

неадекватні (наприклад, не є репрезентативними або неповними), то щодо продукту або цільового ринку приймаються неправильні рішення, які можуть направити проект у неправильному напрямку та, як наслідок, навести його до краху. Наприклад, продукт недоречний, неправильно обраний цільовий ринок або недоречні потреби задовольняються. Цифровий маркетинг працює в передній частині інноваційного процесу, щоб досліджувати ринкові потенціали та потреби клієнтів, отримує зворотний зв'язок від клієнта у процесі розробки та продає продукт у задній частині процесу. Цифровий маркетинг, таким чином, гарантує, що нові продукти та послуги орієнтовані на ринок та клієнтів. Це один із найбільших факторів успіху в управлінні інноваціями для збільшення можливостей отримання доходу та усунення провалів та непотрібних відходів.

### **Перелік використаних джерел:**

1. Digital transformation: online guide to digital business transformation. URL: <https://www.i-scoop.eu/digital-transformation/>
2. Information and communication technologies for development URL: [https://www.wikiwand.com/en/Information\\_and\\_communication\\_technologies\\_for\\_development](https://www.wikiwand.com/en/Information_and_communication_technologies_for_development)
3. Pawaskar RP, Goel M. Improving the efficacy of destination marketing strategies: A structural equation model for lei-sure travel. Indian Journal of Science and Technology. 2016 Apr; 9(15):1–10.

*Мазур Наталія*

Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

## **СУЧАСНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНИХ КОМУНІКАЦІЙ**

У сучасному світі інформаційна сфера починає відігравати дедалі більш значущу та всеосяжну роль. Як наслідок, для вироблення адекватної державної політики надзвичайно актуальним стає визначення логіки і механізмів впливу інформаційного середовища на систему політико-комунікативних відносин.

Особливого значення ця проблема набуває в умовах, коли інформація стає одним із засобів вирішення геополітичних завдань і використовується як засіб формування певної соціально-політичної платформи для просування інтересів регіональних і глобальних гравців світової політики на території інших країн. Відображенням теоретичної цінності та актуальності вивчення проблеми інформаційного впливу є значний обсяг різнопланових досліджень і зростаючий інтерес до них як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників.

Досягнутий на сьогодні рівень розвитку інформаційно-комунікаційних технологій дає можливість якісно змінювати традиційні політичні інститути, на кшталт систем електронного голосування, електронного уряду тощо [1].

В умовах бурхливого розвитку інформаційної сфери влада, її політичні структури й інститути суттєво змінюють способи використання нових комунікативних технологій. Державні структури дедалі ширше використовують технології PR-комунікацій, засоби політичної реклами, інші методи комунікативного впливу для спілкування з суспільством, налагодження і підтримки контактів з політичними партнерами і опонентами.

Як свідчить суспільна практика, розвиток політичних комунікацій зумовлений ускладненням способів організації політичного спілкування. Нині здатність учасників політичного дискурсу налагоджувати стосунки безпосередньо пов'язана з наявністю у них ефективних каналів комунікації, вмінь і навичок ефективно застосовувати прийоми спілкування, і що не менш важливо, необхідних для цього ресурсів. Від рівня володіння засобами політичної комунікації великою мірою залежить становище у сфері політики тих чи інших суб'єктів, які завдяки вмінню здійснювати ефективні комунікації можуть або втратити, або набути конкурентоздатність на політичному ринку.

Сфера суспільно-політичної активності ЗМІ має особливу інформаційну форму, тому гостро постає питання їх ролі у політичній діяльності держав.

Основними функціями ЗМІ з погляду здійснення державної політики є:

- використання технології лобіювання державних інтересів.
- соціологізація особистості (допомога адаптування до соціальної дійсності).

- мобілізаційна – підтримання політичної активності громадян держави.

- Інтерпретація інформації що надходить у вигідному для здійснюваної політики світлі [2, с.78].

