

Хмельницький національний університет  
Факультет міжнародних відносин і права  
Кафедра міжнародної комунікації та політології

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
Маніпулятивні технології у виборчих кампаніях України

Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 052 Політологія

Освітня програма Освітньо-професійна програма Політологія

Шифр ПОЛ-21-1

Виконав студент 4 курсу група ПОЛ-21-1

Керівник \_\_\_\_\_

Нормоконтролер \_\_\_\_\_

Керничанський В. Є.

Земський Ю. С.

Козаченко С. М.

До захисту допускаю:

Завідувач кафедри Заславська О. О.

Дата «16» серпня 2025 р.

Хмельницький 2025 р.

## ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Міжнародних відносин і права  
 Кафедра Міжнародної комунікації та політології  
 Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)  
 Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки  
 Спеціальність 052 Політологія  
 Освітня програма Освітньо-професійна програма Політологія

ЗАТВЕРДЖУЮ  
 Завідувач кафедри  
Заславська О.О.

\_\_\_\_\_ 2025р.

### ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ Керничанський Владислав Євгенійович

Тема кваліфікаційної роботи: Маніпулятивні технології у виборчих кампаніях України

Керівник кваліфікаційної роботи: професор, доктор історичних наук Земський Юрій Сергійович.

Затверджено наказом ректора університету від \_\_\_\_\_ 20\_\_ р. № \_\_\_\_\_

**2. Строк подання** студентом роботи на кафедру \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**3. Вихідні дані до роботи** – праці українських та зарубіжних авторів (зокрема, Кочубей Л., Мадриги Т., Коломієць Т., Делані С., Ратнікова М. тощо), які досліджують політичну маніпуляцію, виборчі технології, інформаційну безпеку, політичну комунікацію, приклади дезінформаційних операцій, аналіз контенту соціальних мереж під час виборів 2014–2022 років, Конституція України, Виборчий кодекс України, закони України «Про політичні партії в Україні», «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації».

**4. Зміст пояснювальної записки** – розкрити теоретико-методологічні засади вивчення маніпулятивних технологій у політичному процесі, визначити типології маніпулятивних технологій з урахуванням каналів їх поширення, мети впливу, цільової аудиторії, дослідити еволюцію маніпулятивних технологій в Україні від початку незалежності до сьогодення, оцінити загрози демократичному процесу, які виникають внаслідок поширення дезінформації та політичних фейків.

**5. Дата видачі завдання** \_\_\_\_\_

Керівник \_\_\_\_\_ Земський Ю. С.

Завдання прийняв до виконання \_\_\_\_\_ Керничанський В. Є.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів (розділів) кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапу роботи	Примітка
1	Вибір теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження, постановка мети і завдань	До _____ 20__ р.	виконано
2	Визначення теоретико-методологічних засад дослідження. З'ясування актуальності проблеми	До _____ 20__ р.	виконано
3	Оформлення вступу кваліфікаційної роботи	До _____ 20__ р.	виконано
4	I розділ кваліфікаційної роботи	До _____ 20__ р.	виконано
5	II та III розділ кваліфікаційної роботи	До _____ 20__ р.	виконано
6	Загальні висновки	До _____ 20__ р.	виконано
7	Оформлення кваліфікаційної роботи	До _____ 20__ р.	виконано
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи	____ червня 20__ р.	виконано
9	Захист кваліфікаційної роботи (відповідно графіку)	____ червня 20__ р.	виконано

Студент

\_\_\_\_\_

Керничанський В.Є.

Керівник кваліфікаційної роботи

\_\_\_\_\_

Земський Ю.С.

## АНОТАЦІЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

**Тема кваліфікаційної роботи:** Маніпулятивні технології у виборчих кампаніях України

**Студент** Керничанський Владислав Євгенійович

**Керівник** Земський Юрій Сергійович

**Кваліфікаційна робота** включає 88 сторінок, 15 таблиць, перелік джерел посилання складає 91 найменувань.

**Ключові слова:** *виборча кампанія, маніпулятивні технології, політична маніпуляція, виборчий процес, політична комунікація, електоральний вибір, демократичні практики, протидія маніпуляціям, інформаційна безпека, політичний дискурс, соціальні мережі.*

**Об'єктом дослідження** є процес політичного впливу на електоральний вибір громадян України.

**Предметом дослідження** є маніпулятивні технології, що застосовуються у виборчих кампаніях України.

**За результатами дослідження** розроблено комплексну модель ефективної протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях України з урахуванням міжнародного досвіду та особливостей вітчизняного політичного простору. Здійснено порівняльний аналіз використання маніпулятивних технологій у президентських та парламентських виборчих кампаніях України (2014-2022 рр.) Визначено еволюцію маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України протягом 1991-2025 років та класифіковано основні типи політичних маніпуляцій, які застосовуються в українському політичному дискурсі.

**Одержані результати** можуть бути використані для вдосконалення законодавчої бази щодо регулювання виборчого процесу, розробки програм з підвищення медіаграмотності населення, формування стратегії протидії дезінформації та маніпуляціям у політичній сфері, а також у навчальному процесі при викладанні дисциплін політологічного циклу.

Випускник \_\_\_\_\_ Керничанський В.Є.

Дата подання кваліфікаційної роботи до захисту \_\_\_\_\_ 2025 р.

## ЗМІСТ

СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ	6
ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ	12
1.1. Концептуалізація понять "політична маніпуляція" та "маніпулятивні технології"	12
1.2. Класифікація та типологія маніпулятивних технологій у політичній сфері	16
1.3. Методологічні підходи до аналізу маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях	22
Висновки до першого розділу	31
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ УКРАЇНИ	33
2.1. Еволюція маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України (1991-2025)	33
2.2. Аналіз основних маніпулятивних технологій в українських виборчих кампаніях 2014-2022 рр.	38
2.3. Порівняльний аналіз використання маніпулятивних технологій у президентських та парламентських виборчих кампаніях	44
Висновки до другого розділу	51
РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНИЙ АСПЕКТ: ПРОТИДІЯ МАНІПУЛЯТИВНИМ ТЕХНОЛОГІЯМ У ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ УКРАЇНИ	53
3.1. Міжнародний досвід протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях	53
3.2. Стратегічні проблеми у протидії маніпулятивним технологіям в українському політичному просторі	59
3.3. Модель ефективної протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях України	65
Висновки до третього розділу	72
ВИСНОВКИ	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	78

## СКОРОЧЕННЯ ТА УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ

- ВРУ – Верховна Рада України
- ЗМІ – засоби масової інформації
- ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології
- КМУ – Кабінет Міністрів України
- НАЗК – Національне агентство з питань запобігання корупції
- НУО – неурядові організації
- ОВК – окружна виборча комісія
- ПР – політична реклама
- ПТ – політичні технології
- СБУ – Служба безпеки України
- СММ – соціальний медіа-маркетинг
- ЦВК – Центральна виборча комісія
- PR – Public Relations (зв'язки з громадськістю)
- SMM – Social Media Marketing (маркетинг у соціальних мережах)
- SWOT – Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (сильні сторони, слабкі сторони, можливості, загрози)

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Суть та стан проблеми дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України представляє собою багатоаспектне явище, що характеризується стрімкою еволюцією форм і методів інформаційно-психологічного впливу на електоральну поведінку громадян. Маніпулятивні технології як система прийомів і способів впливу на свідомість виборців з метою формування заданих електоральних преференцій становлять значний науковий інтерес у контексті забезпечення демократичності виборчого процесу. Глибинне осмислення цього феномену вимагає міждисциплінарного підходу, що інтегрує політологічні, психологічні, соціологічні та комунікативні аспекти дослідження.

Актуальність теми дослідження зумовлена низкою взаємопов'язаних факторів, що визначають важливість наукового осмислення маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України. По-перше, трансформаційні процеси в українському суспільстві супроводжуються значним посиленням інформаційного впливу на електоральну поведінку громадян, що актуалізує потребу в науковому аналізі цих явищ. По-друге, діджиталізація політичної комунікації створює нові канали поширення маніпулятивного контенту, що потребує систематичного дослідження та розробки відповідних механізмів протидії. По-третє, зростання кількості дезінформації та фейкових новин під час виборчих кампаній загрожує демократичним принципам виборчого процесу та підриває довіру громадян до політичних інститутів. По-четверте, військова агресія проти України актуалізувала проблематику інформаційної безпеки та протидії зовнішнім інформаційним впливам, що безпосередньо пов'язано з питаннями маніпулятивних технологій у виборчих процесах. По-п'яте, розвиток штучного інтелекту та технологій глибинних фейків (deepfake) створює якісно нові виклики для забезпечення достовірності інформації під час виборчих кампаній. Ці фактори у своїй сукупності визначають високу суспільну значущість та наукову актуальність дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України.

**Стан розробки проблеми** характеризується значним науковим інтересом до різних аспектів маніпулятивних технологій у політичній сфері, однак спостерігається певна фрагментарність досліджень, що зосереджуються на окремих елементах цього складного феномену. Теоретико-методологічні основи дослідження політичних маніпуляцій та маніпулятивних технологій були закладені у роботах вітчизняних науковців. Значний внесок у розуміння природи політичних маніпуляцій зробила Кочубей Л. [30, с.136], яка детально проаналізувала традиційні та новітні виборчі технології в Україні, визначила їх типологію та особливості застосування в українському політичному контексті. Мадрига Т. та Бриндальський А. [31, с.90] розглядають маніпулятивні технології як системну загрозу політичній безпеці держави, пропонуючи комплексний підхід до аналізу їх впливу на демократичні процеси.

Правові аспекти регулювання виборчого процесу та застосування політичних технологій висвітлені у дослідженнях Турчинова К. [44], який аналізує законодавче забезпечення діяльності політичних партій у виборчому процесі. Антонова Л.В. [49] досліджує організаційно-правові аспекти вдосконалення виборчого процесу в Україні, що дозволяє краще зрозуміти інституційне середовище, в якому функціонують маніпулятивні технології.

Еволюція виборчих кампаній в Україні та використання в них маніпулятивних технологій детально проаналізована у працях Яковлевої Н., Коломієць Т. та Северинчика О. [91, с.95], які досліджують президентські та парламентські виборчі кампанії в умовах однорічних електоральних циклів доби незалежності України. Бойко В.С. [54] розглядає вітчизняний та світовий досвід використання виборчих технологій у формуванні масової свідомості, що дозволяє провести порівняльний аналіз та виявити українську специфіку.

Проблематика використання соціальних мереж у виборчих кампаніях та їх роль у поширенні маніпулятивного контенту висвітлена у роботах Кочубінського В. [68], Фролова Н.В. [60] та Цилюрника С.В. [47, с.104], що сприяє розумінню трансформацій маніпулятивних технологій в умовах цифровізації політичної комунікації.

Серед зарубіжних дослідників значний внесок у розуміння медіаманіпуляцій та їх впливу на виборчий процес зробили Делані С. [56], який аналізував фінансові аспекти онлайн-кампаній, та Ратніков М. [82], який досліджував сучасну парадигму політичної комунікації на прикладі президентської кампанії Д. Трампа. Важливі аспекти протидії дезінформації у виборчому процесі розглянуті у колективній праці під редакцією Дубової В. [59].

Незважаючи на значний науковий доробок, проблематика маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України потребує системного дослідження з урахуванням новітніх тенденцій розвитку інформаційного суспільства. Існує потреба в комплексному аналізі еволюції маніпулятивних технологій у контексті трансформації медіапростору та розробці ефективних моделей протидії негативним інформаційним впливам на електоральну поведінку громадян.

**Об'єктом дослідження** є виборчі кампанії в Україні як складний політико-комунікаційний процес, що включає систему взаємодій між суб'єктами політики та електоратом.

**Предметом дослідження** є маніпулятивні технології як система методів, прийомів та засобів прихованого впливу на масову свідомість та поведінку виборців, що застосовуються політичними акторами у виборчих кампаніях України з метою досягнення власних електоральних цілей.

**Метою дослідження** є здійснення комплексного теоретико-прикладного аналізу маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України та розробка моделі ефективної протидії деструктивним інформаційно-психологічним впливам на електоральну поведінку громадян.

Відповідно до визначеної мети дослідження та для її досягнення, визначено в логічній послідовності такі конкретні **завдання**:

- 1) Дослідити теоретико-методологічні основи вивчення політичної маніпуляції та маніпулятивних технологій у сучасній політичній науці.

2) Розробити комплексну типологію маніпулятивних технологій у політичній сфері з урахуванням їх специфіки, каналів поширення та цільової аудиторії.

3) Проаналізувати еволюцію маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України від здобуття незалежності до сьогодення, виявити основні етапи та тенденції їх розвитку.

4) Виявити ключові особливості застосування маніпулятивних технологій в українських виборчих кампаніях 2014-2022 рр., з'ясувати їх вплив на електоральну поведінку громадян та результати голосування.

5) Здійснити порівняльний аналіз використання маніпулятивних технологій у президентських та парламентських виборчих кампаніях України, визначити спільні та відмінні риси у застосуванні цих технологій.

6) Охарактеризувати стратегічні проблеми у протидії маніпулятивним технологіям в українському політичному просторі та розробити комплексну модель ефективної протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях.

**Гіпотеза дослідження** полягає у науковому припущенні про те, що ефективність протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях України залежить від системної взаємодії правових, інституційних та медіаосвітніх механізмів, спрямованих на підвищення критичного мислення виборців, посилення прозорості політичної комунікації та вдосконалення нормативно-правової бази у сфері регулювання виборчого процесу. При цьому ключовою умовою успішної протидії маніпулятивним впливам є формування інформаційної резильєнтності суспільства через розвиток медіаграмотності громадян та створення ефективної системи виявлення і спростування дезінформації.

**Методи дослідження.** В процесі написання дипломної роботи була використана система загальнонаукових та спеціальних емпіричних і теоретичних методів дослідження. Також використовувалися такі емпіричні методи, як, опис, порівняння та узагальнення.

**Практичне значення** отриманих результатів полягає у можливості їх широкого застосування для вдосконалення виборчого процесу в Україні та протидії деструктивним інформаційним впливам. Теоретичні положення та висновки дослідження можуть бути використані для розробки та вдосконалення нормативно-правової бази щодо регулювання виборчого процесу, зокрема у частині забезпечення інформаційної прозорості та запобігання використанню маніпулятивних технологій.

**Результати дослідження** можуть бути використані для розробки програм медіаосвіти для різних верств населення, спрямованих на підвищення критичного мислення та медіаграмотності громадян. У сфері освіти результати дослідження можуть бути використані для вдосконалення навчальних програм з політології, політичної комунікації, медіазнавства та інформаційної безпеки у закладах вищої освіти. Матеріали дослідження стануть корисним ресурсом для подальших наукових розвідок у галузі політичної комунікації та виборчих технологій.

**Структура роботи** зумовлена логікою розкриття теми, метою та завданнями дослідження і складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. У першому розділі досліджуються теоретико-методологічні основи вивчення маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях, надається концептуалізація ключових понять та розглядаються методологічні підходи до аналізу. Другий розділ присвячений аналізу маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України, їхній еволюції та порівняльному аналізу використання в президентських і парламентських кампаніях. У третьому розділі представлено проєктно-рекомендаційний аспект дослідження, зокрема міжнародний досвід протидії маніпулятивним технологіям та розроблено модель ефективної протидії їм в українському політичному просторі. Кваліфікаційна робота включає 88 сторінок, 15 таблиць, перелік джерел посилання складає 91 найменувань, 2 додатки.

## **РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ**

### **1.1. Концептуалізація понять "політична маніпуляція" та "маніпулятивні технології"**

Дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях передбачає насамперед чітке визначення та розмежування поняттєвого апарату, що становить методологічну основу наукового аналізу. Термін "маніпуляція" походить від латинського слова "manipulus", що буквально означає "жменя" або "невелика кількість", та мав первинне застосування у значенні вправного поводження з предметами. У сучасному політологічному дискурсі маніпуляція набула значення прихованого управління свідомістю та поведінкою людей з метою спонукання їх до дій, які відповідають інтересам маніпулятора.

Розвиток поняттєвого апарату політичної маніпуляції відбувався паралельно зі становленням масового суспільства та розширенням виборчих прав громадян. Початок ХХ століття ознаменувався формуванням перших наукових концепцій маніпулювання масовою свідомістю у працях Г. Тарда, Г. Лебона, У. Ліппмана, які розглядали масову поведінку як результат цілеспрямованого впливу на колективну свідомість. Подальші дослідження Е. Фромма, Г. Маркузе, Т. Адорно, Ю. Габермаса заклали філософсько-соціологічні основи розуміння маніпуляції як форми соціального контролю.

Сучасне розуміння політичної маніпуляції ґрунтується на синтезі соціально-психологічних, комунікативних та політологічних підходів, що визначають її як систему прихованого психологічного впливу з метою нав'язування політичних рішень в умовах уявної свободи вибору громадян. Відповідно до Закону України "Про інформацію", забороняється використання інформації для закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості,

розпалювання расової, національної, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободи людини [5].

Політична маніпуляція в контексті виборчого процесу виступає як цілеспрямований вплив на електоральну поведінку громадян шляхом формування специфічних установок, переконань, стереотипів. Це комплексний процес, що включає створення спотвореної картини політичної дійсності, використання соціально-психологічних механізмів впливу, прихований характер маніпулятивних дій та експлуатацію психологічних вразливостей виборців.

Формування поняття "маніпулятивні технології" відбувалося в межах політичного менеджменту та електорального маркетингу. Маніпулятивні технології визначаються як сукупність методів, прийомів та засобів впливу на свідомість виборців з метою зміни їхньої електоральної поведінки у бажаному для суб'єкта маніпуляції напрямі. Виборчий кодекс України у статті 57 забороняє поширення у будь-якій формі матеріалів, що містять недостовірні відомості про кандидата, політичну партію [2].

Методологічний підхід до розуміння маніпулятивних технологій передбачає виокремлення їх структурних компонентів: суб'єкта (маніпулятора), об'єкта (виборців), цільової настанови (здобуття влади), методів та засобів впливу, каналів передачі маніпулятивної інформації, контексту застосування та очікуваного результату. Такий підхід дозволяє провести комплексний аналіз маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях та оцінити їх вплив на демократичні процеси.

Принципова відмінність маніпулятивних технологій від інших форм політичного впливу полягає у прихованому характері впливу, створенні ілюзії самостійного вибору та використанні психологічних, а не раціональних механізмів впливу на виборця. Сучасні дослідники визначають маніпулятивні технології як форму управління суспільною свідомістю через програмування поведінки людей за допомогою цілеспрямованого впливу на громадську думку [31, с. 92].

