

РОЗДІЛ 5 АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПОЛІТОЛОГІЇ

УДК 070(477):316.64–049.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2024.36.21>

ВПЛИВ ПСИХОЛОГІЇ МАС-МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ: МЕХАНІЗМИ МАНІПУЛЯЦІЇ ГРОМАДСЬКОЮ ДУМКОЮ

THE INFLUENCE OF MASS MEDIA PSYCHOLOGY ON THE FORMATION OF POLITICAL CONSCIOUSNESS: MECHANISMS OF PUBLIC OPINION MANIPULATION

Перепелиця Н.О.*доктор PhD з політології,**асистент кафедри політології**Київського національного університету імені Тараса Шевченка,*

Сучасне суспільство дедалі більше залежить від мас-медіа, які виступають основним джерелом інформації та значно впливають на формування політичної свідомості громадян. В умовах інтенсивного розвитку інформаційних технологій та постійного зростання обсягів інформаційних потоків, роль медіа у процесі формування суспільної думки є надзвичайно важливою. Дослідження механізмів маніпуляції громадською думкою через медіа стає особливо актуальним у контексті політичних криз, виборчих кампаній та інших соціально значущих подій. Метою статті є аналіз психологічних механізмів впливу мас-медіа на формування політичної свідомості, а також виявлення основних способів маніпуляції громадською думкою через інформаційні ресурси. Особлива увага приділяється вивченню когнітивних та емоційних аспектів сприйняття інформації, які визначають ефективність медійного впливу.

Основою методологічного підходу є контент-аналіз інформаційних матеріалів, що дозволяє виявити основні техніки фреймінгу та праймінгу, застосовувані медіа. Також використовується порівняльний аналіз різних теоретичних моделей, що пояснюють вплив медіа на формування когнітивних установок і поведінкових патернів у політичному контексті. Теоретичні положення підкріплюються емпіричними даними з попередніх досліджень, що дозволяє забезпечити комплексний підхід до розуміння процесів маніпуляції.

У ході дослідження виявлено, що медіа здатні суттєво впливати на політичну свідомість громадян через маніпулятивні техніки, такі як фреймінг, праймінг, використання емоційно забарвленої лексики та створення інформаційних пасток. Результати експериментальних досліджень підтвердили гіпотезу про те, що систематичне використання подібних технік призводить до формування стійких когнітивних установок, які важко піддаються корекції навіть у разі зміни джерела інформації.

На основі отриманих даних зроблено висновок, що мас-медіа відіграють ключову роль у формуванні політичної свідомості, використовуючи різноманітні психологічні механізми для маніпуляції громадською думкою. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на розробку стратегій медіаграмотності, які дозволять знизити вплив маніпулятивних медійних практик та сприяти формуванню критичного мислення у громадян.

Ключові слова: маніпуляція, психологія мас-медіа, політична свідомість, громадська думка, когнітивні механізми, медіаграмотність, фреймінг, праймінг.

Modern society is becoming increasingly dependent on mass media, which serve as the primary source of information and significantly influence the formation of citizens' political consciousness. In the context of the rapid development of information technologies and the constant growth of information flows, the role of media in shaping public opinion is of paramount importance. The study of mechanisms for manipulating public opinion through media becomes especially relevant in the context of political crises, election campaigns, and other socially significant events. The purpose of this article is to analyze the psychological mechanisms by which mass media influence the formation of political consciousness, as well as to identify the main methods of manipulating public opinion through informational resources. Particular attention is paid to studying the cognitive and emotional aspects of information perception, which determine the effectiveness of media influence.

The methodological approach is based on content analysis of informational materials, which allows for identifying the main framing and priming techniques used by the media. Comparative analysis of different theoretical models that explain the influence of media on the formation of cognitive attitudes and behavioral patterns in a political context is also employed. Theoretical propositions are supported by empirical data from previous studies, enabling a comprehensive understanding of the processes of manipulation.

The research revealed that the media can significantly influence citizens' political consciousness through manipulative techniques such as framing, priming, the use of emotionally charged language, and the creation of informational traps. Experimental research results confirmed the hypothesis that systematic use of such techniques leads to the formation

of stable cognitive attitudes, which are difficult to correct even when the information source is changed. Based on the obtained data, it is concluded that mass media play a key role in shaping political consciousness, utilizing various psychological mechanisms to manipulate public opinion. Further research should focus on developing media literacy strategies that can reduce the impact of manipulative media practices and promote the development of critical thinking among citizens.

Key words: manipulation, media psychology, political consciousness, public opinion, cognitive mechanisms, media literacy, framing, priming.