Засоби масової комунікації є важливим інструментом соціального управління держави. Виконуючи свою роль у формуванні народної думки ЗМІ не обмежується лише цим. Однак, однією з основних функцій їх діяльності у політичній сфері є підготування народної думку для проведення державою певної політики.

ЗМІ – це частина політичної системи, без якої не можливо уявити сучасного суспільства. Їх сутність, характер та функції у значній мірі дефінують соціально-політичний устрій держави. Тому, для кращого розуміння та оцінки механізму їх діяльності у межах певної держави ми маємо розглянути основні засади функціонування національних систем ЗМІ.

Сьогодні національні партії й політичні діячі мають свої власні сайти й сторінки в соціальних мережах, де й відбувається активна політична комунікація, яка є особливим етапом виборчої кампанії. Так, політтехнологи, аналітики, які працюють в інтересах певної партії чи діяча, отримують необхідну інформацію про потреби, думки та вимоги виборців, а тому мають можливість швидко відреагувати на зміни ситуації в політичному просторі, що часто означає й маніпуляцію громадською думкою [3].

В свою чергу, виборці можуть активно впливати на політичну реальність, демонструючи певні принципові позиції, які кандидат мав би задовольнити, якщо він очікує на позитивний результат виборчої кампанії.

Використання ІТ в політичному процесі здатне забезпечувати державним інститутам можливість консультування з громадянами в найкоротші строки. В такому аспекті, найімовірніше, збільшується не тільки інтерес громадян до політики, але й, як наслідок, активна участь має у політичних процесах. Сьогодні політична влада без нових інформаційних технологій не може існувати. Саме ефективна інформаційно – комунікаційна політична конкуренція є визначальним фактором у завоюванні та зберіганні політичної влади в сучасному суспільстві.

#### **Перелік використаних джерел:**

1. Роль інтернет-комунікацій в політичній взаємодії в Україні. URL:<https://core.ac.uk/download/pdf/50594656.pdf>

2. Дубінська В. Значення соціально-політичних комунікацій у процесі реалізації політичного лідерства в державному управлінні. *Ефективність державного управління*. 2015. Вип. 42. С.78-84. URL: [http://lvivacademy.com/vidavnistvo\\_1/edu\\_42/fail/10.pdf](http://lvivacademy.com/vidavnistvo_1/edu_42/fail/10.pdf)

3. Гаврилюк С. И. Информационно-манипулятивные технологии как составляющая процесса легитимации политической власти в Украине: попытка анализа. *Studia Humanitatis : Международный электронный научный журнал*. 2016. URL: <http://st-hum.ru/content/gavrilyuk-si-informacionno-manipulyativnye-technologii-kak-sostavlyayushchaya-processa>.

*Маціпура Матвій, Сивак Тарас*

Західноукраїнський національний університет  
м. Тернопіль

## **NFT ЯК ТЕХНОЛОГІЯ МАЙБУТНЬОГО**

За останні декілька місяців цифрове мистецтво та NFT стали найбільш обговорюваною темою у світі. У новинах ми бачимо як предмети цифрового світу за лічені хвилини продаються за шалені гроші: дружина Ілона Маска, співачка Граймс, за 20 хвилин заробила \$6 млн, продавши цифрові малюнки і відео у вигляді NFT-токенів; кліп американського баскетболіста Леброна Джеймса було продано за \$200 000, а бренд Rtfkt Studios, що спеціалізується на створенні віртуальних кросівок, продав колекцію із 600 пар загальною вартістю в 3,1 млн лише за 7 хвилин. Так, лише в лютому обсяг ринку NFT склав \$340 млн.

Токен – це одиниця обліку в мережі блокчейн, за допомогою якої можна створювати цифрові цінності. Блокчейн – це децентралізована мережа, яка функціонує за принципом послідовного ланцюга блоків, які містять інформацію щодо операцій із токенами. Записи у блокчейні не підлягають змінам та є загальнопублічними, тому це дозволяє уникнути маніпуляцій з даними та забезпечити їх безпеку.