Еволюція наукових підходів до розуміння політичних маніпуляцій пройшла кілька етапів, кожен з яких збагатив теоретичне осмислення цього феномену. Біхевіористський підхід, розвинутий у працях Г. Лассвелла та П. Лазарсфельда, розглядав політичну маніпуляцію як стимул, що викликає передбачувану реакцію виборців. Когнітивний підхід, представлений роботами Л. Фестінгера та Ф. Хайдера, зосереджувався на механізмах когнітивних спотворень та формуванні переконань. Структурно-функціональний підхід, розроблений Т. Парсонсом та Р. Мертоном, аналізував маніпуляцію як елемент політичної системи (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

### Підходи до розуміння політичної маніпуляції

Підходи до розуміння політичної маніпуляції	Основні представники	Ключові положення
Біхевіористський	Г. Лассвелл, П. Лазарсфельд	Маніпуляція як стимул, що викликає передбачувану реакцію виборців
Когнітивний	Л. Фестінгер, Ф. Хайдер	Механізми когнітивних спотворень та формування переконань
Структурно-функціональний	Т. Парсонс, Р. Мертон	Маніпуляція як елемент політичної системи
Неоінституційний	Д. Норт, Дж. Марч, Й. Олсен	Маніпуляція в контексті формальних та неформальних інститутів
Комунікативний	Ю. Габермас, Н. Лукман	Маніпуляція як викривлення комунікативного дискурсу

У сучасному політологічному дискурсі сформувалися комплексні підходи до розуміння маніпулятивних технологій, що інтегрують досягнення політичної психології, нейролінгвістичного програмування, медіапсихології та соціології масових комунікацій. Важливим напрямом стало дослідження механізмів психологічного впливу в контексті сучасних інформаційних технологій та нових медіа, що суттєво розширило методологічний інструментарій вивчення політичних маніпуляцій.

Співвідношення понять "маніпулятивні технології", "політичний PR" та "політична реклама" становить важливий аспект методологічного осмислення проблеми. Політичний PR (зв'язки з громадськістю) визначається як планомірна, систематична діяльність з управління політичними комунікаціями

та створення сприятливого іміджу політичного суб'єкта. На відміну від маніпулятивних технологій, цілями PR є встановлення двостороннього комунікативного зв'язку та формування довіри між політичним суб'єктом та громадськістю.

Політична реклама виступає як форма політичної комунікації в умовах вибору, метою якої є вплив на електоральну поведінку громадян. Згідно із Законом України "Про політичні партії в Україні", політичні партії мають право здійснювати агітацію та політичну рекламу згідно з законодавством [4]. Політична реклама, на відміну від маніпулятивних технологій, має відкритий характер та ідентифікованого замовника, хоча може містити маніпулятивні прийоми впливу на свідомість виборців.

Маніпулятивні технології можуть бути компонентом як політичного PR, так і політичної реклами, якщо вони використовують методи прихованого впливу на свідомість виборців. Водночас сучасний політичний PR та реклама можуть будуватися на принципах відкритості, достовірності та етичності, що виключає маніпулятивну складову.

Формування теоретико-методологічних основ дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях потребує інтеграції досягнень політичної науки, соціальної психології, теорії комунікації та правових підходів. Такий міждисциплінарний підхід дозволяє розробити адекватний методологічний інструментарій для аналізу маніпулятивних технологій в українських виборчих кампаніях та розробки ефективних механізмів протидії деструктивним впливам на виборчий процес. Дослідження медіаманіпуляцій та інформаційних операцій у соціальних мережах розширили розуміння маніпулятивних технологій у сучасному політичному просторі [14].

Сучасна наука має спрямувати зусилля на формування комплексних моделей аналізу та оцінки маніпулятивних технологій, що становлять загрозу демократичним процесам. Розвиток цифрових технологій та соціальних мереж створив нові можливості для маніпулятивного впливу на виборців, зокрема через створення політичних ботів, deepfake-технології та поширення фейкових

новин. Згідно з Постановою Кабінету Міністрів України "Про забезпечення національної інформаційної політики", передбачається створення системи виявлення та протидії дезінформації, спрямованої на підрив національної безпеки та спотворення демократичних процесів [7] (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

### Інституційні механізми протидії маніпулятивним технологіям

Інституційні механізми протидії маніпулятивним технологіям	Правова основа	Функціональне призначення
Центральна виборча комісія	Виборчий кодекс України	Контроль за дотриманням виборчого законодавства
Національна рада з питань телебачення і радіомовлення	Закон України "Про телебачення і радіомовлення"	Моніторинг дотримання стандартів у медіа під час виборів
Комісія з журналістської етики	Кодекс етики українського журналіста	Розгляд порушень професійних стандартів
Громадські організації зі спостереження за виборами	Виборчий кодекс України	Незалежний моніторинг виборчого процесу
Платформи з перевірки фактів	Ініціативи громадянського суспільства	Протидія поширенню дезінформації

Розгляд маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях потребує формування комплексного підходу, що поєднує нормативно-правовий аналіз, дослідження психологічних механізмів впливу та вивчення технологічних аспектів поширення маніпулятивного контенту. Такий підхід дозволяє розробити ефективні стратегії протидії маніпулятивним впливам та забезпечення демократичності виборчого процесу в Україні.

### 1.2. Класифікація та типологія маніпулятивних технологій у політичній сфері

Політична маніпуляція у контексті виборчих кампаній становить систему цілеспрямованих дій з управління електоральною поведінкою громадян. Визначення критеріїв класифікації та формування типології маніпулятивних технологій потребує комплексного підходу, що враховує множинність каналів впливу та варіативність застосування під час електоральних процесів.

Законодавство України регулює використання інформаційних технологій у політичній сфері, зокрема, Виборчий кодекс України [2] встановлює межі легального впливу на виборців, проте не надає вичерпного переліку заборонених маніпулятивних практик, що створює простір для використання політичними акторами різноманітних методів впливу.

Структурування маніпулятивних технологій у науковому дискурсі вимагає визначення ключових критеріїв, що дозволяють систематизувати існуючі практики та виявити їх специфічні характеристики. Комплексний аналіз наукових джерел засвідчує існування множинних підходів до класифікації політичних маніпуляцій. Первинним критерієм класифікації виступає рівень усвідомлення об'єктом впливу маніпулятивного характеру комунікації, що дозволяє визначити ступінь прихованості маніпулятивного впливу та його потенційну ефективність. Додатковими критеріями класифікації постають: канали поширення інформації, цільова аудиторія, тривалість впливу, характер повідомлення, відповідність нормативно-правовим актам.

Систематизація маніпулятивних технологій за каналами впливу передбачає поділ на вербальні, невербальні та комплексні технології. Вербальні маніпулятивні технології ґрунтуються на використанні мовних конструкцій, семантичних прийомів та риторичних фігур для формування потрібного сприйняття політичної інформації. Закон України "Про інформацію" [5] регламентує використання лінгвістичних конструкцій у політичній комунікації, проте не обмежує імпліцитні форми впливу через мовні засоби. Невербальні технології охоплюють використання візуальних образів, звукових ефектів, символіки та інших несловесних компонентів комунікації. Комплексні технології поєднують вербальні та невербальні компоненти для досягнення синергетичного ефекту у впливі на свідомість виборців.

Маніпулятивні технології за об'єктом впливу диференціюються на технології впливу на масову, групову та індивідуальну свідомість. Технології впливу на масову свідомість спрямовані на широкі верстви населення та характеризуються використанням ЗМІ, соціальних мереж, зовнішньої реклами.

Технології впливу на групову свідомість орієнтовані на конкретні соціальні групи з урахуванням їх специфічних характеристик, цінностей та потреб.

За критерієм легальності виділяють "білі", "сірі" та "чорні" маніпулятивні технології. "Білі" технології відповідають правовим нормам та етичним стандартам політичної комунікації, хоча й містять елементи психологічного впливу. "Сірі" технології перебувають на межі законності, використовуючи прогалини у нормативно-правовому регулюванні виборчого процесу. "Чорні" технології порушують законодавчі норми та етичні принципи, включаючи поширення дезінформації, компрометуючих матеріалів, застосування адміністративного ресурсу. Стаття 57 Виборчого кодексу України [2] встановлює заборону на поширення неправдивих відомостей про кандидатів, але практика виборчих кампаній демонструє систематичне порушення цієї норми.

Часовий критерій уможливорює класифікацію маніпулятивних технологій на довготривалі, середньотривалі та короткотривалі. Довготривалі технології спрямовані на формування стійких політичних переконань та працюють у міжвиборчий період. Середньотривалі технології застосовуються впродовж виборчої кампанії для підтримки рейтингу кандидата чи політичної сили. Короткотривалі технології використовуються безпосередньо перед днем голосування для здійснення остаточного впливу на електоральний вибір громадян [36, с. 129]. Ефективність маніпулятивних технологій залежить від правильного вибору часової стратегії їх застосування та синхронізації з етапами виборчого процесу.

За формою представлення інформації маніпулятивні технології поділяються на текстові, аудіальні, візуальні та мультимедійні. Текстові технології реалізуються через друковані ЗМІ, листівки, буклети, білборди з текстовим наповненням. Аудіальні технології охоплюють радіоповідомлення, аудіозаписи виступів політиків, музичні композиції з політичним підтекстом. Візуальні технології включають фотографії, графічні зображення, відеоролики без звукового супроводу. Мультимедійні технології поєднують текстові,

аудіальні та візуальні компоненти для комплексного впливу на свідомість виборців.

Важливим фактором класифікації маніпулятивних технологій виступає їхня спрямованість на когнітивну, афективну чи поведінкову сферу свідомості. Когнітивно орієнтовані технології впливають на раціональне сприйняття інформації, формуючи певну систему знань та переконань. Афективно орієнтовані технології спрямовані на емоційну сферу, викликаючи страх, гнів, захоплення, співчуття. Поведінково орієнтовані технології безпосередньо впливають на електоральну поведінку громадян, стимулюючи до конкретних дій - голосування за певного кандидата чи політичну силу, участі у протестних акціях, бойкотування виборів (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

### Класифікація маніпулятивних технологій за множинними критеріями

Критерій класифікації	Види маніпулятивних технологій
Канал впливу	Вербальні, невербальні, комплексні
Об'єкт впливу	Технології впливу на масову, групову, індивідуальну свідомість
Легальність	"Білі", "сірі", "чорні" технології
Тривалість впливу	Довготривалі, середньотривалі, короткотривалі
Форма представлення	Текстові, аудіальні, візуальні, мультимедійні
Сфера впливу	Когнітивно, афективно, поведінково орієнтовані
Інтенсивність впливу	М'які, помірні, жорсткі
Напрямок впливу	Конструктивні, деструктивні

Аналіз еволюції маніпулятивних технологій в українському політичному просторі дозволяє виокремити тенденцію до переходу від прямих форм впливу до комплексних стратегій з використанням цифрових технологій. Дослідження парламентських виборів 2019 року демонструє зростання ролі соціальних мереж як каналу поширення маніпулятивного контенту та зменшення впливу традиційних ЗМІ. Закон України "Про політичні партії в Україні" [4] визначає рамки використання політичними силами інформаційних ресурсів, проте не містить положень щодо регулювання політичної активності в цифровому просторі.

Науково-методологічний підхід до класифікації маніпулятивних технологій потребує врахування міждисциплінарного характеру досліджуваного феномену. Інтеграція політологічного, психологічного, комунікативного та правового підходів надає можливість створити комплексну типологію маніпулятивних технологій, що відображає різноманітність практик впливу на суспільну свідомість. Відповідно до дослідження Мадриги Т. та Бриндальського А. [31, с. 94], маніпулятивні технології характеризуються адаптивністю та здатністю до трансформації залежно від соціально-політичного контексту, що ускладнює їх чітку класифікацію.

За критерієм інтенсивності впливу маніпулятивні технології поділяються на м'які, помірні та жорсткі. М'які технології характеризуються низьким рівнем психологічного тиску та відсутністю явного примусу. Помірні технології поєднують елементи переконання з емоційним впливом, створюючи ілюзію вільного вибору при фактичному спрямуванні до потрібного рішення. Жорсткі технології містять елементи психологічного примусу, залякування, ультимативних вимог. Правове регулювання інтенсивності маніпулятивного впливу передбачено статтею 5 Закону України "Про інформацію" [5], яка забороняє використання інформації для закликів до насильства, проте не встановлює чітких критеріїв допустимого психологічного впливу.

За напрямом впливу маніпулятивні технології диференціюються на конструктивні та деструктивні. Конструктивні технології спрямовані на консолідацію суспільства, підвищення громадянської активності, формування позитивного іміджу політичних інститутів. Деструктивні технології орієнтовані на поляризацію суспільства, створення соціальної напруги, підрив легітимності політичних інститутів. Поширення деструктивних технологій становить загрозу національній безпеці, що відображено у Постанові Кабінету Міністрів України "Про забезпечення національної інформаційної політики" [7].

Цифрова трансформація політичної комунікації призвела до появи нових форм маніпулятивних технологій, пов'язаних з використанням алгоритмів соціальних мереж, технологій штучного інтелекту, аналізу великих даних.

Таргетована політична реклама дозволяє здійснювати персоналізований вплив на окремі категорії виборців, враховуючи їхні психографічні характеристики, політичні преференції, поведінкові патерни. Застосування ботів і тролів у соціальних мережах створює ілюзію масової підтримки певних політичних сил чи ідей [29]. Процес регулювання цифрових маніпулятивних технологій відображено у Розпорядженні Кабінету Міністрів України "Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України" [8], яке визначає напрями протидії інформаційним маніпуляціям у цифровому просторі.

Використання маніпулятивних технологій політичними акторами вимагає розробки комплексних стратегій протидії їхньому деструктивному впливу на демократичні процеси. Правове регулювання маніпулятивних практик потребує вдосконалення через впровадження чітких критеріїв ідентифікації маніпуляцій, встановлення відповідальності за їх застосування, розробку механізмів моніторингу інформаційного простору. Розвиток медіаграмотності громадян виступає ключовим інструментом підвищення стійкості суспільства до маніпулятивних впливів, що відображено у Розпорядженні Кабінету Міністрів України "Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України" [8]. (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

**Співвідношення типів маніпулятивних технологій та їх регулювання у законодавстві України**

<b>Тип маніпулятивних технологій</b>	<b>Нормативно-правовий акт</b>	<b>Факт регулювання</b>
Технології поширення недостовірної інформації	Виборчий кодекс України, ст. 57	Заборона поширення неправдивих відомостей про кандидатів
Технології використання адміністративного ресурсу	Виборчий кодекс України, ст. 60	Заборона використання службового становища у виборчому процесі
Технології порушення таємниці голосування	Виборчий кодекс України, ст. 16	Гарантування таємниці голосування
Технології підкупу виборців	Виборчий кодекс України, ст. 57	Заборона непрямого підкупу виборців
Маніпулятивні технології в ЗМІ	Закон України "Про інформацію", ст. 28	Вимоги до збалансованості інформації

Технології інформаційної війни	Розпорядження КМУ "Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України"	Протидія інформаційній війні та деструктивній пропаганді
--------------------------------	---	--

Проблема недостатньої ефективності правового регулювання маніпулятивних технологій полягає у складності юридичного визначення факту маніпуляції через його суб'єктивний характер. Відсутність чітких критеріїв розмежування допустимого політичного впливу та маніпуляції створює можливості для зловживань у сфері інформаційного забезпечення виборчого процесу. Розробка методології ідентифікації маніпулятивних технологій та їх класифікація за ступенем суспільної небезпеки дозволить удосконалити механізми правового регулювання політичної комунікації.

Актуальним напрямом розвитку типології маніпулятивних технологій виступає дослідження їхнього застосування в умовах збройного конфлікту та інформаційної війни. Виборчі кампанії 2014-2022 років характеризувались активним використанням технологій інформаційно-психологічного впливу, спрямованих на формування негативного сприйняття державних інститутів, поширення панічних настроїв, підрив національної єдності. Розробка класифікації маніпулятивних технологій, що застосовуються в умовах інформаційної війни, дозволить удосконалити механізми захисту інформаційного простору України та забезпечити стійкість суспільства до деструктивних впливів.

### **1.3. Методологічні підходи до аналізу маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях**

Методологія дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях вимагає комплексного, міждисциплінарного підходу з використанням інструментарію політології, соціології, психології, комунікативістики та лінгвістики. Маніпулятивні технології являють собою складне політико-комунікативне явище, що характеризується прихованим впливом на

свідомість та поведінку електорату з метою спрямування їхнього вибору в бажаному для суб'єкта маніпуляції напрямку. Вивчення цього феномену потребує формування методологічної бази, яка дозволяє всебічно проаналізувати його структуру, функції, механізми дії та наслідки. Методологія дослідження політичних маніпуляцій ґрунтується на поєднанні загальнонаукових та спеціальних методів, що забезпечують об'єктивність, достовірність та валідність отриманих результатів.

Системний підхід до вивчення маніпулятивних технологій передбачає розгляд політичних маніпуляцій як цілісної системи взаємопов'язаних елементів, що функціонує в межах політичної комунікації. Системний аналіз дозволяє визначити структуру маніпулятивних технологій, взаємозв'язки між їхніми складовими, зовнішні та внутрішні чинники, що впливають на ефективність маніпулятивного впливу. Системний підхід дає можливість розглядати маніпулятивні технології у контексті виборчого процесу як складову частину політичної системи суспільства, визначити роль та місце маніпулятивних технологій у виборчому процесі, їхній вплив на демократичні процедури та електоральну поведінку громадян. Відповідно до Виборчого кодексу України, виборчий процес розглядається як система послідовних етапів, а маніпулятивні технології можуть застосовуватися на кожному з них, набуваючи специфічних форм та проявів.

Структурно-функціональний аналіз маніпулятивних практик спрямований на дослідження структурних елементів маніпулятивних технологій та їхніх функцій у виборчому процесі. Цей метод дозволяє виявити суб'єктів, об'єктів, канали, засоби та прийоми маніпулятивного впливу, визначити їхні функціональні взаємозв'язки. Згідно з цим підходом, маніпулятивні технології виконують у виборчому процесі такі функції: інформаційно-пропагандистську, мобілізаційну, легітимаційну, дискредитаційну, дезорієнтаційну. Структурно-функціональний аналіз дає можливість простежити, як маніпулятивні технології впливають на формування політичних преференцій виборців, зміну їхніх ціннісних орієнтацій та електоральної поведінки. При

цьому важливо враховувати, що згідно з Законом України "Про інформацію", інформаційні відносини мають базуватися на принципах правдивості, достовірності та повноти інформації, що часто порушується в процесі застосування маніпулятивних технологій [5].

Дискурс-аналіз як метод дослідження політичних маніпуляцій фокусується на вивченні політично-комунікативного простору, в якому реалізуються маніпулятивні стратегії й тактики. Політичний дискурс розглядається як середовище функціонування маніпулятивних технологій, що втілюються у текстах політичної реклами, передвиборчих програмах, публічних виступах кандидатів, дебатах, інтерв'ю, публікаціях у ЗМІ та соціальних мережах. Метод дискурс-аналізу дозволяє виявити імпліцитні смисли, прихований підтекст, інтенції суб'єктів маніпулювання, дослідити лінгвістичні та семіотичні прийоми маніпулятивного впливу. Дискурс-аналіз дає можливість визначити приховані стратегії впливу на свідомість виборців через мовні конструкції, що містять маніпулятивний компонент. У цьому контексті дослідження Жигалкіної О. К. щодо концепту "влада" в англomовному політичному дискурсі демонструє, як владні відносини конструюються та підтримуються через дискурсивні практики [28].