Постановка проблеми. Мас-медіа відіграють ключову роль у формуванні політичної свідомості суспільства, забезпечуючи доступ до інформації та впливаючи на громадську думку. З розвитком друкованої преси в XIX столітті, суспільство отримало можливість оперативніше отримувати новини та політичні коментарі, що сприяло формуванню політичної свідомості серед широких верств населення [1, с. 237]. Поява радіо в 1920-х роках стала новим етапом у розвитку мас-медіа, розширюючи аудиторію та дозволяючи політичним діячам напряму звертатися до громадян. Телебачення, яке набуло популярності в 1950-60-х роках, суттєво змінило політичний ландшафт, дозволяючи візуально передавати повідомлення, що посилює емоційний вплив на аудиторію [2, с. 29].

В 1990-х роках, з розвитком Інтернету, мас-медіа стали ще більш інтерактивними, а соціальні мережі на початку XXI століття забезпечили можливість не тільки поширювати інформацію, але й активно формувати політичні настрої через персоналізований контент і прямі комунікації між політиками та громадянами.

Сучасні засоби масової комунікації відіграють ключову роль у формуванні політичної свідомості, надаючи людям можливість краще зрозуміти своє місце в політичному просторі. До таких засобів належать не лише традиційні медіа, як-от газети, журнали, радіо, кіно та телебачення, але й книги, які також розглядаються як «перший засіб масової інформації». Завдяки цим джерелам інформації людина отримує доступ до різних точок зору та політичних поглядів, що допомагає їй визначити власну позицію у суспільстві [3, с. 36]. Однак роль мас-медіа у процесі політичної самоідентифікації індивіда не завжди є вирішальною або визначальною. Вплив різних медіа на людину значно варіюється залежно від її особистих характеристик, життєвого досвіду та рівня критичного мислення. Для одних людей засоби масової комунікації можуть бути головним джерелом інформації, яке формує їхню політичну свідомість, тоді як для інших ці фактори можуть відігравати допоміжну роль, доповнюючи власні думки та переконання.

Крім того, варто звернути увагу на механізми маніпуляції громадською думкою, які використовуються в мас-медіа. Тобто, це можуть бути такі методи, як добірка новинних сюжетів, відбір експертних коментарів, використання емоційно заряджених образів та висловлювань, а також впрова-

дження певних наративів, що можуть впливати на сприйняття інформації аудиторією [4, с. 27]. Усе це створює ситуацію, коли громадська думка формується під впливом певних психологічних механізмів, що іноді не дозволяє людям об'єктивно оцінювати політичну реальність.

Відповідно, у сучасному світі мас-медіа мають значний вплив на формування політичної свідомості, використовуючи різноманітні методи впливу на громадську думку. Засоби масової інформації мають здатність конструювати реальність для своїх аудиторій, визначаючи, які питання та події є важливими, а також пропонуючи інтерпретації цих подій [5, с.179]. Така влада дозволяє медіа не лише інформувати, але й формувати політичні погляди, посилювати або зменшувати суспільну підтримку політичних сил, впливати на виборчий процес та загальний політичний настрій у суспільстві.

Механізми впливу медіа на політичну свідомість включають як свідомі, так й підсвідомі методи маніпуляції. Свідомі механізми охоплюють такі прийоми, як фреймінг (формулювання контексту), праймінг (забезпечення пріоритету певних тем), а також використання медіапропаганди [2, с. 76]. Підсвідомі методи можуть включати систематичне впровадження певних наративів, що сприймаються на рівні емоцій та стереотипів, не піддаючись критичному аналізу з боку аудиторії. В результаті, формування політичної свідомості здійснюється не стільки через усвідомлене розуміння та обговорення політичних процесів, скільки через маніпулятивні стратегії, що формують ілюзію самостійно прийнятих рішень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження в галузі психології мас-медіа виявляють значний вплив медіа на формування політичної свідомості, підкреслюючи різноманітні механізми маніпуляції громадською думкою. Барнард С., Дерев'янка С., Карчевська О., Лікарчук Н., Ожохан А., Ожохан А., Павлова Л., Пашина Н., Чорна І. відзначають, що медіа використовують ефект праймінгу та фреймінгу, що дозволяє контролювати, які теми стають важливими для аудиторії, а також у якому контексті вони сприймаються. Праймінг активує певні асоціації у свідомості громадян, створюючи таким чином основу для формування політичних поглядів. Фреймінг, своєю чергою, впливає на інтерпретацію інформації, задаючи рамки, в яких події й факти оцінюються.

