. 4. – 314 с. – Режим доступу : <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/59315/20-Lubska.pdf?sequence=1>
11. Магда Є. Віртуалізація та бурбонізація [Електронний ресурс] / Є. Магда. – Режим доступу : <http://blogs.ukrinform.ua/blog/yevgen-magda/virtualizaciya-ta-burbonizaciya>
12. Носов Н. Виртуальная реальность [Електронний ресурс] / Н. Носов // Вопросы философии. – 1999. – № 10. – С. 152–163. – Режим доступу : http://www.koob.ru/nosov/virtualnaya_psihologiya
13. Почепцов Г. Виртуальные революции : использование виртуальных объектов при смене власти [Електронний ресурс] / Г. Почепцов // Політичний менеджмент. – 2004. – № 4 (7). – Режим доступу : <http://www.twirpx.com/file/3435/>
14. Почепцов Г. Имиджеология / Г. Почепцов. – М. : Рефлбук, 2002.

15. Почепцов Г. Інформаційне суспільство і відкритість влади [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу : <http://westudents.com.ua/glavy/52044-12-nformatsyne-susplstvo-vdkritst-vladi.html>.
16. Раковська-Башмакова О. Психологічний вплив рекламної діяльності на суспільство [Електронний ресурс] / О. Раковська-Башмакова, Т. Русанова // Вісн. Міжнар. Слов'ян. ун-ту. Сер. Соціол. науки. – 2007. – 10, № 2. – С. 56–59. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/VMSU/2007%02/07rbosio.htm.
17. Романенко С. Власть и политика в виртуальном пространстве [Електронний ресурс] / С. Романенко // Вісник Одеського національного університету імені І. І. Мечникова. Соціологія і політичні науки. – 2009. – Т. 14, вип. 13. – С. 122–125. – Режим доступу : <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/1498/1/%D0%92%D0% %B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA%20%D0%9E%D0%9D%D0%A3%20%D0%A1%D0%BE%D1%86%20%D1%82%2014%20%D0%B2%D1%8B%D0%BF%2013.122-126%2B.pdf>.
18. Таратута Е. Философия виртуальной реальности / Е. Таратута . – Санкт-Петербургский гос. ун-т, 2007. – 146 с.

**Т. В. Лушагіна,
С. Ракчєєва,**

ЧНУ ім. Петра Могили, г. Николаєв, Україна

ОСОБЕННОСТИ «ВИРТУАЛИЗАЦИИ» ПОЛИТИЧЕСКОГО ПРОЦЕССА В УКРАИНЕ ВО ВТОРОЙ ПОЛОВИНЕ XX – НАЧАЛЕ XXI века

В данной статье анализируется феномен «виртуализации политического процесса» как один из видов манипулирования сознанием граждан властью. Определяется понятие «политический процесс», «виртуализация» и рассматривается сущность виртуализации политического процесса. Исследуются тенденции, сущность и технологии виртуализации политического процесса в Украине во второй половине XX начале XXI века.

Ключевые слова: виртуализация; политический процесс; виртуализация политического процесса; Украина; политика; средства массовой информации.

**T. Lushahina,
S. Rackcheeva,**

Petro Mohyla Black Sea National University, Mykolaiv, Ukraine

FEATURES OF THE «VIRTUALIZATION» OF THE POLITICAL PROCESS IN UKRAINE IN THE SECOND HALF OF THE XX – THE BEGINNING OF THE XXI century

The article analyzes the phenomenon of «virtualization of the political process» as a manipulation of public opinion. Defines «political process», «virtualization» and the essence of virtualization of the political process. The essence of tendencies, essence and technologies of virtualization of the political process in Ukraine.

Social institute of politics and government as a stable mechanism of self-organization of society and as an important governing body undergoes significant changes in the era of dissemination of information technology.

Communications change forms and meaningful intentions in the relations between citizens and authorities. All this creates the conditions for the virtualization of the political process, which, as a consequence, affects the change in the forms of political activity and political process.

The virtualization of the political process today is manifested in the replacement in people's minds of the real images of political actors by symbolic virtual figures. Thus, the political process becomes a struggle not for the ideas and actions of real individuals for access to the legitimate recognition of their power or the holding of this power, but the struggle of the image, some virtual constructs based on indeterminate characters and stereotypes imposed by means of mass communication or mass culture.

The main purpose of the virtualization of the political process is to create a certain artificial reality, which by its brightness, euphony or drama hides the true political struggle and political reality, attracting the attention of the society to the spectacular phenomena, which in the end have no influence on the development of the state. Virtualization conceals the real processes of distributing power authorities in favor of theatricality and dramaturgy of secondary ones.

Key words: virtualization; political process; virtualization of the political process; Ukraine; politics; mass media.

Рецензенти: Іванов М. С., д-р політ. наук, професор, ЧНУ ім. Петра Могили;
Чупрін Р. В., канд. політ. наук, доцент, ЧНУ ім. Петра Могили.