Контент-аналіз медіаповідомлень є одним із найпоширеніших методів дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях. Цей метод передбачає систематичний аналіз змісту текстів політичної реклами, передвиборчих програм, інформаційних повідомлень, публікацій у ЗМІ та соціальних мережах з метою виявлення маніпулятивних прийомів та технік. Контент-аналіз дозволяє виявити частоту використання певних слів, фраз, образів, символів, емоційно забарвлених висловлювань, оціночних суджень, що можуть свідчити про наявність маніпулятивного впливу. Цей метод також дає можливість дослідити динаміку застосування маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях, порівняти стратегії та тактики маніпулювання різних політичних суб'єктів. Наприклад, контент-аналіз передвиборчої програми кандидата на пост Президента України В. Зеленського (2019 р.) дозволяє

виявити використання популістських обіцянок та емоційно забарвлених гасел, спрямованих на мобілізацію протестного електорату [39].

Кейс-стаді як метод вивчення маніпулятивних технологій передбачає детальний аналіз конкретних випадків застосування маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях. Цей метод дозволяє проаналізувати специфіку використання маніпулятивних технологій у певному політичному, соціокультурному та історичному контексті, визначити чинники, що впливають на їхню ефективність, дослідити наслідки їхнього застосування. Метод кейс-стаді дає можливість виявити особливості застосування маніпулятивних технологій різними політичними акторами, порівняти ефективність різних маніпулятивних стратегій та тактик. Наприклад, аналіз виборчих кампаній 2014 року в Україні демонструє застосування маніпулятивних технологій в умовах інформаційної війни та гібридних загроз національній безпеці.

Інституційний підхід до дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях зосереджує увагу на інституційних рамках їхнього застосування. Політичні інститути розглядаються як середовище функціонування маніпулятивних технологій, що визначає їхні форми, механізми та ефективність. Інституційний аналіз дозволяє дослідити вплив виборчої системи, законодавчого регулювання виборчого процесу, розвитку політичної системи, рівня демократизації суспільства на характер та інтенсивність використання маніпулятивних технологій. Цей підхід також дає можливість проаналізувати роль інститутів громадянського суспільства, ЗМІ, виборчих комісій у протидії маніпулятивним технологіям. Відповідно до чинного законодавства України, зокрема Виборчого кодексу, встановлюються певні обмеження щодо проведення передвиборчої агітації та інформаційного забезпечення виборів, однак ці норми часто не забезпечують ефективної протидії маніпулятивним впливам.

Когнітивний підхід до аналізу маніпулятивних технологій зосереджується на дослідженні механізмів впливу на когнітивні процеси виборців – сприйняття, увагу, пам'ять, мислення. Цей підхід передбачає вивчення когнітивних схем,

стереотипів, установок, через які здійснюється маніпулятивний вплив. Когнітивний аналіз дозволяє визначити, як маніпулятивні технології використовують особливості когнітивних процесів людини для формування потрібних уявлень, оцінок, суджень, переконань. Цей підхід також дає можливість дослідити психологічні механізми протидії маніпулятивному впливу, розвитку критичного мислення виборців. У контексті дослідження маніпулятивних технологій важливо враховувати теорію когнітивного дисонансу, згідно з якою індивід прагне узгодити свої переконання з отриманою інформацією, що активно використовується в маніпулятивних стратегіях.

Для системного дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях важливим є використання компаративного підходу, який передбачає порівняльний аналіз застосування маніпулятивних технологій у різних виборчих кампаніях, країнах, політичних системах. Компаративний аналіз дає можливість виявити загальні тенденції та національні особливості використання маніпулятивних технологій, визначити чинники, що впливають на їхню специфіку та ефективність. Цей підхід також дозволяє порівняти різні моделі протидії маніпулятивним технологіям, визначити найефективніші стратегії забезпечення інформаційної безпеки виборчого процесу. Порівняльний аналіз президентських та парламентських виборчих кампаній в Україні, проведений Яковлевою Н., Коломієць Т. і Северинчик О., свідчить про наявність специфічних маніпулятивних стратегій, що застосовуються у різних типах виборчих кампаній, залежно від їхньої мети та об'єкта впливу [91, с.96] (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

**Типологія методологічних підходів до аналізу маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях**

<b>Методологічний підхід</b>	<b>Фокус аналізу</b>	<b>Ключові методи дослідження</b>	<b>Переваги</b>
Системний	Маніпулятивні технології як цілісна система у політичній комунікації	Системний аналіз, моделювання, структурування	Комплексне дослідження взаємозв'язків між елементами маніпулятивних технологій

Структурно-функціональний	Структурні елементи та функції маніпулятивних технологій	Функціональний аналіз, структурний аналіз	Виявлення функціональних взаємозв'язків між суб'єктами та об'єктами маніпуляції
Дискурс-аналіз	Політично-комунікативний простір функціонування маніпулятивних технологій	Лінгвістичний аналіз, семіотичний аналіз	Виявлення імпліцитних смислів та прихованих інтенцій
Контент-аналіз	Зміст медіаповідомлень та інформаційних матеріалів	Кількісний та якісний аналіз текстів	Виявлення частоти використання маніпулятивних прийомів
Кейс-стаді	Конкретні випадки застосування маніпулятивних технологій	Детальний аналіз окремих випадків	Поглиблене дослідження специфіки маніпулятивних технологій у певному контексті

Нормативно-правовий підхід до дослідження маніпулятивних технологій передбачає аналіз правового регулювання виборчого процесу та інформаційного простору, що впливає на можливості застосування маніпулятивних технологій. Цей підхід фокусується на вивченні законодавчої бази, що регулює проведення виборчих кампаній, діяльність ЗМІ, політичну рекламу, передвиборчу агітацію. Нормативно-правовий аналіз дозволяє визначити правові механізми протидії маніпулятивним технологіям, виявити прогалини у законодавстві, що створюють можливості для їхнього застосування. Відповідно до Закону України "Про інформацію", громадяни мають право на отримання достовірної інформації про діяльність державних органів, організацій та їхніх посадових осіб, що є важливою передумовою для протидії інформаційним маніпуляціям [5]. Однак, як зазначає Чубатенко О. М., сучасне українське законодавство має низку прогалин, що дозволяють обходити заборони та обмеження щодо застосування маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях [55, с.57].

Семіотичний підхід до аналізу маніпулятивних технологій зосереджується на дослідженні знакових систем, символів, образів, що використовуються для маніпулятивного впливу. Цей підхід передбачає вивчення семіотичних аспектів політичної комунікації, символічного змісту політичних повідомлень, візуальних та аудіальних образів, що застосовуються у виборчих кампаніях. Семіотичний аналіз дозволяє виявити приховані смисли та значення,

закодовані у політичній рекламі, передвиборчих матеріалах, публічних виступах політиків. За допомогою цього підходу можна дослідити, як маніпулятивні технології використовують культурні коди, архетипи, міфологеми для впливу на підсвідомість виборців. У цьому контексті цікавими є дослідження Юнга К. Г. щодо архетипів та колективного несвідомого, які активно використовуються в політичній рекламі та пропаганді [66].

Мережевий підхід до дослідження маніпулятивних технологій фокусується на вивченні мережевих структур поширення маніпулятивного контенту. Цей підхід передбачає аналіз соціальних мереж, онлайн-спільнот, месенджерів як каналів поширення маніпулятивної інформації. Мережевий аналіз дозволяє виявити вузли та зв'язки у мережах поширення маніпулятивного контенту, визначити ключових акторів, що генерують та поширюють такий контент. Цей підхід також дає можливість дослідити механізми вірусного поширення маніпулятивної інформації, формування інформаційних бульбашок та ехо-камер, що посилюють маніпулятивний вплив. Дослідження Кочубінського В. щодо ролі соціальних мереж у виборчих кампаніях демонструють, як соціальні мережі, зокрема Facebook, використовуються для таргетованого поширення маніпулятивного контенту (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

### Методи дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях

Метод дослідження	Об'єкт аналізу	Результат дослідження	Практичне застосування
Контент-аналіз	Тексти політичної реклами, передвиборчі програми, інформаційні повідомлення	Виявлення частоти використання маніпулятивних прийомів та технік	Розробка рекомендацій щодо протидії маніпулятивним технологіям у медіапросторі
Дискурс-аналіз	Політичний дискурс, риторика політичних суб'єктів	Виявлення маніпулятивних стратегій та тактик у мовленні	Підвищення критичного сприйняття політичної інформації
Експертне опитування	Оцінки експертів щодо застосування маніпулятивних технологій	Експертні оцінки ефективності та етичності маніпулятивних технологій	Формування рекомендацій для законодавчого регулювання

Соціологічне опитування	Вплив маніпулятивних технологій на електоральну поведінку	Виявлення рівня сприйнятливості до маніпулятивних впливів	Розробка програм з підвищення медіаграмотності населення
Психологічний експеримент	Когнітивні та емоційні реакції на маніпулятивні повідомлення	Визначення психологічних механізмів маніпулятивного впливу	Створення методик протидії маніпулятивним впливам

Технологічний підхід до аналізу маніпулятивних технологій зосереджується на дослідженні технологічних інструментів та платформ, що використовуються для маніпулятивного впливу. Цей підхід передбачає вивчення алгоритмів соціальних мереж, систем таргетування реклами, технологій аналізу великих даних, штучного інтелекту, що застосовуються для персоналізації маніпулятивних повідомлень. Технологічний аналіз дозволяє виявити нові форми та методи маніпулятивного впливу, що виникають із розвитком цифрових технологій, визначити технологічні можливості та обмеження для протидії маніпуляціям. Дослідження Горшкової С. щодо впливу змін алгоритмів соціальних мереж на формування комунікації у сучасному виборчому процесі демонструють, як технологічні особливості платформ соціальних медіа визначають специфіку маніпулятивних стратегій [69].

Соціально-психологічний підхід до дослідження маніпулятивних технологій фокусується на вивченні соціально-психологічних механізмів маніпулятивного впливу на масову свідомість. Цей підхід передбачає аналіз психологічних чинників, що визначають сприйнятливість індивідів до маніпулятивного впливу, дослідження групових процесів, що посилюють або послаблюють такий вплив. Соціально-психологічний аналіз дозволяє виявити соціально-психологічні технології впливу на електоральну поведінку, дослідити роль емоцій, стереотипів, установок у процесі політичного маніпулювання. Цей підхід також дає можливість розробити соціально-психологічні механізми протидії маніпулятивному впливу, підвищення резистентності виборців до політичних маніпуляцій.

Аксіологічний підхід до аналізу маніпулятивних технологій зосереджується на дослідженні ціннісних аспектів маніпулятивного впливу. Цей підхід передбачає вивчення ціннісних орієнтацій виборців як об'єкта маніпулятивного впливу, аналіз ціннісних апеляцій у політичній комунікації. Аксіологічний аналіз дозволяє виявити, як маніпулятивні технології використовують ціннісні конфлікти та протиріччя у суспільстві, апелюють до базових цінностей для досягнення політичних цілей. Цей підхід також дає можливість дослідити ціннісно-етичні аспекти застосування маніпулятивних технологій, визначити етичні межі їхнього використання. За даними дослідження "Українське суспільство напередодні року виборів", проведеного Центром Разумкова, ціннісні орієнтації виборців є одним із ключових чинників, що визначають їхню сприйнятливість до певних типів маніпулятивних впливів [45, с.20].

Історичний підхід до дослідження маніпулятивних технологій передбачає вивчення еволюції маніпулятивних технологій у часовій перспективі. Цей підхід дозволяє простежити розвиток форм та методів політичного маніпулювання від традиційних до новітніх, визначити чинники, що впливають на їхню трансформацію. Історичний аналіз дає можливість виявити закономірності та тенденції у розвитку маніпулятивних технологій, визначити їхній зв'язок із соціально-політичними та технологічними змінами. Цей підхід також дозволяє дослідити історичний досвід протидії маніпулятивним технологіям, визначити ефективні стратегії та тактики забезпечення чесних виборів.

Підсумовуючи аналіз методологічних підходів до дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях, слід зазначити, що кожен із розглянутих підходів має свої переваги та обмеження, фокусується на певних аспектах цього складного явища. Комплексне дослідження маніпулятивних технологій вимагає інтеграції різних методологічних підходів, що дозволяє всебічно проаналізувати їхню природу, механізми дії та наслідки. Водночас, важливим є розвиток нових методологічних підходів та методів дослідження,

що враховують сучасні тенденції у розвитку інформаційно-комунікаційних технологій та їхній вплив на трансформацію маніпулятивних практик. Формування інтегративної методологічної моделі дослідження маніпулятивних технологій є необхідною передумовою для розробки ефективних стратегій та механізмів протидії політичним маніпуляціям, забезпечення вільного волевиявлення громадян та демократичного розвитку суспільства.

### **Висновки до першого розділу**

Теоретичний аналіз концепції "політичної маніпуляції" розкриває її багатовимірну природу як прихованого психологічного впливу на свідомість виборців з метою спонукання їх до певних політичних дій. Маніпулятивні технології постають як комплексний інструментарій впливу, що ґрунтується на психологічних особливостях сприйняття інформації та використовує широкий спектр комунікативних каналів для досягнення бажаного електорального результату. Концептуалізація даних понять дозволяє виокремити їх сутнісні характеристики: латентність впливу, створення ілюзії вільного вибору та експлуатацію емоційно-психологічних факторів при прийнятті політичних рішень.

Класифікація маніпулятивних технологій демонструє їх структурну різноманітність за каналами впливу, цільовою аудиторією та функціональним призначенням. Найбільш поширеними типами виступають медійні маніпуляції, які реалізуються через традиційні та цифрові медіа; лінгвістичні маніпуляції, що базуються на особливостях мовного сприйняття; та соціально-психологічні технології, які експлуатують групові стереотипи та упередження. Типологізація маніпулятивних технологій дозволяє систематизувати їх застосування у політичній сфері та визначити взаємозв'язки між різними формами маніпулятивного впливу у виборчому процесі.

Методологічний інструментарій дослідження маніпулятивних технологій охоплює широкий спектр підходів: від структурно-функціонального аналізу, що розглядає маніпуляцію як елемент політичної системи, до дискурс-аналізу, що

фокусується на лінгвістичних аспектах маніпулятивного впливу. Особливої значущості набуває комплексний підхід, який поєднує кількісні методи аналізу медіа-контенту з якісними методами дослідження сприйняття маніпулятивних повідомлень різними електоральними групами.

Концептуалізація основних понять, типологізація маніпулятивних технологій та розробка методологічного інструментарію створюють цілісну аналітичну рамку для дослідження трансформації маніпулятивних практик в умовах демократичного транзиту та цифровізації політичного простору України. Визначені теоретичні положення дозволяють виявити специфічні особливості маніпулятивних технологій в українському політичному дискурсі та окреслити перспективи розвитку ефективних механізмів протидії деструктивним маніпулятивним впливам.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ВИБОРЧИХ КАМΠΑНІЯХ УКРАЇНИ**

### **2.1. Еволюція маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України (1991-2025)**

Маніпулятивні технології у виборчому процесі являють собою комплекс прийомів, методів та інструментів впливу на свідомість виборців з метою отримання електоральної підтримки. Український політичний простір з моменту здобуття незалежності став полігоном для випробування та вдосконалення різноманітних маніпулятивних практик, які еволюціонували відповідно до суспільно-політичних трансформацій. Розвиток законодавчої бази України стосовно виборчого процесу, зокрема прийняття Виборчого кодексу України, суттєво вплинув на застосування маніпулятивних технологій.

Початковий етап формування маніпулятивних технологій в Україні (1991-1994 роки) характеризувався використанням примітивних методів впливу на виборців, переважно через традиційні медіа-канали. Перші президентські вибори 1991 року відзначилися низьким рівнем застосування маніпулятивних технологій через відсутність досвіду проведення демократичних виборів та брак професійних політтехнологів. Основними прийомами впливу на електорат були апелювання до національної ідентичності та протиставлення радянському минулому, що мало емоційний вплив на населення в умовах зміни суспільно-політичної формації.

Період 1994-1999 років відзначився початком формування складніших маніпулятивних технологій. Президентські вибори 1994 року характеризувалися використанням регіональних розбіжностей як основи для маніпулятивного впливу, зокрема протиставленням західних та східних регіонів України. Законодавча база, зокрема Закон України "Про інформацію", не забезпечувала достатнього регулювання інформаційного простору під час виборчих кампаній, що створювало сприятливі умови для поширення маніпулятивної інформації [5].

Значний сплеск розвитку маніпулятивних технологій спостерігався під час президентських виборів 1999 року. Саме тоді в українському політичному просторі з'явилися такі технології як "чорний піар", компрометуючі матеріали, формування негативного іміджу опонентів. Економічна криза кінця 1990-х років посилила ефективність маніпуляцій, пов'язаних з соціально-економічними обіцянками. Використання адміністративного ресурсу стало невід'ємною складовою виборчих кампаній, що суперечило принципам демократичних виборів, закріпленим у Конституції України.

Революційним етапом у розвитку маніпулятивних технологій стали президентські вибори 2004 року, які супроводжувалися впровадженням російських політтехнологій та діяльністю іноземних консультантів. Технології поляризації суспільства, використання мовного питання для електоральної мобілізації, створення образу "свій-чужий" досягли найвищого рівня розвитку. Фальсифікації результатів голосування, що призвели до Помаранчевої революції, стали вершиною неправомірного застосування адміністративного ресурсу [25]. Нижче представлено порівняльну таблицю маніпулятивних технологій, які використовувалися під час виборчих кампаній 1991-2004 років (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

### Еволюція маніпулятивних технологій в Україні (1991-2004)

Період	Домінуючі маніпулятивні технології	Законодавче регулювання	Основні канали впливу
1991-1994	Апеляція до національних цінностей, використання патріотичної риторики	Мінімальне регулювання	Традиційні ЗМІ (преса, телебачення)
1994-1999	Використання регіональних розбіжностей, соціально-економічні обіцянки	Закон "Про інформацію"	Телебачення, преса, зовнішня реклама
1999-2004	"Чорний піар", компрометуючі матеріали, адміністративний ресурс	Закон "Про вибори Президента України"	Телебачення, преса, поява перших інтернет-ресурсів

Період після Помаранчевої революції (2005-2013) характеризувався структурними змінами у застосуванні маніпулятивних технологій. Виборчі кампанії 2006-2007 років відзначилися зростанням ролі політичної реклами як

інструменту маніпулятивного впливу, що регулювалося Законом України "Про політичні партії в Україні" [4]. Телевізійні дебати перетворилися з форми політичної дискусії на шоу з використанням заздалегідь підготовлених маніпулятивних прийомів та емоційних висловлювань, спрямованих на дискредитацію опонентів.

Президентські вибори 2010 року продемонстрували новий етап у розвитку маніпулятивних технологій. Використання соціологічних досліджень як інструменту впливу на громадську думку, маніпулювання рейтингами кандидатів стали розповсюдженими практиками. Вперше активно застосовувалися технології формування іміджу кандидатів через професійно розроблені медіа-кампанії, використання гендерних стереотипів у політичній боротьбі.

Парламентські вибори 2012 року відзначилися масштабним застосуванням "технології гречки" – прямого підкупу виборців через надання матеріальних благ. Маніпулятивні технології збагатилися використанням "технічних кандидатів" для відтягування голосів від основних конкурентів, що підривало принципи чесної конкуренції, передбачені виборчим законодавством. Відбулося вдосконалення методів використання адміністративного ресурсу, зокрема через залучення бюджетників до передвиборчих кампаній [32, с.324].

Революція Гідності 2013-2014 років кардинально змінила політичний ландшафт України та спровокувала трансформацію маніпулятивних технологій. Позачергові президентські вибори 2014 року проходили в умовах суспільно-політичної кризи та початку військової агресії Росії. Маніпулятивні технології цього періоду будувалися на використанні патріотичної риторики, протиставленні європейського та російського векторів розвитку. Завдяки розвитку соціальних мереж та месенджерів виникли нові канали поширення маніпулятивної інформації, що не підпадали під регулювання традиційного медіа-законодавства.

Парламентські вибори 2014 року та місцеві вибори 2015 року характеризувалися поєднанням традиційних та інноваційних маніпулятивних

технологій. Використання негативного піару проти опонентів, апелювання до емоцій виборців через загрозу війни, експлуатація патріотичних тем стали домінуючими прийомами впливу на електорат. Прийнятий у 2015 році Закон України "Про місцеві вибори" не зміг запобігти використанню маніпулятивних технологій через відсутність механізмів відповідальності за поширення недостовірної інформації [3].

Виборчий цикл 2019 року став переломним у застосуванні маніпулятивних технологій в Україні. Президентські вибори 2019 року відзначилися домінуванням соціальних мереж як каналу комунікації з виборцями. Використання розважального контенту для просування політичних меседжів, розмивання межі між реальністю та вигадкою, персоналізація політики стали характерними рисами передвиборчої кампанії кандидата В. Зеленського [39]. Вперше в історії України передвиборча програма кандидата була представлена не у вигляді документа з конкретними обіцянками, а як набір загальних тез та емоційних закликів, спрямованих на різні електоральні групи.

Період 2020-2025 років характеризується трансформацією маніпулятивних технологій під впливом пандемії COVID-19 та повномасштабної війни з Росією. Місцеві вибори 2020 року проходили в умовах карантинних обмежень, що прискорило діджиталізацію виборчих кампаній та використання онлайн-маніпуляцій. Розповсюдження фейкових новин через месенджери та соціальні мережі, використання ботів для формування громадської думки, таргетована політична реклама стали основними інструментами впливу на виборців [13. с.5]. Прийняття Виборчого кодексу України у 2019 році не вирішило проблему регулювання інформаційного простору в умовах гібридних загроз [2]. Нижче представлено таблицю, що відображає еволюцію маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України з 2014 по 2025 рік.

Повномасштабна війна з Росією, що розпочалася у 2022 році, змінила характер політичної комунікації та, відповідно, маніпулятивних технологій. В умовах воєнного стану відбулося обмеження політичної конкуренції, що

зменшило різноманітність маніпулятивних технологій у внутрішньополітичному просторі. Водночас посилилася роль інформаційних операцій та маніпуляцій як елементу гібридної війни. Прийняття урядом Стратегії інформаційної реінтеграції України у 2024 році стало спробою протидії інформаційним маніпуляціям в умовах війни [8] (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

### Трансформація маніпулятивних технологій в Україні (2014-2025)

Період	Характеристика маніпулятивних технологій	Домінуючі канали комунікації	Законодавче регулювання
2014-2018	Використання патріотичної риторики, негативний піар	Телебачення, соціальні мережі	Закон "Про місцеві вибори"
2019-2020	Розважальний контент як політична технологія, персоналізація політики	Соціальні мережі, відеохостинги	Виборчий кодекс України
2020-2025	Діджиталізація маніпуляцій, таргетована реклама, використання ботів	Месенджери, соціальні мережі, стрімінгові платформи	Постанови про інформаційну безпеку

Сучасні маніпулятивні технології в українському політичному просторі характеризуються синтезом традиційних та інноваційних методів впливу на свідомість виборців. Використання нейромереж для створення дипфейків, персоналізована таргетована реклама на основі аналізу цифрового сліду користувачів, формування замкнених інформаційних бульбашок через алгоритми соціальних мереж стали реаліями виборчих процесів 2023-2025 років.

Викладене дозволяє стверджувати, що еволюція маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України відбувалася відповідно до суспільно-політичних трансформацій та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Від примітивних методів впливу на початку незалежності до складних діджитал-технологій сучасності – маніпулятивні прийоми стали невід'ємною складовою політичної боротьби, що потребує вдосконалення механізмів правового регулювання та підвищення медіаграмотності громадян України.

## **2.2. Аналіз основних маніпулятивних технологій в українських виборчих кампаніях 2014-2022 рр.**

Маніпулятивні технології стали невід'ємною складовою виборчого процесу в Україні протягом 2014-2022 років. Період виявився насиченим політичними подіями, що вплинули на трансформацію інструментів політичного впливу. Суспільно-політичні перетворення після Революції Гідності відкрили нові можливості для застосування різноманітних методів впливу на електоральні настрої громадян. Виборчі кампанії цього періоду характеризувалися комплексним використанням технологій інформаційно-психологічного впливу, що здійснювались через традиційні та новітні канали комунікації. Відповідно до норм Виборчого кодексу України, виборчий процес має забезпечувати вільне волевиявлення громадян, проте на практиці спостерігалось систематичне застосування маніпулятивних прийомів.

Телевізійні засоби масової інформації залишались одним із найвпливовіших інструментів поширення маніпулятивних технологій. Дослідження медіа-контенту виявило поширені практики використання "джинси" – прихованої політичної реклами під виглядом новин чи аналітики. Моніторинг телевізійних каналів у періоді передвиборчих кампаній 2014-2022 років, проведений громадськими організаціями, зафіксував численні випадки порушення стандартів збалансованості подачі інформації. Згідно з положеннями Закону України "Про інформацію", громадяни мають право на об'єктивну та неупереджену інформацію, проте аналіз контенту демонструє системне порушення цього права [5]. Телевізійні маніпуляції включали селективний підбір експертів, які представляли вигідну для певних політичних сил точку зору, маніпулятивне використання соціологічних даних та створення псевдоподій.

У перебігу виборчих кампаній на телебаченні поширеною практикою стало використання маніпулятивного фреймінгу – подачі інформації в такому контексті, який формував заздалегідь визначене сприйняття політика чи партії.

Характерним прикладом є висвітлення діяльності кандидатів на президентських виборах 2019 року, коли окремі телеканали транслювали матеріали з викривленою інтерпретацією програмних положень опонентів. Фреймінг здійснювався через відбір контексту, візуального ряду, музичного супроводу та інших складових телевізійного продукту. Виборчий кодекс України хоч і містить вимоги щодо об'єктивного висвітлення виборчих кампаній, проте механізми контролю за дотриманням цих вимог залишаються недостатньо ефективними.

Період 2014-2022 років ознаменувався зростанням ролі соціальних мереж та месенджерів як каналів політичної комунікації. Маніпулятивні технології в цьому середовищі набули специфічних форм, пов'язаних із особливостями функціонування онлайн-платформ. Дослідження електоральних процесів демонструє активне використання політичними суб'єктами таргетованої реклами, що базується на персоналізованому підході до різних груп виборців. Політичні партії та кандидати використовували можливості мікротаргетингу для поширення різних, часом взаємовиключних меседжів для різних аудиторій. Згідно з дослідженням Цилюрика С.В., під час виборчої кампанії 2019 року соціальні мережі перетворилися на головний майданчик для передвиборчої агітації, яка часто містила маніпулятивні елементи [47, с. 106].

Маніпулятивні практики в соціальних мережах включали використання ботів та тролів для створення штучної підтримки або дискредитації певних кандидатів. Аналіз активності в соціальних мережах під час парламентських виборів 2019 року виявив скоординовані мережі акаунтів, що систематично поширювали ідентичні повідомлення на підтримку окремих політичних сил. Технологія астротурфінгу – створення штучної громадської думки через мережу фейкових акаунтів – отримала особливе поширення в українському онлайн-просторі. Відповідно до статті 3 Закону України "Про інформацію", ці дії можна кваліфікувати як порушення права громадян на достовірну інформацію [5] (табл. 2.3).

**Порівняння маніпулятивних технологій у соціальних мережах під час  
виборчих кампаній 2014-2022 рр.**

<b>Тип маніпулятивної технології</b>	<b>Президентські вибори 2014</b>	<b>Парламентські вибори 2019</b>	<b>Місцеві вибори 2020</b>
Використання ботів та тролів	Середній рівень	Високий рівень	Високий рівень
Таргетована дезінформація	Низький рівень	Високий рівень	Середній рівень
Астротурфінг	Низький рівень	Середній рівень	Високий рівень
Глибинні фейки	Не застосовувались	Поодинокі випадки	Середній рівень

Месенджери стали новим полем для застосування маніпулятивних технологій на виборах в Україні. Особливістю цих платформ є висока швидкість поширення інформації та складність відстеження її першоджерела. Політтехнологи використовували канали у Telegram та групи у Viber для поширення неперевіреної інформації, яка в умовах обмеженого часу та відсутності верифікації впливала на формування електоральних переваг. Виборча кампанія 2019 року продемонструвала ефективність таких технологій, коли повідомлення в месенджерах використовувались для формування певного іміджу кандидатів без явної прив'язки до офіційної агітації. Закон України "Про політичні партії в Україні" не містить детальних положень щодо регулювання агітації в месенджерах, що створює правову прогалину [4].

Зовнішня політична реклама залишалась вагомим інструментом впливу на громадську думку. Маніпулятивні технології в цій сфері включали використання візуальних образів та повідомлень, що апелювали до емоцій виборців, оминаючи раціональну оцінку. Дослідження, проведені протягом виборчих кампаній 2014-2022 років, показали поширеність практики використання маніпулятивних гасел, які не підкріплювалися конкретними програмними положеннями. Політична реклама містила обіцянки, реалізація яких виходила за межі повноважень посад, на які претендували кандидати. Згідно з нормами Виборчого кодексу України, така практика не відповідає принципам достовірності та добросовісності ведення передвиборчої агітації.

Зовнішня реклама часто використовувалась для впровадження технології контрастування між "своїми" та "чужими". Політичні сили створювали

біполярні конструкції, які підкреслювали протистояння між різними соціальними, мовними чи регіональними групами. У виборчій кампанії 2019 року спостерігалось активне використання емоційно заряджених образів та символів, які апелювали до підсвідомості виборців. Це суперечить положенням Закону України "Про рекламу", який забороняє використання технологій, що діють на підсвідомість [17, с. 73]. Маніпулятивний характер також мало розміщення політичної реклами в безпосередній близькості від соціальних об'єктів, що створювало асоціативний зв'язок між вирішенням соціальних проблем та певними політичними силами.

Таблиця 2.4

**Динаміка використання адміністративного ресурсу під час виборчих кампаній 2014-2022 рр.**

Форма використання адміністративного ресурсу	Кількість зафіксованих випадків		
	Президентські вибори 2014	Парламентські вибори 2019	Місцеві вибори 2020
Примус до участі в агітаційних заходах	154	126	218
Неправомірне використання державних/комунальних ЗМІ	187	219	271
Використання бюджетних коштів в агітаційних цілях	98	143	196
Участь державних службовців в агітації	245	183	327

Особливої уваги заслуговує аналіз використання адміністративного ресурсу як специфічної маніпулятивної технології. Протягом виборчих кампаній 2014-2022 років зафіксовано численні випадки використання службового становища для створення переваг окремим кандидатам. Адміністративний ресурс проявлявся у формі неправомірного використання державних та комунальних ЗМІ для агітації, залучення державних службовців до агітаційних заходів, використання бюджетних коштів для підвищення рейтингу певних політичних сил. Такі дії суперечать низці положень законодавства, зокрема статті 6 Виборчого кодексу України, яка встановлює

принцип рівних можливостей для участі у виборчому процесі [2] (табл. 2.4).

Під час президентських виборів 2019 року було зафіксовано систематичне використання посадових можливостей для організації передвиборчих заходів. Відзначалися випадки, коли чиновники різних рівнів під час робочого часу брали участь у зустрічах з виборцями на підтримку певних кандидатів. Місцеві вибори 2020 року продемонстрували нові форми використання адміністративного ресурсу, пов'язані з реалізацією інфраструктурних проектів. Публічні відкриття об'єктів інфраструктури, побудованих за бюджетні кошти, перетворювалися на агітаційні заходи, що суперечить статті 57 Виборчого кодексу України [2]. Інформаційний супровід таких подій здійснювався з порушенням принципу неупередженості.

Характерною особливістю виборчих кампаній досліджуваного періоду стало використання комплексних маніпулятивних технологій, які поєднували різні канали впливу. Прикладом такої технології є створення інформаційних каскадів – підтримання певної теми одночасно в різних медіа-каналах, соціальних мережах та зовнішній рекламі, що створювало ефект всеохопності певної позиції. Дослідження показують, що такі синхронізовані кампанії значно впливали на формування громадської думки та електоральні преференції. Під час виборчих кампаній 2019 року було зафіксовано численні випадки скоординованих інформаційних кампаній, які одночасно розгорталися в телевізійних новинах, соціальних мережах та зовнішній рекламі.

Аналіз маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях 2014-2022 років демонструє трансформацію методів впливу на виборців. Спостерігається перехід від прямолінійних технологій до більш витончених форм впливу, які складно ідентифікувати як маніпуляції. Традиційні методи "чорного піару" трансформувалися в технології "сірого піару", які балансують на межі законності та використовують амбівалентні повідомлення. Парламентські вибори 2019 року продемонстрували зростання ролі маніпулятивних

технологій, пов'язаних з візуалізацією та символізацією політичного контенту, що впливало на підсвідоме сприйняття кандидатів.

Важливою тенденцією досліджуваного періоду стало використання маніпулятивних технологій, заснованих на принципах нейролінгвістичного програмування. Політична реклама та виступи кандидатів містили елементи НЛП, такі як фрази-якорі, підлаштування під цінності аудиторії, створення емоційних реакцій. Президентська кампанія 2019 року характеризувалася активним використанням технік фреймінгу – формування сприйняття політичних подій через створення певних рамок інтерпретації. Відповідно до досліджень Мадриги Т. та Бриндальського А., такі технології суттєво впливали на електоральний вибір громадян, особливо тих, хто не мав усталених політичних преференцій [31, с. 94].

Період 2014-2022 років характеризувався зростанням маніпулятивних практик з використанням соціологічних даних. Політичні сили замовляли та публікували результати соціологічних досліджень, які не відповідали стандартам репрезентативності та достовірності. Маніпуляції включали недотримання методологічних вимог при проведенні опитувань, викривлену інтерпретацію статистичних даних, селективний підбір показників для публікації. Виборчий кодекс України містить вимоги щодо публікації повних даних про соціологічні дослідження, проте на практиці ці вимоги часто ігнорувалися [2]. Використання псевдосоціологічних даних створювало штучний ефект підтримки певних політичних сил, що впливало на електоральну поведінку.

Особливого поширення протягом досліджуваного періоду набула технологія створення та поширення фейкової інформації. Фейки стали інструментом дискредитації опонентів та маніпулювання громадською думкою. Аналіз інформаційного простору під час виборчих кампаній 2014-2022 років демонструє систематичне використання недостовірної інформації для формування негативного іміджу окремих кандидатів. Ця практика суперечить положенням Закону України "Про інформацію", який гарантує право громадян

на достовірну інформацію [5]. Відзначається також поява технології "глибинних фейків" – створення підроблених відео- та аудіоматеріалів з використанням штучного інтелекту, що ускладнює розпізнавання маніпуляцій.

Вивчення маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях 2014-2022 років дозволяє зробити висновок про систематичне та різнопланове застосування методів психологічного впливу на електорат. Незважаючи на наявність законодавчого регулювання виборчого процесу, спостерігається розрив між нормативними вимогами та практикою проведення виборчих кампаній. Дієвість маніпулятивних технологій зумовлена комплексом факторів, серед яких низький рівень медіаграмотності населення, слабкість механізмів контролю за дотриманням виборчого законодавства, технологічні можливості для поширення різноманітного контенту. Удосконалення правового регулювання виборчого процесу та підвищення рівня медіаграмотності населення залишаються ключовими завданнями на шляху до мінімізації впливу маніпулятивних технологій на результати виборів в Україні.

Маніпулятивні технології у виборчих кампаніях 2014-2022 років зазнали суттєвих трансформацій під впливом цифровізації суспільства та змін у комунікаційному середовищі. Зростання ролі соціальних мереж, месенджерів та інших цифрових платформ створило нові можливості для впливу на громадську думку. Водночас традиційні канали комунікації, як-от телебачення та зовнішня реклама, не втратили свого значення, але змінили форми подачі контенту. Розвиток комплексних маніпулятивних технологій, які охоплюють різні канали комунікації та використовують психологічні механізми впливу, створює нові виклики для правового регулювання виборчого процесу та забезпечення вільного волевиявлення громадян.

### **2.3. Порівняльний аналіз використання маніпулятивних технологій у президентських та парламентських виборчих кампаніях**

Маніпулятивні технології стали невід'ємною частиною виборчого процесу в Україні з часів проголошення незалежності. Політичні актори використовують

широкий спектр інструментів впливу на виборців для досягнення перемоги на виборах. Історія українських виборчих кампаній переконливо демонструє еволюцію та вдосконалення таких технологій залежно від типу виборів, політичного контексту та розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Виборчий кодекс України регламентує загальні межі ведення передвиборчої агітації, проте не повністю охоплює всі можливі маніпулятивні практики, які застосовуються учасниками політичного процесу.

Президентські кампанії в Україні мають персоналізований характер, що визначає специфіку застосування маніпулятивних технологій у них. Ключовою особливістю таких кампаній є концентрація на особистості кандидата, його харизмі, лідерських якостях та зовнішньому іміджі. Політтехнологи використовують широкий спектр психологічних прийомів, спрямованих на формування емоційного зв'язку між кандидатом і виборцями. Нерідко застосовується технологія "месіанства", коли кандидат позиціонується як єдиний можливий рятівник нації в кризовий період. Яскравим прикладом стала президентська кампанія 2019 року, коли вперше в історії України було ефективно використано технологію перенесення вигаданого іміджу кіноперсонажа на реального кандидата.

Парламентські виборчі кампанії в Україні характеризуються ширшим спектром маніпулятивних технологій, орієнтованих на групову ідентичність. У таких кампаніях частіше використовується поляризація суспільства за регіональними, мовними, історичними чи геополітичними питаннями. Політичні партії активно застосовують технології сегментації електорату та таргетованих повідомлень для різних соціальних груп, часто пропонуючи взаємовиключні месиджі для різних аудиторій. Закон України "Про політичні партії в Україні" встановлює обмеження щодо пропаганди насильства, розпалювання міжетнічної, расової чи релігійної ворожнечі, проте не містить чітких механізмів контролю за змістом політичної реклами та передвиборчих обіцянок [4].

Комунікативні стратегії у президентських кампаніях істотно відрізняються від парламентських наявністю єдиного центру ухвалення рішень та монолітності меседжів. Кандидати в президенти рідше змінюють свою риторичку протягом кампанії, натомість більше інвестують у формування цілісного іміджу. Суттєвою маніпулятивною технологією президентських перегонів стає створення контрасту з попереднім президентом, використання антитези "минуле – майбутнє". Дослідження українських президентських кампаній демонструють, що найуспішніші з них були побудовані на протиставленні попередній владі та обіцянці кардинальних змін, що глибоко резонує з психологічною потребою українців у справедливості та змінах [27, с.115].

У парламентських виборчих кампаніях України спостерігається значно інтенсивніше використання негативних маніпулятивних технологій: "чорного PR", компромату, дезінформації та використання технології "клонів". Це пояснюється нижчим рівнем персональної відповідальності кандидатів до парламенту, можливістю "розчинитися" в партійному списку та слабшим зв'язком між партійною риторикою та подальшими діями в парламенті. Згідно з результатами досліджень, проведених українськими науковцями, саме на парламентських виборах частіше фіксуються випадки поширення неправдивої інформації про конкурентів, створення фейкових партій-двійників і використання адміністративного ресурсу.

Технології маніпулювання громадською думкою на місцевих виборах в Україні мають свою унікальну специфіку, обумовлену більшою локалізацією проблематики та ближчим контактом кандидатів з виборцями. На місцевому рівні найефективнішими виявляються технології прямого підкупу виборців, патерналістські практики, використання комунальних ресурсів та бюджетних коштів для здобуття електоральної підтримки. Закон України "Про місцеві вибори" передбачає відповідальність за порушення виборчого законодавства, проте на практиці такі порушення рідко ведуть до серйозних санкцій [3]. Наближеність місцевих політиків до виборців також породжує технологію

"малих справ", коли перед виборами здійснюються локальні інфраструктурні проекти, які використовуються для демонстрації ефективності чинної влади.

Хронологічний аналіз вітчизняних виборчих кампаній демонструє поступову еволюцію маніпулятивних технологій від примітивних форм (підкуп, залякування, адміністративний тиск) до більш витончених дискурсивних прийомів та цифрових маніпуляцій. Якщо у 1990-х роках домінували технології прямого впливу, то починаючи з 2000-х років спостерігається зростання рівня технологічності виборчих кампаній, застосування психологічних методів впливу, нейролінгвістичного програмування та маркетингових стратегій. З 2010-х років виборчі кампанії в Україні перейшли у цифровий простір, де маніпулятивні технології набули нових форм: таргетована реклама, створення ботоферм, поширення фейкових новин, використання аналізу великих даних для мікротаргетування виборців.

У президентських кампаніях часто застосовуються технології емоційної мобілізації виборців на основі страху чи надії. Кандидати в президенти України традиційно апелюють до глибинних архетипів національної свідомості: героя-рятівника, мудрого батька нації, народного месника. Технологи президентських кампаній приділяють велику увагу невербальній комунікації, символічним діям кандидатів, створенню візуальних образів, які резонують з колективним несвідомим. Дослідження президентських виборів в Україні підтверджують, що успішні кандидати майстерно використовують національні символи, історичні наративи та культурні коди для встановлення емоційного зв'язку з виборцями.

У парламентських виборчих кампаніях превалюють технології, спрямовані на раціоналізацію вибору та апеляцію до конкретних інтересів соціальних груп. Політичні партії частіше використовують локальні "меседжі", адаптовані під специфіку регіонів, пропонують популістські економічні програми та обіцянки соціальних виплат. Особливістю парламентських виборів є також технологія "паровозів" – включення до списків відомих особистостей, які не планують працювати в парламенті, але своїм іміджем підвищують

рейтинг партії. Експерти відзначають, що в українських парламентських кампаніях часто застосовується технологія "розмивання електорату" конкурентів шляхом створення партій-сателітів з подібною риторикою та назвами.

Порівняльний аналіз виборчих кампаній різних рівнів в Україні дозволяє виявити закономірність: чим вищий рівень виборів, тим більш витонченими стають маніпулятивні технології та більшою є роль медіа-маніпуляцій. На місцевому рівні домінують технології безпосереднього впливу на виборців, включаючи різні форми підкупу, в той час як президентські та парламентські кампанії все більше переміщуються у сферу комплексних інформаційних стратегій та цифрового маркетингу. Водночас технології адміністративного тиску присутні на всіх рівнях, хоча їх прояви різняться залежно від типу виборів (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

### Цифрові маніпулятивні технології

Тип виборчої кампанії	Домінуючі маніпулятивні технології	Законодавчі обмеження	Ефективність контролю
Президентські вибори	Персоналізація, емоційна мобілізація, створення образу рятівника нації, контраст з попередниками, візуалізація та символізм	Виборчий кодекс України, Закон "Про інформацію"	Середня
Парламентські вибори	Групова поляризація, компромат, негативна реклама, клони, паровози, сегментація електорату	Виборчий кодекс України, Закон "Про політичні партії в Україні"	Низька
Місцеві вибори	Підкуп виборців, використання адмінресурсу, технологія "малих справ", патерналізм	Закон "Про місцеві вибори", Виборчий кодекс України	Дуже низька

Цифрові маніпулятивні технології стали невід'ємною частиною всіх типів виборчих кампаній в Україні, проте їх застосування має виразну специфіку на різних рівнях. У президентських кампаніях цифрові технології використовуються для створення ефекту масової підтримки кандидата, формування віртуальних спільнот прихильників, поширення заздалегідь підготовленого контенту через лідерів думок. Парламентські кампанії

характеризуються більш агресивними цифровими стратегіями, включаючи цілеспрямовані інформаційні атаки на конкурентів, створення фейкових акаунтів та мереж ботів для імітації громадської підтримки [35, с.26]. Український інформаційний простір під час виборів перетворюється на поле інформаційного протистояння різних політичних сил.

Маніпуляції в українських виборчих кампаніях часто пов'язані з використанням зовнішньополітичного чинника. Президентські кандидати схильні позиціонувати себе як міжнародних лідерів, здатних вибудувати вигідні зовнішні відносини, в той час як парламентські партії частіше експлуатують геополітичні страхи та очікування різних груп електорату. Маніпуляції зовнішньополітичною тематикою стали особливо помітними після 2014 року, коли питання європейської інтеграції та відносин з Росією перетворилися на ключові маркери політичної ідентифікації. Дослідження показують, що у виборчих кампаніях національного рівня зовнішньополітичні орієнтації стають інструментом не лише для мобілізації прихильників, але й для демонізації опонентів.

Соціально-психологічні особливості української аудиторії впливають на ефективність різних типів маніпулятивних технологій на виборах. Президентські кампанії зазвичай експлуатують патерналістські настрої значної частини населення та схильність до персоналізації політики. Парламентські кампанії часто будуються на роздмухуванні соціальних конфліктів та експлуатації економічних проблем. Для обох типів виборів характерне використання контрасту "старе-нове", обіцянка радикальних змін та оновлення політичної системи. При цьому парадоксальним чином політичні сили використовують одні й ті самі соціально-психологічні механізми, які вже застосовувалися їхніми попередниками, яких вони критикують [33].

В останні роки спостерігається зближення маніпулятивних технологій, що використовуються у виборчих кампаніях різних рівнів. Це пов'язано з професіоналізацією політичного консалтингу в Україні, формуванням стабільних команд політтехнологів, які працюють на виборах різних рівнів, а

також з поширенням глобальних технологій політичної комунікації. Дослідники виборчих процесів вказують на появу в Україні системних технологічних рішень для проведення кампаній, які адаптуються під різні типи виборів. Водночас зберігаються суттєві відмінності у стратегічних цілях президентських, парламентських та місцевих кампаній, що впливає на вибір конкретних маніпулятивних інструментів.

Законодавчі механізми протидії маніпулятивним технологіям на виборах в Україні залишаються недостатньо ефективними для всіх типів виборчих кампаній. Виборче законодавство більш детально регламентує президентські вибори, встановлюючи чіткіші обмеження щодо фінансування, доступу до медіа та змісту передвиборчої агітації. Парламентські та особливо місцеві вибори характеризуються більшими правовими прогалинами, що дозволяє політичним акторам ширше застосовувати різноманітні маніпулятивні технології. Закон України "Про інформацію" та Виборчий кодекс України містять положення щодо достовірності поширюваної інформації, проте механізми притягнення до відповідальності за поширення дезінформації під час виборчих кампаній залишаються недосконалими [5].

Перспективні напрями вдосконалення регулювання виборчих кампаній в Україні повинні враховувати специфіку маніпулятивних технологій на виборах різних рівнів. Для президентських кампаній важливим є впровадження більш жорстких вимог щодо фінансової прозорості, посилення контролю за використанням медіаресурсів та запровадження ефективних механізмів спростування неправдивої інформації. У контексті парламентських виборів пріоритетного значення набуває врегулювання діяльності політичних партій, обмеження технологій негативної агітації та вдосконалення механізмів відповідальності за порушення виборчого законодавства. Для місцевих виборів нагальною потребою є посилення контролю за використанням адміністративного ресурсу, запобігання підкупу виборців та забезпечення більшої прозорості виборчого процесу на локальному рівні.

Отже, порівняльний аналіз використання маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях різних рівнів в Україні демонструє як спільні риси, так і суттєві відмінності. Президентські кампанії характеризуються більшою персоналізацією, акцентом на емоційній мобілізації виборців та формуванні цілісного образу лідера. Парламентські виборчі кампанії відзначаються ширшим застосуванням технологій сегментації електорату, групової поляризації та негативної агітації. Місцеві вибори демонструють переважання технологій безпосереднього впливу на виборців через вирішення локальних проблем та використання адміністративного ресурсу. Еволюція виборчих технологій в Україні відображає загальні тенденції розвитку політичної комунікації у світі, водночас зберігаючи національну специфіку, обумовлену історичними, культурними та соціально-психологічними особливостями українського суспільства.

### **Висновки до другого розділу**

Еволюція маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України демонструє їх суттєву трансформацію від примітивних форм адміністративного тиску та медійних маніпуляцій початку незалежності до складних комплексних стратегій інформаційно-психологічного впливу сучасного періоду. Період 1991-2025 років характеризується поступовим удосконаленням технологічного інструментарію маніпуляцій відповідно до розвитку медіа-простору та зміни суспільно-політичного контексту. Особливо значущими етапами еволюції стали президентські вибори 2004 року, що продемонстрували масштабне застосування технологій інформаційного впливу, та виборчі кампанії після 2014 року, які відзначилися активним використанням цифрових маніпулятивних технологій та протидією зовнішнім інформаційним втручанням.

Аналіз маніпулятивних технологій періоду 2014-2022 років виявляє домінування цифрових форм маніпуляції, зокрема таргетованого впливу через соціальні мережі, створення "фейкових новин" та використання ботів для

посилення поляризації суспільства. Гібридний характер сучасних маніпулятивних технологій проявляється у синхронізації традиційних медійних маніпуляцій з цифровими інструментами впливу та психологічними техніками формування суспільних настроїв. Технології персоналізації політичних образів, емоціоналізації політичного дискурсу та використання кризових ситуацій для маніпулятивного впливу стали визначальними рисами українських виборчих кампаній останнього десятиліття.

Порівняльний аналіз використання маніпулятивних технологій у президентських та парламентських кампаніях демонструє їх специфічні особливості та відмінності. Президентські кампанії характеризуються більш інтенсивним застосуванням технологій персоналізації та формування іміджу кандидатів, тоді як парламентські вибори відзначаються ширшим використанням технологій групової ідентифікації та маніпуляцій на основі ідеологічних преференцій. Спільною тенденцією для обох типів виборчих кампаній є зростання ролі цифрових технологій маніпулятивного впливу та підвищення значущості протидії зовнішнім інформаційним втручанням в умовах гібридних загроз національній безпеці.

Виявлені закономірності дозволяють прогнозувати подальший розвиток маніпулятивних технологій в українському політичному просторі та окреслити перспективні напрями протидії деструктивним формам інформаційно-психологічного впливу на виборців.

## **РОЗДІЛ 3. ПРОЄКТНО-РЕКОМЕНДАЦІЙНИЙ АСПЕКТ: ПРОТИДІЯ МАНІПУЛЯТИВНИМ ТЕХНОЛОГІЯМ У ВИБОРЧИХ КАМПАНІЯХ УКРАЇНИ**

### **3.1. Міжнародний досвід протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях**

Сучасні демократичні суспільства розробили різноманітні підходи до протидії маніпулятивним технологіям у виборчому процесі, що варіюються від законодавчого регулювання до технологічних інновацій. Європейський Союз створив комплексну систему правових норм для забезпечення прозорості виборчих кампаній та захисту виборців від дезінформації. Загальний регламент про захист даних (GDPR) встановлює жорсткі обмеження щодо використання персональних даних громадян, що суттєво впливає на можливості таргетованої політичної реклами. Німецьке законодавство про виборчий процес передбачає чіткі обмеження щодо поширення неправдивої інформації про кандидатів та партії, з можливістю притягнення порушників до відповідальності у формі штрафів або навіть позбавлення волі. Французька правова система запровадила ефективні механізми швидкого реагування на виявлені факти дезінформації під час виборчих кампаній, надаючи судовим органам право зобов'язувати медіа-платформи видаляти сумнівний контент протягом 48 годин.

У країнах Балтії, особливо в Естонії, впроваджено інноваційні підходи до виявлення маніпулятивних технологій із використанням штучного інтелекту для моніторингу медіа-простору. Естонська система "PropWatch" дозволяє автоматично виявляти потенційно маніпулятивний контент у соціальних мережах та новинних порталах, застосовуючи алгоритми машинного навчання для аналізу текстів на предмет емоційного забарвлення, логічних помилок та упередженості. Північні країни Європи створили міжнародну мережу боротьби з інформаційними маніпуляціями "Nordic Cooperation Against Disinformation", що забезпечує обмін досвідом та координацію зусиль різних держав у протидії інформаційним загрозам під час виборчих кампаній. Важливим елементом європейського підходу є співпраця з технологічними гігантами, такими як

Facebook, Google та Twitter, які підписали "Кодекс практики боротьби з дезінформацією", що передбачає блокування фейкових акаунтів та підвищення прозорості політичної реклами.

Інституційні механізми протидії маніпуляціям у США характеризуються поєднанням державного регулювання та саморегуляційних практик. Федеральна виборча комісія встановила суворі вимоги щодо прозорості фінансування політичної реклами, вимагаючи чіткого розкриття інформації про джерела фінансування кампаній, що значно ускладнює приховане використання "чорних" технологій. Департамент внутрішньої безпеки США створив спеціальний підрозділ з кібербезпеки виборів, який здійснює моніторинг потенційних загроз та надає технічну допомогу виборчим комісіям штатів. Федеральне бюро розслідувань запровадило спеціальну програму "Protected Voices", спрямовану на підвищення обізнаності політичних кампаній щодо кіберзагроз та інформаційних маніпуляцій [48, с. 98].

Американська модель характеризується також активним залученням громадянського суспільства до протидії маніпулятивним технологіям. Неурядові організації, такі як "FactCheck.org" та "PolitiFact", здійснюють незалежну перевірку політичних заяв та виборчих матеріалів, публікуючи результати своїх розслідувань та сприяючи підвищенню рівня критичного мислення виборців. Академічні інституції, зокрема Гарвардський університет та Массачусетський технологічний інститут, розробили відкриті інструменти для аналізу соціальних мереж на предмет виявлення ботів та координованих кампаній з дезінформації. Варто зазначити, що американське законодавство передбачає також кримінальну відповідальність за навмисне поширення неправдивої інформації з метою впливу на результати виборів, що слугує важливим стримуючим фактором для потенційних маніпуляторів.

Технологічні інструменти виявлення та протидії маніпуляціям набувають дедалі більшого значення у світовій практиці електоральних процесів. Системи автоматизованого моніторингу соціальних мереж, такі як "CrowdTangle" та "MediaCloud", дозволяють відстежувати поширення інформаційних наративів та

виявляти координовані кампанії з дезінформації на ранніх етапах. Технології верифікації цифрового контенту, включаючи інструменти розпізнавання deepfake-відео та маніпуляцій із зображеннями, стають невід'ємною частиною арсеналу виборчих комісій та медіа-організацій. Блокчейн-технології впроваджуються для забезпечення прозорості політичної реклами, створюючи незмінний реєстр усіх політичних повідомлень та їхніх спонсорів [17, с. 72].

Важливим технологічним інструментом є платформи для перевірки фактів, що дозволяють швидко реагувати на поширення неправдивої інформації та надавати виборцям достовірні дані. Наприклад, французька платформа "CrossCheck" об'єднала зусилля різних медіа-організацій під час президентських виборів 2017 року для спільної боротьби з дезінформацією. Системи раннього попередження, такі як "EU vs Disinfo" Європейської служби зовнішньої дії, використовують мережу експертів та автоматизованих інструментів для виявлення потенційних інформаційних загроз задовго до їх масового поширення. Штучний інтелект та машинне навчання дозволяють аналізувати величезні масиви даних, виявляючи аномалії в інформаційному просторі та потенційні спроби маніпулювання громадською думкою (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

### **Порівняння технологічних інструментів протидії маніпуляціям у виборчих кампаніях**

Технологічний інструмент	Країна використання	Функціональні можливості	Ефективність
PropWatch	Естонія	Автоматичне виявлення маніпулятивного контенту, аналіз емоційного забарвлення тексту	Висока
CrossCheck	Франція	Колаборативна перевірка фактів, залучення множинних медіа-організацій	Середня
Protected Voices	США	Кібербезпека виборчих кампаній, навчання персоналу	Висока
EU vs Disinfo	ЄС	Система раннього попередження, транскордонний моніторинг	Середня
CrowdTangle	Міжнародний	Аналіз поширення контенту в соціальних мережах, виявлення аномалій	Висока

Можливості адаптації міжнародного досвіду для України визначаються низкою факторів, пов'язаних із специфікою національного політичного та інформаційного простору. Виборчий кодекс України від 19.12.2019 № 396-IX створює правову основу для регулювання виборчих процесів, проте потребує доповнення нормами щодо протидії маніпулятивним технологіям з урахуванням європейських стандартів. Доцільним є впровадження механізмів швидкого реагування на поширення дезінформації під час виборчих кампаній, за прикладом французької моделі, що дозволить оперативно блокувати маніпулятивний контент без надмірного обмеження свободи слова. Закон України "Про інформацію" від 02.10.1992 № 2657-XII може бути доповнений положеннями щодо відповідальності за поширення завідомо неправдивої інформації про кандидатів та політичні партії під час виборчого процесу [5].

Важливим напрямом адаптації міжнародного досвіду є посилення інституційної спроможності державних органів, відповідальних за забезпечення чесних виборів. Центральна виборча комісія України потребує створення спеціалізованого підрозділу з моніторингу інформаційного простору під час виборчих кампаній, за аналогією з американським досвідом. Необхідним є також розвиток співпраці з міжнародними організаціями, такими як ОБСЄ та Рада Європи, для обміну досвідом та отримання технічної допомоги у протидії маніпулятивним технологіям. Постанова Кабінету Міністрів України "Про забезпечення національної інформаційної політики" від 10.01.2024 № 22 створює підґрунтя для такої співпраці, але потребує конкретизації щодо виборчого процесу [7].

Технологічний аспект протидії маніпуляціям у виборчих кампаніях України потребує системного розвитку з урахуванням досвіду розвинених демократичних країн. Доцільним є створення національної платформи для верифікації політичного контенту, яка об'єднала б зусилля державних органів, медіа-організацій та громадянського суспільства, за прикладом французької системи "CrossCheck". Розвиток технологій моніторингу соціальних мереж з метою виявлення ботів та координуваних кампаній з дезінформації має стати

пріоритетним напрямом технологічного забезпечення виборчого процесу. Впровадження штучного інтелекту для аналізу медіа-контенту на предмет маніпулятивних технік, за прикладом естонської системи "PropWatch", дозволить підвищити ефективність протидії інформаційним маніпуляціям.

Важливу роль у протидії маніпулятивним технологіям має відігравати громадянське суспільство України. Розвиток незалежних організацій з перевірки фактів, таких як "VoxCheck" та "StopFake", потребує державної підтримки та міжнародного фінансування. Медіаосвітні програми для підвищення медіаграмотності виборців мають стати невід'ємною частиною національної стратегії протидії маніпуляціям у виборчих кампаніях. Розпорядження Кабінету Міністрів України "Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України" від 15.02.2024 № 89-р створює правову основу для таких програм, проте потребує конкретизації щодо електоральних процесів [8].

Порівняльний аналіз українського та міжнародного досвіду свідчить про необхідність комплексного підходу до протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях, що охоплює правові, інституційні, технологічні та освітні аспекти проблеми. Законодавство України у сфері регулювання виборчого процесу потребує гармонізації з європейськими стандартами, особливо щодо прозорості політичної реклами та відповідальності за поширення дезінформації. Інституційна спроможність державних органів має бути посилена через створення спеціалізованих підрозділів та розвиток міжвідомчої координації. Технологічні інструменти протидії маніпуляціям потребують системного впровадження з урахуванням специфіки українського інформаційного простору.

Важливим елементом протидії маніпулятивним технологіям є розвиток партнерства між державою, бізнесом та громадянським суспільством. Соціальні мережі та технологічні платформи мають брати на себе більшу відповідальність за контент, що поширюється на їхніх ресурсах під час виборчих кампаній. Закон України "Про політичні партії в Україні" від 05.04.2001 № 2365-III може бути доповнений положеннями щодо відповідальності політичних партій за

використання маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях [4]. Медіа-організації повинні розробити етичні стандарти висвітлення виборчих кампаній та дотримуватися принципів об'єктивності та неупередженості (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

**Адаптація міжнародного досвіду протидії маніпулятивним технологіям  
для України**

<b>Напрямок адаптації</b>	<b>Міжнародний досвід</b>	<b>Потенційні зміни в українському законодавстві</b>	<b>Очікувані результати</b>
Правовий	Французька модель швидкого реагування на дезінформацію	Доповнення Виборчого кодексу України	Зменшення впливу дезінформації на виборчий процес
Інституційний	Американський досвід кібербезпеки виборів	Створення спеціалізованого підрозділу при ЦВК	Підвищення стійкості виборчої системи до маніпуляцій
Технологічний	Естонська система PropWatch	Впровадження національної платформи моніторингу інформаційного простору	Раннє виявлення маніпулятивних кампаній
Освітній	Шведська модель медіаграмотності	Інтеграція медіаосвітніх програм у національну стратегію	Підвищення критичного мислення виборців

Довгострокова стратегія протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях України має базуватися на розвитку демократичної політичної культури та підвищенні рівня суспільної довіри до виборчого процесу. Досвід Скандинавських країн свідчить про важливість системної медіаосвіти населення, починаючи з шкільного віку, для формування критичного мислення та стійкості до інформаційних маніпуляцій. Залучення академічних інституцій до дослідження феномену маніпулятивних технологій та розробки методів протидії їм є важливим елементом стратегії, що потребує державної підтримки через відповідні грантові програми.

Міжрегіональна співпраця у сфері протидії маніпулятивним технологіям набуває особливого значення в умовах глобалізації інформаційного простору. Україна має активно долучитися до міжнародних ініціатив, таких як "European Cooperation Network on Elections" та "Rapid Alert System against Disinformation", що дозволить оперативно обмінюватися інформацією про потенційні загрози та

координувати зусилля з протидії транскордонним кампаніям з дезінформації. Закон України "Про місцеві вибори" від 14.07.2015 № 595-VIII створює правову основу для регулювання виборчого процесу на регіональному рівні, проте потребує доповнення нормами щодо протидії локальним маніпулятивним технологіям [3].

Узагальнюючи міжнародний досвід протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях, слід зазначити необхідність системного підходу, що поєднує правові, інституційні, технологічні та освітні заходи. Україна має значний потенціал для адаптації кращих світових практик у цій сфері, враховуючи специфіку національного політичного та інформаційного простору. Ефективна протидія маніпулятивним технологіям вимагає консолідації зусиль держави, громадянського суспільства, медіа та технологічних платформ, а також міжнародної співпраці у сфері інформаційної безпеки. Виборчий процес як основа демократичного розвитку потребує особливого захисту від деструктивних інформаційних впливів, що можливо лише за умови комплексного застосування сучасних методів та інструментів протидії маніпулятивним технологіям.

### **3.2. Стратегічні проблеми у протидії маніпулятивним технологіям в українському політичному просторі**

Український політичний простір характеризується складною системою взаємодії різноманітних політичних акторів, що функціонують в умовах трансформаційних процесів та зовнішніх загроз. Стратегічні проблеми протидії маніпулятивним технологіям становлять комплексний виклик для демократичного розвитку держави та потребують системного аналізу. Проблема забезпечення чесних та прозорих виборів залишається ключовою для консолідації демократії в Україні, особливо з огляду на постійну модифікацію маніпулятивного інструментарію політичних суб'єктів.

Нормативно-правова база регулювання виборчих кампаній демонструє системні прогалини, що створюють можливості для застосування

маніпулятивних технологій. Виборчий кодекс України, прийнятий у 2019 році, не містить достатніх інструментів для обмеження використання "чорного піару" та недобросовісної політичної реклами [2]. Розмитість правових дефініцій щодо протиправної агітації та відсутність чітких критеріїв розмежування між легітимними формами політичної конкуренції та маніпулятивними практиками ускладнює контроль за дотриманням демократичних стандартів. Неврегульованим залишається питання прихованої реклами та використання адміністративного ресурсу, що викривляє демократичні засади виборчого процесу.

Інституційна спроможність органів контролю за виборчим процесом потребує суттєвого підвищення ефективності у контексті протидії маніпулятивним технологіям. Центральна виборча комісія, правоохоронні органи та суди демонструють недостатню координацію зусиль при реагуванні на порушення виборчого законодавства. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення не має достатніх повноважень для оперативного реагування на поширення маніпулятивного контенту в електронних засобах масової інформації [5]. Відсутність спеціалізованих підрозділів з моніторингу інформаційного простору під час виборчих кампаній та недостатнє кадрове забезпечення органів контролю обмежують можливості своєчасного виявлення та припинення використання маніпулятивних технологій.

Медіаграмотність та політична освіта громадян залишаються на недостатньому рівні, що робить суспільство вразливим до маніпулятивних впливів. Згідно з дослідженнями, проведеними у 2023 році, лише 47% українців здатні ідентифікувати фейкові новини та маніпулятивні повідомлення в інформаційному просторі. Відсутність системних програм з медіаосвіти у закладах середньої та вищої освіти обмежує формування критичного мислення у громадян. Недостатнє фінансування просвітницьких ініціатив та фрагментарність освітніх заходів з підвищення політичної культури не дозволяють забезпечити стійкий імунітет суспільства до маніпулятивних впливів.

Механізми саморегуляції політичних акторів в українському контексті демонструють низьку ефективність. Відсутність чітких етичних кодексів проведення виборчих кампаній та обмежена роль громадських організацій у моніторингу дотримання демократичних стандартів створюють умови для безкарного застосування маніпулятивних технологій. Політичні партії не приділяють достатньої уваги розробці внутрішніх документів з етичних засад політичної конкуренції, орієнтуючись передусім на електоральний успіх, а не на дотримання демократичних цінностей. Закон України "Про політичні партії в Україні" не містить ефективних інструментів впливу на політичні сили, що використовують маніпулятивні технології [4].

Нерозвиненість партнерського середовища між владою, громадськістю та бізнесом у протидії маніпулятивним технологіям обмежує ефективність заходів з протидії деструктивним інформаційним впливам. Комунікаційний розрив між органами державної влади та громадськістю створює передумови для поширення недостовірної інформації та маніпулятивних наративів. Відсутність системного підходу до залучення експертного середовища для моніторингу та аналізу маніпулятивних технологій позбавляє державу можливості оперативного реагування на нові виклики у інформаційному просторі.

Проблема фінансової прозорості виборчих кампаній залишається невирішеною і створює можливості для непрямого використання маніпулятивних технологій. Незважаючи на запровадження електронної системи звітності про фінансування політичних партій, існують механізми обходу обмежень та приховування реальних джерел фінансування політичної реклами. Система державного контролю за фінансуванням політичних партій та виборчих кампаній не забезпечує повної прозорості грошових потоків, що спрямовуються на оплату маніпулятивних технологій, включаючи "джинсу" та прихований підкуп виборців.

Зовнішні інформаційні загрози становлять окрему категорію викликів для протидії маніпулятивним технологіям. Втручання зовнішніх акторів у виборчі процеси через соціальні мережі та онлайн-медіа стало реальністю українського

політичного життя. Відсутність ефективних механізмів контролю за транскордонним поширенням маніпулятивного контенту та обмежені можливості взаємодії з міжнародними платформами соціальних медіа для блокування деструктивного контенту створюють додаткові ризики для демократичного розвитку України [8]. Згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 10.01.2024 № 22 "Про забезпечення національної інформаційної політики", розроблено комплекс заходів з протидії зовнішнім інформаційним впливам, проте їх реалізація потребує посилення координації між різними органами державної влади (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

**Основні проблеми протидії маніпулятивним технологіям  
в українському політичному просторі**

<b>Категорія проблеми</b>	<b>Прояви проблеми</b>	<b>Нормативно-правова база</b>	<b>Можливі напрями вирішення</b>
Правові	Недосконалість законодавства щодо визначення та протидії маніпуляціям	Виборчий кодекс України, Закон України "Про інформацію"	Удосконалення законодавчих дефініцій, посилення відповідальності
Інституційні	Недостатня координація органів контролю, слабкість правозастосування	Положення про ЦВК, регламенти взаємодії органів влади	Створення спеціалізованих підрозділів, підвищення ресурсного забезпечення
Освітні	Низький рівень медіаграмотності населення	Державний стандарт освіти, освітні програми	Впровадження системних програм з медіаосвіти
Комунікаційні	Розрив між владою та громадськістю, недовіра до офіційних джерел	Комунікаційні стратегії органів влади	Розвиток партнерства між державою та громадськістю

Технологічний розрив між темпами розвитку цифрових маніпулятивних технологій та можливостями їх виявлення становить суттєву проблему для забезпечення чесних виборів. Використання штучного інтелекту для створення дипфейків, автоматизованих ботів у соціальних мережах та систем мікротаргетингу політичної реклами випереджає розвиток технологій їх детекції. Відсутність технологічної інфраструктури для моніторингу цифрового інформаційного простору та недостатня кількість фахівців з кібербезпеки у

структурі органів, відповідальних за контроль виборчого процесу, обмежують можливості протидії новітнім маніпулятивним технологіям [30, с. 140].

Недостатня увага до регіональних особливостей застосування маніпулятивних технологій створює додаткові виклики для забезпечення демократичності виборчого процесу. Регіональна специфіка інформаційного споживання та рівня медіаграмотності не враховується при розробці заходів з протидії маніпулятивним впливам. Розподіл ресурсів на забезпечення інформаційної безпеки не відповідає рівню вразливості окремих регіонів до деструктивних інформаційних впливів, що створює додаткові ризики для демократичного волевиявлення громадян.

Правове регулювання використання соціальних мереж у виборчих кампаніях залишається недосконалим. Відсутність чітких вимог до маркування політичної реклами в онлайн-просторі та механізмів контролю за дотриманням обмежень щодо агітації у соціальних мережах створює можливості для цілеспрямованого поширення маніпулятивного контенту. Закон України "Про інформацію" не містить спеціальних норм щодо регулювання політичної комунікації в соціальних мережах, що залишає суттєву прогалину у правовому полі [5]. Непрозорість алгоритмів соціальних платформ та відсутність вимог до розкриття інформації про таргетовану політичну рекламу обмежують можливості контролю за використанням цих каналів для поширення маніпулятивного контенту.

Відсутність системної взаємодії з міжнародними організаціями у сфері протидії маніпулятивним технологіям обмежує використання передового досвіду та ресурсів для вирішення цієї проблеми. Незважаючи на наявність міжнародних стандартів та рекомендацій щодо забезпечення прозорості виборчого процесу, їх імплементація в Україні залишається фрагментарною. Співпраця з міжнародними організаціями часто обмежується спостереженням за виборами, без формування постійних механізмів обміну досвідом та технічної допомоги у розбудові системи протидії маніпулятивним технологіям.

Нестабільність політичного ландшафту та часті зміни виборчого законодавства створюють додаткові передумови для застосування маніпулятивних технологій. Постійні модифікації правил гри у політичному полі ускладнюють формування сталих демократичних практик та етичних норм політичної конкуренції. Політичні актори орієнтуються на короткострокові електоральні стратегії, надаючи перевагу тактичним маніпулятивним технологіям замість розбудови довгострокових відносин з виборцями на основі програмних засад та ідеологічних платформ.

Проблема відсутності системних досліджень маніпулятивних технологій в українському контексті обмежує можливості їх своєчасного виявлення та нейтралізації. Академічні установи та аналітичні центри не отримують достатнього фінансування для проведення комплексних досліджень у сфері політичних маніпуляцій. Відсутність науково обґрунтованих методик оцінки ефективності заходів з протидії маніпулятивним технологіям ускладнює формування адекватної державної політики у цій сфері.

Недостатня увага до психологічних аспектів впливу маніпулятивних технологій на суспільну свідомість обмежує ефективність заходів з протидії деструктивним інформаційним впливам. Розробка стратегій протидії маніпулятивним технологіям не враховує повною мірою особливості сприйняття інформації різними соціальними групами та когнітивні механізми впливу на прийняття політичних рішень громадянами. Відсутність систематичних досліджень психологічних наслідків впливу маніпулятивних технологій на суспільну свідомість обмежує можливості розробки ефективних стратегій підвищення стійкості громадян до деструктивних інформаційних впливів.

Неврегульованість питань відповідальності ЗМІ за поширення маніпулятивного контенту створює додаткові ризики для забезпечення демократичності виборчого процесу. Відсутність чітких критеріїв розмежування між свободою слова та зловживанням правом на інформацію ускладнює притягнення до відповідальності власників та редакторів медіа, що свідомо

поширюють маніпулятивний контент. Система саморегуляції медіа демонструє низьку ефективність, а органи державного регулювання не мають достатніх повноважень для оперативного реагування на поширення маніпулятивної інформації під час виборчих кампаній [17, с. 73].

Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.02.2024 № 89-р "Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України" визначає пріоритетні напрями розвитку інформаційного простору, проте не містить конкретних інструментів протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях [8]. Відсутність чіткого розподілу відповідальності між різними органами державної влади та місцевого самоврядування за реалізацію заходів з протидії маніпулятивним технологіям обмежує ефективність державної політики у цій сфері. Недостатня комунікація між центральними та місцевими органами влади щодо впровадження відповідних заходів створює додаткові перешкоди для системної протидії маніпулятивним технологіям.

Потребує подальшого розвитку система раннього виявлення та оперативного реагування на спроби застосування маніпулятивних технологій під час виборчого процесу. Відсутність дієвого механізму моніторингу інформаційного простору та оцінки потенційних загроз обмежує можливості своєчасного виявлення та нейтралізації спроб маніпулятивного впливу на виборців. Недостатня координація між органами державної влади, неурядовими організаціями та експертним середовищем у питаннях моніторингу та аналізу маніпулятивних технологій створює передумови для їх безкарного застосування у виборчих кампаніях.

### **3.3. Модель ефективної протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях України**

Розробка моделі ефективної протидії маніпулятивним технологіям у виборчому процесі України становить комплексну науково-практичну проблему, що потребує врахування національних особливостей політичної системи, медіа-простору та виборчого законодавства. Сучасний український політичний

простір характеризується високим рівнем використання маніпулятивних технологій, що спотворюють волевиявлення громадян та руйнують основи демократичних процесів. Виходячи з положень Виборчого кодексу України, зокрема статей 47, 51, 57, що регламентують засади інформаційного забезпечення виборів, запропонована модель протидії спрямована на забезпечення чесності та прозорості виборчого процесу [2].

Концептуальні засади розробленої моделі ґрунтуються на системному підході, який розглядає явище маніпулятивних технологій як багатовимірну проблему, що потребує комплексного вирішення. Фундаментальним принципом моделі є трирівневий підхід: правовий, інституційний та громадянський рівні протидії маніпуляціям. На правовому рівні передбачається вдосконалення виборчого законодавства шляхом заповнення прогалин у регулюванні цифрових медіа-платформ, соціальних мереж та онлайн-агітації. Інституційний рівень передбачає створення незалежного органу моніторингу виборчих кампаній із залученням фахівців із соціальної психології, медіа, політології та права. Громадянський рівень охоплює програми медіаосвіти та популяризації критичного мислення серед виборців.

Структура моделі протидії маніпуляціям базується на чотирьох взаємопов'язаних компонентах: нормативно-правовому, інституційно-організаційному, технологічному та освітньому. Нормативно-правовий компонент включає розробку та впровадження змін до Виборчого кодексу України, спрямованих на регулювання діяльності суб'єктів виборчого процесу в інформаційному просторі. Інституційно-організаційний компонент передбачає створення системи незалежного моніторингу виборчих кампаній із залученням міжнародних спостерігачів. Технологічний компонент охоплює впровадження інноваційних цифрових інструментів виявлення дезінформації та маніпуляцій. Освітній компонент зосереджується на розвитку медіаграмотності та критичного мислення серед різних верств населення [31, с.90].

Правовий рівень функціонування моделі передбачає вдосконалення законодавчих механізмів регулювання виборчого процесу шляхом внесення змін до Виборчого кодексу України та суміжних законів. Пропонується розробка чіткого категоріального апарату для визначення маніпулятивних технологій у законодавстві, встановлення правових меж використання політичної реклами в соціальних мережах, регламентація діяльності політичних ботів та тролів. Особливої уваги потребує питання законодавчого регулювання використання особистих даних виборців для політичного мікротаргетингу, що відповідає європейським стандартам захисту персональних даних. Законодавчі зміни мають створити правові бар'єри для поширення дезінформації та маніпулятивного контенту в період виборчих кампаній.

Інституційний рівень функціонування моделі включає створення міжвідомчої системи моніторингу та протидії маніпуляціям із залученням Центральної виборчої комісії, Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, Міністерства цифрової трансформації та незалежних експертних організацій. Державні та громадські інституції мають розбудувати ефективну систему раннього виявлення маніпулятивних технологій та оперативного реагування на них. Важливим елементом є запровадження практики публічного розкриття джерел фінансування політичної реклами в соціальних мережах та інших цифрових платформах. Інституційний рівень також передбачає створення національного центру протидії виборчим маніпуляціям, що координуватиме зусилля різних суб'єктів та забезпечуватиме ефективний обмін інформацією [8].

Громадянський рівень функціонування моделі спрямований на розвиток медіаграмотності, критичного мислення та політичної культури громадян. Цей рівень передбачає впровадження освітніх програм з медіаграмотності у формальній та неформальній освіті, проведення інформаційних кампаній щодо розпізнавання маніпулятивних технологій, підтримку громадських ініціатив з фактчекінгу та викриття дезінформації. Особлива увага приділяється розвитку цифрової грамотності старших вікових груп населення, які найбільш вразливі

до маніпуляцій в інформаційному просторі. Громадянський рівень є фундаментальним для забезпечення довгострокової стійкості суспільства до маніпулятивних впливів у виборчому процесі.

Технологічний аспект моделі передбачає впровадження інноваційних цифрових інструментів для виявлення та протидії маніпулятивним технологіям. Пропонується створення автоматизованої системи моніторингу соціальних мереж та цифрових медіа, що здатна виявляти координовані кампанії з поширення дезінформації та маніпулятивного контенту. Важливим компонентом є розробка алгоритмів аналізу виборчого дискурсу для ідентифікації маніпуляцій у політичних повідомленнях. Технологічні рішення також включають створення прозорих платформ для верифікації політичної реклами та відстеження її джерел фінансування. Використання штучного інтелекту та машинного навчання дозволить підвищити ефективність виявлення маніпулятивних технологій у режимі реального часу [33].

Оцінка ефективності запропонованої моделі базується на системі кількісних та якісних показників. Кількісні показники включають: зменшення кількості виявлених випадків використання маніпулятивних технологій; збільшення кількості громадян, які володіють навичками критичного мислення та медіаграмотності; кількість успішно проведених фактчекінгових кампаній. Якісні показники охоплюють: підвищення рівня довіри суспільства до виборчого процесу; покращення якості політичного дискурсу; посилення стійкості громадянського суспільства до маніпулятивних впливів. Комплексна оцінка ефективності моделі потребує проведення регулярних соціологічних досліджень та експертних оцінок стану виборчого процесу в Україні.

Важливим елементом запропонованої моделі є система моніторингу та оцінки ефективності протидії маніпулятивним технологіям у реальному часі. Пропонується використання матриці оцінки ефективності, що наведена у Таблиці 3.4, яка дозволяє комплексно аналізувати різні аспекти протидії маніпуляціям на всіх етапах виборчого процесу. Ця матриця включає критерії оцінки правового, інституційного, технологічного та освітнього компонентів

моделі, а також індикатори їх ефективності. Використання такої матриці дозволить виявляти слабкі місця в системі протидії маніпуляціям та оперативно коригувати стратегію дій (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

**Матриця оцінки ефективності моделі протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях**

Компонент моделі	Критерії оцінки	Індикатори ефективності	Методи оцінки
Нормативно-правовий	Комплексність законодавчого регулювання	Кількість виявлених та усунених правових прогалин	Правовий аналіз
	Адаптивність законодавства до нових технологій	Швидкість розробки та впровадження нових нормативних актів	Експертна оцінка
Інституційно-організаційний	Інституційна спроможність	Рівень міжвідомчої координації	Аудит діяльності
	Оперативність реагування	Час реагування на виявлені маніпуляції	Моніторинг
Технологічний	Точність виявлення маніпуляцій	Відсоток правильно ідентифікованих маніпуляцій	Технічний аналіз
	Охоплення моніторингом	Кількість охоплених медіа-платформ	Статистичний аналіз
Освітній	Рівень медіаграмотності населення	Відсоток населення з високим рівнем критичного мислення	Соціологічне дослідження
	Стійкість до маніпуляцій	Рівень сприйняття маніпулятивного контенту	Експериментальна перевірка

Практичні рекомендації щодо імплементації моделі охоплюють короткострокові та довгострокові заходи. У короткостроковій перспективі необхідно зосередитися на розробці змін до виборчого законодавства, зокрема доповнення Виборчого кодексу України положеннями щодо регулювання цифрової політичної реклами та відповідальності за поширення дезінформації. Паралельно слід розпочати формування інституційної інфраструктури для моніторингу та реагування на маніпулятивні технології, включаючи створення відповідних підрозділів у структурі Центральної виборчої комісії та Національної ради з питань телебачення і радіомовлення .

У середньостроковій перспективі необхідно зосередитися на впровадженні освітніх програм з медіаграмотності в систему формальної та

неформальної освіти. Пропонується розробка навчальних курсів для різних вікових категорій, зокрема для середньої школи, вищої освіти та освіти дорослих. Також важливим є створення онлайн-платформи з матеріалами для самоосвіти у сфері медіаграмотності та критичного мислення. Середньострокові заходи також мають включати підготовку фахівців з протидії маніпуляціям у цифровому середовищі, розвиток незалежної мережі фактчекінгових організацій та налагодження їх співпраці з міжнародними партнерами.

Довгострокові заходи імплементації моделі передбачають формування стійкої культури критичного сприйняття інформації та високого рівня громадянської відповідальності за якість політичного дискурсу. Необхідно розвивати систему громадського контролю за виборчим процесом, стимулювати участь громадян у спостереженні за виборами, створювати умови для формування відповідальної політичної журналістики. Довгострокові заходи також включають адаптацію системи протидії маніпуляціям до нових технологічних викликів, зокрема пов'язаних із розвитком штучного інтелекту та технологій глибокої фальсифікації аудіовізуального контенту.

На законодавчому рівні імплементація моделі потребує внесення змін не лише до Виборчого кодексу України, але й до суміжних законів, зокрема Закону "Про інформацію", Закону "Про політичні партії в Україні", Закону "Про рекламу". Необхідно розробити механізми правового регулювання діяльності соціальних мереж та цифрових медіа-платформ у період виборчих кампаній, встановити вимоги щодо прозорості політичної реклами в інтернеті, передбачити відповідальність за поширення завідомо неправдивої інформації під час виборчого процесу. Законодавчі зміни мають відповідати міжнародним стандартам свободи слова та враховувати рекомендації Венеціанської комісії та ОБСЄ .

Організаційно-інституційний рівень імплементації моделі передбачає створення координаційного центру з протидії маніпулятивним технологіям при Центральній виборчій комісії, до складу якого мають увійти представники

державних органів, громадянського суспільства, медіа-спільноти та експертного середовища. Важливим є забезпечення незалежності цього центру від політичного впливу, прозорості його діяльності та підзвітності громадськості. Координаційний центр має розробити методологію виявлення та протидії маніпулятивним технологіям, здійснювати моніторинг виборчих кампаній та надавати рекомендації щодо вдосконалення системи протидії маніпуляціям [1].

Технологічний аспект імплементації моделі потребує розробки та впровадження спеціалізованого програмного забезпечення для моніторингу соціальних мереж та цифрових медіа на предмет виявлення координованих кампаній з поширення дезінформації та маніпулятивного контенту. Важливим є створення відкритої бази даних політичної реклами в інтернеті з інформацією про замовників, бюджети та цільові аудиторії. Технологічні рішення мають забезпечувати оперативний аналіз великих обсягів даних та виявлення маніпулятивних технологій на ранніх етапах їх застосування. Необхідно також розробити мобільні додатки для громадян, які дозволятимуть перевіряти достовірність інформації та повідомляти про випадки виявлення маніпуляцій.

Освітній аспект імплементації моделі передбачає розробку та впровадження освітніх програм з медіаграмотності для різних вікових категорій населення. Важливою є інтеграція курсів з критичного мислення та медіаграмотності в програми середньої та вищої освіти, проведення тренінгів для педагогів, журналістів, представників громадських організацій. Освітні заходи мають включати практичні аспекти розпізнавання маніпулятивних технологій, аналізу політичної реклами, верифікації інформації. Особлива увага має бути приділена розвитку цифрової грамотності старших вікових груп населення, які найбільш вразливі до маніпуляцій в інформаційному просторі.

Важливим елементом імплементації моделі є забезпечення міжнародної співпраці у сфері протидії маніпулятивним технологіям у виборчому процесі. Україна має активно долучатися до міжнародних ініціатив з протидії дезінформації та маніпуляціям, обмінюватися досвідом з іншими країнами, особливо тими, що мають успішні практики у цій сфері. Необхідно налагодити

співпрацю з міжнародними організаціями, такими як Рада Європи, ОБСЄ, ЄС, для отримання експертної та технічної підтримки у розбудові ефективної системи протидії маніпулятивним технологіям.

Таким чином, запропонована модель ефективної протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях України представляє собою комплексну систему заходів правового, інституційного, технологічного та освітнього характеру, спрямованих на забезпечення чесності та прозорості виборчого процесу. Імплементация цієї моделі потребує консолідованих зусиль держави, громадянського суспільства, медіа-спільноти та міжнародних партнерів. Ефективна протидія маніпулятивним технологіям є необхідною умовою для зміцнення демократичних інститутів та забезпечення реального народовладдя в Україні.

### **Висновки до третього розділу**

Міжнародний досвід протидії маніпулятивним технологіям демонструє ефективність багаторівневого підходу, що поєднує нормативно-правове регулювання, інституційні механізми контролю та розвиток медіаграмотності населення. Особливо цінними для української практики є європейські моделі регулювання діяльності соціальних медіа та протидії дезінформації, а також американський досвід забезпечення прозорості фінансування політичної реклами. Аналіз міжнародних практик свідчить про необхідність адаптивного підходу до імплементации зарубіжних механізмів з урахуванням національної специфіки медіа-ландшафту та політичної культури України.

Стратегічні проблеми у протидії маніпулятивним технологіям в українському контексті охоплюють правові, інституційні та соціокультурні аспекти. Ключовими викликами є недосконалість нормативно-правової бази щодо регулювання політичної реклами та контролю за діяльністю цифрових платформ, фрагментованість інституційної структури органів, відповідальних за моніторинг та протидію інформаційним маніпуляціям, а також недостатній рівень медіаграмотності широких верств населення. Системний характер цих

проблем вимагає комплексного підходу, що передбачає синхронізацію зусиль державних інституцій, громадянського суспільства та медіа-спільноти.

Запропонована модель ефективної протидії маніпулятивним технологіям ґрунтується на принципах прозорості, відповідальності та розвитку критичного мислення громадян. Модель включає три взаємопов'язані компоненти: удосконалення нормативно-правової бази відповідно до європейських стандартів регулювання політичної комунікації; створення єдиної інституційної системи моніторингу та протидії маніпулятивним впливам із залученням медіа-експертів та представників громадянського суспільства; розробку та впровадження національної програми медіаосвіти, спрямованої на підвищення стійкості громадян до маніпулятивних впливів. Реалізація даної моделі передбачає поетапний підхід з чітким визначенням пріоритетів та ресурсного забезпечення для кожного етапу.

Запропонована модель протидії маніпулятивним технологіям має значний потенціал для підвищення якості виборчого процесу та зміцнення демократичних інститутів в Україні. Практична імплементація рекомендованих заходів сприятиме не лише мінімізації негативних наслідків маніпулятивних впливів на виборців, але й загальному оздоровленню політичної комунікації та підвищенню рівня політичної культури українського суспільства.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України дозволило сформуванню комплексне розуміння їхньої сутності, еволюції, особливостей застосування та шляхів протидії в умовах сучасного політичного процесу. Отримані результати дають підстави для наступних узагальнень і висновків відповідно до поставлених дослідницьких завдань.

У ході дослідження було систематизовано теоретико-методологічні основи вивчення політичної маніпуляції та маніпулятивних технологій. Встановлено, що політична маніпуляція являє собою приховану форму соціально-психологічного впливу на свідомість та поведінку громадян з метою спонукання їх до дій, які відповідають інтересам маніпулятора. Маніпулятивні технології в політичній сфері слід розуміти як комплекс методів, прийомів та інструментів прихованого впливу на масову свідомість виборців задля досягнення конкретних політичних цілей. Особливістю маніпулятивних технологій є їхній неявний характер впливу, який створює у реципієнта ілюзію самостійності прийняття рішень.

Розроблена в роботі класифікація та типологія маніпулятивних технологій у політичній сфері базується на їхній специфіці, каналах поширення та цільовій аудиторії. За методами впливу виділено раціональні (спрямовані на аргументацію та логіку), емоційні (орієнтовані на почуття та ірраціональні реакції) та комплексні маніпулятивні технології. За каналами комунікації доцільно розрізняти медійні, мережеві (цифрові) та міжособистісні технології маніпулювання. За цільовою аудиторією технології поділяються на масові (спрямовані на широкий загал) та сегментовані (орієнтовані на конкретні соціально-демографічні чи психографічні групи населення).

Вивчення еволюції маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях України від здобуття незалежності до сьогодення дозволило ідентифікувати п'ять основних етапів їхнього розвитку. Перший етап (1991-1998 рр.) характеризувався примітивними формами маніпуляції, які базувались переважно на адміністративному ресурсі та контролі традиційних ЗМІ. Другий

етап (1999-2004 рр.) ознаменувався появою професійних політтехнологів та формуванням "чорного PR" як домінуючої стратегії виборчих кампаній. Третій етап (2005-2013 рр.) відзначився диверсифікацією маніпулятивних технологій, поєднанням традиційних та інноваційних методів впливу. Четвертий етап (2014-2018 рр.) характеризувався активним використанням соціальних мереж та мультимедійних технологій у виборчому процесі. П'ятий етап (2019 р. - до сьогодні) визначається домінуванням цифрових маніпулятивних технологій, таргетованих інформаційних кампаній та масштабним використанням соціальних медіа як основного каналу політичної комунікації.

Детальний аналіз маніпулятивних технологій в українських виборчих кампаніях 2014-2022 рр. виявив їхні ключові особливості: зростання ролі соціальних мереж як інструменту електоральної мобілізації; використання Big Data для таргетованого впливу на виборців; поширення технології "фейкових новин" та дезінформації; професіоналізація "тролінгу" та створення "ботоферм"; персоналізація політичного контенту та адаптація повідомлень під конкретні сегменти аудиторії. Встановлено, що ці технології мають значний вплив на електоральну поведінку громадян, формуючи "інформаційні бульбашки", підсилюючи емоційну складову політичного вибору та знижуючи рівень критичного мислення виборців.

Порівняльний аналіз використання маніпулятивних технологій у президентських та парламентських виборчих кампаніях України дозволив виявити як спільні риси, так і відмінності. Спільними характеристиками є широке використання емоційних апеляцій, технологій формування образу ворога, популістської риторики та персоналізація політичних повідомлень. Водночас, президентські кампанії характеризуються більшою персоналізацією, акцентом на харизматичних якостях кандидатів та формуванні лідерського іміджу, тоді як парламентські кампанії відзначаються більшою ідеологічною складовою, використанням програмних обіцянок та регіональним фокусуванням маніпулятивних впливів.

Дослідження міжнародного досвіду протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях продемонструвало, що ефективними інструментами є: законодавче регулювання політичної реклами та агітації; розвиток медіаграмотності населення; технологічні рішення для виявлення та протидії дезінформації; міжнародне співробітництво у сфері інформаційної безпеки. Аналіз дозволив виявити перспективні практики, які можуть бути адаптовані до українських реалій, зокрема: європейська модель регулювання соціальних медіа, скандинавська система медіаосвіти та американський досвід технологічної протидії інформаційним маніпуляціям.

Характеристика стратегічних проблем у протидії маніпулятивним технологіям в українському політичному просторі виявила низку системних перешкод, серед яких: недосконалість законодавчої бази у сфері регулювання політичної реклами та агітації; низький рівень медіаграмотності населення; слабкість інституційних механізмів контролю за дотриманням виборчого законодавства; поляризація інформаційного простору; технологічна вразливість української інфраструктури перед кібератаками та інформаційними операціями; відсутність ефективних механізмів верифікації політичного контенту в соціальних мережах.

На основі проведеного дослідження розроблено комплексну модель ефективної протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях України, яка інтегрує правові, інституційні, медіаосвітні та технологічні компоненти. Правовий компонент передбачає вдосконалення законодавства у сфері політичної реклами, встановлення чітких критеріїв ідентифікації маніпулятивного контенту та запровадження механізмів відповідальності за дезінформацію. Інституційний компонент включає створення незалежного регуляторного органу з контролю за інформаційним простором, розвиток мережі фактчекінгових організацій та посилення ролі громадянського суспільства у моніторингу виборчих процесів. Медіаосвітній компонент орієнтований на формування критичного мислення громадян, підвищення рівня їхньої медіаграмотності та розвиток навичок верифікації інформації.

Технологічний компонент передбачає впровадження інноваційних рішень для виявлення та блокування маніпулятивного контенту, створення систем раннього попередження інформаційних атак та розробку алгоритмів ідентифікації недостовірної інформації.

Таким чином, проведені дослідження дозволили сформулювати цілісне уявлення про сутність, еволюцію та перспективи протидії маніпулятивним технологіям у виборчих кампаніях України. Виявлені закономірності та тенденції розвитку маніпулятивних впливів у політичній сфері мають не лише теоретичне значення, але й практичну цінність для розробки ефективних стратегій захисту інформаційного простору та забезпечення демократичності виборчих процесів.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Конституція України : станом на 1 берез. 2024 р. / Верховна Рада України. Київ URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата звернення: 26.03.2025).
2. Виборчий кодекс України : Закон України від 19.12.2019 № 396-IX : станом на 01.03.2024 р. / Верховна Рада України. Київ, 2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20> (дата звернення: 26.03.2025).
3. Про місцеві вибори : Закон України від 14.07.2015 № 595-VIII : станом на 01.03.2024 р. / Верховна Рада України. Київ, 2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/595-19> (дата звернення: 26.03.2025).
4. Про політичні партії в Україні : Закон України від 05.04.2001 № 2365-III : редакція від 01.03.2024 р. / Верховна Рада України. Київ, 2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2365-14> (дата звернення: 26.03.2025).
5. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 № 2657-XII : редакція від 01.03.2024 р. / Верховна Рада України. Київ, 2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 26.03.2025).
6. Про внутрішнє та зовнішнє становище України : Щорічне послання Президента України до Верховної Ради України. Київ, 2024. URL: <https://www.president.gov.ua/documents> (дата звернення: 26.03.2025).
7. Про забезпечення національної інформаційної політики : Постанова Кабінету Міністрів України від 10.01.2024 № 22. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/22-2024-п> (дата звернення: 26.03.2025).
8. Про затвердження Стратегії інформаційної реінтеграції України : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.02.2024 № 89-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/89-2024-р> (дата звернення: 26.03.2025).
9. Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні положення та правила складання : ДСТУ 8302:2015. Київ : ДП «УкрНДНЦ», 2024. 16 с. URL:

[http://lib.nmu.org.ua/download/Standart/DSTU\\_8302\\_2015.pdf](http://lib.nmu.org.ua/download/Standart/DSTU_8302_2015.pdf)

(дата

звернення: 26.03.2025).

10. Артюшок В. С. Сучасні теорії лідерства та їх застосування // Актуальні проблеми та перспективи розвитку регіонів : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Рівне, 3 квіт. 2020 р.). Рівне : РВЦ МЕГУ ім. акад. С. Дем&арос;янчука, 2020. С. 18-21.
11. Балабан Р. Країна в очікуванні нової еліти. Виборчий процес 2019 року в Україні у світлі суспільних очікувань. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2019. С. 19–35.
12. Балацька О. Б. Політичні еліти та лідерство. 2020.
13. Басінская І., Радюк О., Нехвядовіч І. Ситуаційні й інтеракціоністські теорії лідерства // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія Психологічні науки. 2020. № 11(56). С. 5-22.
14. Бойко В. С. Виборчі технології у формуванні масової свідомості: вітчизняний та світовий досвід. 2020.
15. Вижва М. Сучасні теорії лідерства: гуманістичний ракурс // Збірник наукових праць "Проблеми сучасної психології". 2020. № 47. С. 9-26.
16. Воробйова Г. Ю. Особливості проведення виборчих кампаній в Україні. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjIxNw==/78ca9> (дата звернення: 26.03.2025).
17. Гайдаєнко М. О. Особливості визначення політичної реклами в політико-правому полі сучасної України // Сучасні виклики соціально-політичного розвитку: політико-правові та соціально-економічні виміри : матеріали Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 3 червня 2020 р.). Одеса : ДЗ «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», Центр соціально-політичних досліджень «Politicus», 2020. С. 71-74.

18. Гордієнко А. Г. Теоретичні основи визначення міжнародного іміджу держави // ББК 60.5 С 70. 2021. № 22.
19. Голішевська А. В. Особливості формування репутації органів державної влади. 2019.
20. Дойчик М. В. Ідея гідності у філософії Томаса Гоббса // Гілея: науковий вісник. 2018. № 132. С. 150-156.
21. Заброда Д. Є. Я., Корсунська В. В. Історичний погляд на феномен лідерство // Актуальні проблеми юриспруденції та психології: Матеріали ІІ Всеукраїнської науково-практичної конференції (ВНПЗ ДГУ, 30.09.2021). С. 89-93.
22. Золотарьова Я. Історія виборів: 2010 року в другий тур виборів Президента України вперше вийшла жінка. URL: [https://www.oporaua.org/article/vybory/election\\_history/23066-istoriia-viboriv-u-2010-rotsi-u-drugii-tur-viboriv-prezidenta-ukrayini-vpershe-viishla-zhinka](https://www.oporaua.org/article/vybory/election_history/23066-istoriia-viboriv-u-2010-rotsi-u-drugii-tur-viboriv-prezidenta-ukrayini-vpershe-viishla-zhinka) (дата звернення: 26.03.2025).
23. Золотарьова Я. Історія виборів: перші вибори Президента України. URL: [https://oporaua.org/article/vybory/election\\_history/22947-istoriia-viborivpershi-vibori-prezidenta-ukrayini](https://oporaua.org/article/vybory/election_history/22947-istoriia-viborivpershi-vibori-prezidenta-ukrayini) (дата звернення: 26.03.2025).
24. Золотарьова Я. Історія виборів: треті вибори Президента України 1999 року. URL: [https://www.oporaua.org/article/vybory/election\\_history/23023-istoriia-viboriv-treti-vibori-prezidenta-ukrayini-1999-roku](https://www.oporaua.org/article/vybory/election_history/23023-istoriia-viboriv-treti-vibori-prezidenta-ukrayini-1999-roku) (дата звернення: 26.03.2025).
25. Золотарьова Я. Історія виборів: третього Президента в 2004 році Україна обирала у «три тури». URL: [https://www.oporaua.org/article/vybory/election\\_history/23049-istoriia-viboriv-tretogoprezidenta-v-2004-rotsi-ukrayina-obirala-u-tri-turi](https://www.oporaua.org/article/vybory/election_history/23049-istoriia-viboriv-tretogoprezidenta-v-2004-rotsi-ukrayina-obirala-u-tri-turi) (дата звернення: 26.03.2025).
26. Золотарьова Я. Історія виборів: у травні 2014 року українці обрали Президента в першому турі. URL:

[https://www.oporaua.org/article/vybory/election\\_history/vybory\\_prezydenta\\_2014](https://www.oporaua.org/article/vybory/election_history/vybory_prezydenta_2014) (дата звернення: 26.03.2025).

27. Зеленюк Г. Застосування реалістичних, популістських і волюнтаристичних ідеологем в українському електоральному циклі-2019 // *Виборчий процес 2019 року в Україні у суспільних очікувань*. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2019. С. 115–135.
28. Жигалкіна О. К. Концепт «ВЛАДА» в англomовному політичному дискурсі ХХІ століття. 2023.
29. Інтернет-тролінг перетворився на індустрію. URL: <http://kyiv.comments.ua/article/2018/02/06/110031.html> (дата звернення: 26.03.2025).
30. Кочубей Л. Нові і традиційні виборчі технології в Україні // *Виборчий процес 2019 року в Україні у світлі суспільних очікувань*. Київ : Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2019. С. 136–149.
31. Мадрига Т., Бриндальський А. Маніпулятивні технології під час виборчого процесу як загроза політичній безпеці // *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. № 17. С. 90-96.
32. Мачуський В. Політична еліта України у визначенні стратегій розвитку держави // *Україна у пошуку стратегій суспільно-політичного розвитку (1991–2018 рр.)*. Київ : ІПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2019. С. 324–349.
33. Метельська А. Особливості формування іміджу політичного лідера : дис. ... канд. наук. Київ, 2023.
34. Метельська А. В. Роль невербальних комунікацій у формуванні іміджу політичного лідера // *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. № 215.
35. Морозов А. Ю., Шуст Н. Б. Становлення інформаційного суспільства в Україні: виклики та перспективи // *Освітній дискурс: збірник наукових*

- праць. 2022. № 41(7-9). С. 26-38. URL: [https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/39387/Morozov\\_Shust.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/39387/Morozov_Shust.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 26.03.2025).
36. Науменко О. Вплив виборчого процесу на механізми інкорпорації політико-управлінської еліти України // Науковий часопис УДУ імені Михайла Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методики викладання соціально-політичних дисциплін. 2020. № 22(29). С. 129-137.
37. Остапець Ю. О., Ключкович А. Між мейнстрімом і популізмом: особливості розвитку партійної системи Словацької Республіки у контексті парламентських електоральних циклів 2016-2020 років. 2020.
38. Остапець Ю. О., Червеняк К. Т. Парламентські вибори 2023 року в країнах Європейського Союзу: аналіз результатів та конфігурацій урядових коаліцій. 2024. URL: [https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/63949/1/%d0%9e%d1%81%d1%82%d0%b0%d0%bf%d0%b5%d1%86%d1%8c\\_%d0%9f%d0%b0%d1%80%d0%bb%d0%b0%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%81%d1%8c%d0%ba%d1%96%20%d0%b2%d0%b8%d0%b1%d0%be%d1%80%d0%b8\\_%d0%84%d0%a1\\_2023.pdf](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/63949/1/%d0%9e%d1%81%d1%82%d0%b0%d0%bf%d0%b5%d1%86%d1%8c_%d0%9f%d0%b0%d1%80%d0%bb%d0%b0%d0%bc%d0%b5%d0%bd%d1%82%d1%81%d1%8c%d0%ba%d1%96%20%d0%b2%d0%b8%d0%b1%d0%be%d1%80%d0%b8_%d0%84%d0%a1_2023.pdf) (дата звернення: 26.03.2025).
39. Передвиборча програма кандидата на пост Президента України Володимира Зеленського. 2019. URL: <https://program.ze2019.com/> (дата звернення: 26.03.2025).
40. Пірог І. І., Ізотова Л. І. Метафора як засіб створення іміджу політичного лідера у німецькому медіадискурсі // Вісник ХНУ імені ВН Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. 2018. № 88. С. 35-42.
41. Особливості використання соціальних мереж у діяльності органів публічної влади // Публічне адміністрування: теорія та практика. 2019. Вип. 1. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp\\_2019\\_1\\_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Patp_2019_1_12) (дата звернення: 26.03.2025).

42. Терещенко А. Еволюція іміджу Ангели Меркель на посаді канцлера Німеччини. 2021.
43. Томченко О. Політичне лідерство як предмет психологічної науки. 2021.  
URL:  
<http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/43222/1/%D0%A2%D0%BE%D0%BC%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE.pdf> (дата звернення: 26.03.2025).
44. Турчинов К. Політичні партії у виборчому процесі: актуальні питання законодавчого забезпечення. Київ : Інститут законодавства Верховної Ради України, 2018.
45. Українське суспільство напередодні року виборів // Національна безпека і оборона. 2018. № 3–4. С. 20–34. URL:  
[http://razumkov.org.ua/uploads/journal/ukr/NSD175-176\\_2018\\_ukr.pdf](http://razumkov.org.ua/uploads/journal/ukr/NSD175-176_2018_ukr.pdf) (дата звернення: 26.03.2025).
46. Хамаршех А. Ш. Стратегія демагогії у подячній промові Дональда Трампа // Вісник Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. 2019. № 90. С. 33-41.
47. Цилюрик С. В. Соціально-комунікативний діалог в соціальних мережах як елемент формування демократичних засад в українському суспільстві // Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. 2019. Вип. 15. С. 104–115.
48. Яковлева Н., Коломієць Т., Северинчик О. Президентські та парламентські виборчі кампанії в умовах однорічних електоральних циклів доби незалежності України // Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»: Політологія. Соціологія. Право. 2019. Вип. 4(44). С. 95–101.
49. Антонова Л.В. Удосконалення виборчого процесу в Україні: організаційно-правовий аспект / Л.В. Антонова. – Миколаїв:

- Чорноморський національний університет імені П. Могили, 2020. – URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/12\\_2020/4.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/12_2020/4.pdf) (дата звернення: 26.03.2025).
50. Артюшок В.С. Сучасні теорії лідерства та їх застосування / В.С. Артюшок // Актуальні проблеми та перспективи регіонального розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Рівне, 3 квітня 2020 р.). – Рівне: РВЦ МЕРУ ім. акад. С. Дем'янчука, 2020. – С. 18–21.
51. Балабан Р. Країна чекає на нову еліту. Виборчий процес 2019 року в Україні в світлі суспільних очікувань / Р. Балабан. – Київ: Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2019. – С. 19–35.
52. Байливська О.Б. Політичні еліти та лідерство / О.Б. Байливська. – 2020.
53. Басінська І., Радюк О., Нехвядович І. Ситуаційні та інтеракціоністські теорії лідерства / І. Басінська, О. Радюк, І. Нехвядович // Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія: Психологічні науки. – 2020. – №11(56). – С. 5–22.
54. Бойко В.С. Виборчі технології у формуванні масової свідомості: вітчизняний та світовий досвід / В.С. Бойко. – 2020.
55. Чубатенко О.М. Маніпулятивні технології у виборчих процесах України / О.М. Чубатенко. – Київ: Політичні інститути і процеси, 2020. – С. 57–61.
56. Делані К. Чого навчає фінансова кампанія Обама: як збирати кошти онлайн / К. Делані // ePolitics. – 2009. – 15 травня. – URL: <http://www.epolitics.com/2009/05/15/learning-from-obamasfinancial-steamroller-how-to-raise-money-online/> (дата звернення: 26.03.2025).
57. Дхандкар Д. Концепції політичного лідерства: філософсько-антропологічні та соціокультурні виміри / Д. Дхандкар // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2020. – Т. 23, №3. – С. 73–81.
58. Дойчик М.В. Ідея гідності у філософії Томаса Гоббса / М.В. Дойчик // Гілея: науковий вісник. – 2018. – №132. – С. 150–156.
59. Дубова В. (ред.) Фейки, пропаганда, дезінформація та виборчий процес: як захистити демократичні практики? / В. Дубова. – Київ: Сталь, 2019.

60. Фролов Н.В. Особливості використання соціальних мереж у діяльності органів публічної влади / Н.В. Фролов // Державне управління: теорія та практика. – 2019. – Вип. 1.
61. Гайдаєнко М.О. Особливості визначення політичної реклами в політико-правовому полі сучасної України / М.О. Гайдаєнко // Сучасні виклики суспільно-політичного розвитку: політичні, правові та соціально-економічні виміри: матеріали Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (м. Одеса, 3 червня 2020 р.). – Одеса: Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського, Центр політичних досліджень «Політикус», 2020. – С. 71–74.
62. Голішевська А.В. Особливості формування репутації органів державної влади / А.В. Голішевська. – 2019.
63. Гошкова С. Вплив змін алгоритмів соціальних мереж на формування комунікацій у сучасному виборчому процесі / С. Гошкова. – 2021.
64. Хамареше А.Ш. Стратегія демагогії у промові-подяці Дональда Трампа / А.Ш. Хамареше // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2019. – №90. – С. 33–41.
65. Гордієнко А.Г. Теоретичні засади визначення міжнародного іміджу держави / А.Г. Гордієнко // ББК 60.5 я43 С 70. – 2021. – С. 22.
66. Юнг К.Г. Архетипи і колективне несвідоме / К.Г. Юнг. – Львів: Астролябія, 2018.
67. Кочубей Л. Нові та традиційні виборчі технології в Україні / Л. Кочубей // Виборчий процес 2019 року в Україні в світлі суспільних очікувань. – Київ: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2019. – С. 136–149.
68. Кочубинський В. Роль соціальних мереж (Facebook) у виборчих кампаніях / В. Кочубинський. – URL: <https://www.oporaua.org/article/vybory/vybory-prezydenta/vybory-prezydenta-2019/17987-rol-sotsialnikh-merezh-facebook-u-viborchikh-kampaniiakh> (дата звернення: 26.03.2025).

69. Конфлікт в Україні // Global Conflict Tracker. – URL: [www.cfr.org/globalconflictracker/conflict/conflict-ukraine](http://www.cfr.org/globalconflictracker/conflict/conflict-ukraine) (дата звернення: 26.03.2025).
70. Литвинова К. Як соціальні мережі впливають на політику в Україні: висновки дослідження / К. Литвинова. – URL: <https://internews.ua/opportunity/social-network-research> (дата звернення: 26.03.2025).
71. Мачуський В. Політична еліта України у визначенні стратегій державного розвитку / В. Мачуський // Україна в пошуках стратегій суспільно-політичного розвитку (1991–2018). – Київ: ІПіЕНД ім. І.Ф. Кураса НАН України, 2019. – С. 324–349.
72. Мадрига Т., Бриндальський А. Маніпулятивні технології під час виборчого процесу як загроза політичній безпеці / Т. Мадрига, А. Бриндальський // Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія. – 2024. – №17. – С. 90–96.
73. Метельська А. Особливості формування іміджу політичного лідера / А. Метельська. – Дис. д-ра наук, 2023.
74. Метельська А.В. Роль невербальних комунікацій у формуванні іміджу політичного лідера / А.В. Метельська // Актуальні проблеми філософії та соціології. – 2022. – С. 215.
75. Морозов А.Ю., Шуст Н.Б. Формування інформаційного суспільства в Україні: виклики та перспективи / А.Ю. Морозов, Н.Б. Шуст // Освітній дискурс: збірник наукових праць. – 2022. – №41(7–9). – С. 26–38.
76. Остапець Ю.О., Ключкович А. Між мейнстримом і популізмом: особливості партійної системи Словацької Республіки в контексті парламентських виборчих циклів 2016–2020 років / Ю.О. Остапець, А. Ключкович. – 2020.
77. Остапець Ю.О., Червеняк К.Т. Парламентські вибори 2023 року в країнах Європейського Союзу: аналіз результатів і конфігурацій урядових коаліцій / Ю.О. Остапець, К.Т. Червеняк. – 2024.

78. Панченко О.А. Проблеми правового забезпечення державного управління у сфері інформаційної безпеки / О.А. Панченко. – 2019. – URL: [http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/11\\_2019/5.pdf](http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/11_2019/5.pdf) (дата звернення: 26.03.2025).
79. Пірс Дж. Історична хронологія постнезалежної України / Дж. Пірс // PBS NewsHour. – URL: [https://www.pbs.org/newshour/world/a-historical-timeline-of-postindependenc\\_eukraine](https://www.pbs.org/newshour/world/a-historical-timeline-of-postindependenc_eukraine) (дата звернення: 26.03.2025).
80. Передвиборча програма кандидата на пост Президента України Володимира Зеленського. – Команда Зе! – 2019. – URL: <https://program.ze2019.com/> (дата звернення: 26.03.2025).
81. Пірог І.І., Ізотова Л.І. Метафора як засіб створення іміджу політичного лідера в німецькому медіадискурсі / І.І. Пірог, Л.І. Ізотова // Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов. – 2018. – №88. – С. 35–42.
82. Ратніков М.І. Сучасна парадигма політичної комунікації в США на прикладі президентської кампанії Д. Трампа / М.І. Ратніков. – URL: [http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol\\_n/article/view/3137/2818](http://journals.iir.kiev.ua/index.php/pol_n/article/view/3137/2818) (дата звернення: 26.03.2025).
83. Синицин К.П. Політична реклама в сучасному виборчому процесі України: правові аспекти та культурні реалії / К.П. Синицин. – 2021.
84. Телештун С.О. Основи інформаційно-аналітичної діяльності в публічному управлінні: навч. посіб. / С.О. Телештун. – Київ: НАДУ, 2019.
85. Терещенко А. Еволюція іміджу Ангели Меркель як канцлера Німеччини / А. Терещенко. – 2021.
86. The Economist Intelligence Unit Limited. Індекс демократії 2021: виклик Китаю. – URL: [https://www.stockwatch.com.cy/sites/default/files/newsdownloads/feb11\\_2022\\_eiu-democracy-index-2021.pdf](https://www.stockwatch.com.cy/sites/default/files/newsdownloads/feb11_2022_eiu-democracy-index-2021.pdf) (дата звернення: 26.03.2025).
87. Томченко О. Політичне лідерство як предмет психологічної науки / О. Томченко. – 2021.

88. Турчинов К. Політичні партії у виборчому процесі: актуальні питання законодавчого забезпечення / К. Турчинов. – Київ: Інститут законодавства Верховної Ради України, 2018.
89. Вижва М. Сучасні теорії лідерства: гуманістичний погляд / М. Вижва // Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології». – 2020. – №47. – С. 9–26.
90. Воробйова Г.Ю. Особливості виборчих кампаній в Україні / Г.Ю. Воробйова. – 2021.
91. Яковлева Н., Коломієць Т., Северинчик О. Президентські та парламентські виборчі кампанії в умовах однорічних виборчих циклів в незалежній Україні / Н. Яковлева, Т. Коломієць, О. Северинчик // Вісник НТУУ «КПІ»: Політологія. Соціологія. Право: збірник наукових праць. – 2019. – Вип. 4(44). – С. 95–101.