Айенгар С., Була С., Жидун С., Зайко Л., Кирничний С., Матвієнків С., Свідерська О., Фещук О. зауважують, що значну роль відіграють техніки емоційного впливу та соціального доказу, які активно використовуються в медійному просторі. Дослідження демонструють, що емоційний контент, особливо той, що викликає страх або гнів, має більший потенціал для поширення й формування колективних установок. Булгаков Д., Вакуленко А., Грабер Д., Дануей Дж., Присяжнюк Т., Рамос В., Хілбінк Л., Шлемкевич Т. наголошують, що соціальний доказ, заснований на впливі думки інших людей, також посилює сприйняття та прийняття певних політичних поглядів.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Невирішеною залишається проблема визначення довгострокового впливу медіа на політичну свідомість та поведінку громадян. Недостатньо досліджено, як різні групи населення, зокрема молодь й дорослі люди, реагують на маніпуляції медіа в різних політичних контекстах. Також залишається відкритим питання етичності використання таких механізмів впливу в демократичних суспільствах.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз механізмів маніпуляції громадською думкою через медіа та їх впливу на формування політичної свідомості громадян. Завдання: проаналізувати механізми впливу медіа на політичну свідомість, зокрема ефекти праймінгу, фреймінгу, емоційного впливу та соціального доказу; встановити, як ці механізми впливають на формування політичної свідомості громадян.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному світі основною формою управління держави виступає демократія. Саме гласність є її гарантом. Забезпечити цю гласність покликані засоби масової інформації, але це можливо тільки за наявності в державі незалежних і вільних мас-медіа [6, с. 770]. Вони виступають нарівні з державними органами, парламентом, судами як складові системи демократії. Звідси визначення засоби масової інформації як «четвертої влади» [2, с. 109].

Для нас важливий не тільки беззаперечний факт великих можливостей мас-медіа щодо громадської думки, але й специфіка влади, якою володіють засоби масової інформації, – своєрідність у «невидимості». У мас-медіа відсутні підвладні виконавчі органи, які могли б зобов'язати, примусити, притягнути до відповідальності. Проте вони володіють не менш потужною зброєю – інформацією, втіленою у звук, зображення, яке несе в собі не лише повідомлення, але й оцінку, судження, схвалення або неприйняття події, поведінки певних осіб, громадських організацій, політичних партій й діячів, уряду. Тому це дає засобам масової

інформації невід'ємне право виступати як елемент політичної комунікації.

Варто зауважити, що у сучасному суспільстві дедалі більша роль відводиться інформації, вона виявляється більш значущою, ніж влада та гроші. Мас-медіа – безпосередній носій й розповсюджувач інформації, в тому числі й на політичній арені. Вони виступають майданчиком для публічної передачі відомостей усім громадянам держави [7, с. 132]. Дослідники по-різному оцінюють роль й можливості взаємовпливу «мас-медіа та політики». Згідно з однією з думок, а саме Л. Хілбінка та В. Рамоса у майбутньому нас чекає епоха медіакратії – влади засобів самової інформації: «Реципієнт буде не просто отримувати важливу інформацію, а буде інформуватися за розсудом й встановленими мас-медіа правилами» [8, с. 249]. Інші дослідники, наприклад, С. Барнард, бачать у впливі мас-медіа позитивні тенденції. На його думку, мас-медіа слугують інструментом для створення освіченої цивілізації, вирішення існуючих суперечностей. Він також зазначає подвійний характер мас-медіа [9, с. 85]. З одного боку, маючи такі обширні можливості впливу на аудиторію, мас-медіа здатні створювати політику в її «ідеальному розумінні». З іншого боку, засоби масової інформації потребують фінансів, джерелом яких виступають й приватні особи, й держава, звідси виникає певна залежність. Такий підхід дозволяє оцінити ситуацію в сучасній Україні: мас-медіа мають великі можливості, проте діють під контролем держави й опозиції, які є безпосереднім регулятором інформаційного курсу.

Саме тому, мас-медіа відіграють ключову роль у формуванні політичної свідомості суспільства, використовуючи складні та багатоглибинні стратегії впливу на громадську думку. Завдяки агентурізації, фрагментації інформації, когнітивній інфільтрації та іншим технологіям, медіа здатні не лише транслювати певні політичні ідеї, а й активно модифікувати суспільні наративи, створюючи нові соціальні реалії [10, с. 37]. В сучасному світі, де інформація стає основним ресурсом влади, розуміння механізмів медіавпливу стає критичним для аналізу та прогнозування політичних процесів. Психологія мас-медіа відіграє ключову роль у формуванні політичної свідомості та впливі на громадську думку. Це відбувається через низку механізмів, які можуть бути як інформативними, так і маніпулятивними. Відповідно, науковці, дослідники та політичні аналітики сформуvalи ряд принципів та механізмів впливу мас-медіа на політичну свідомість:

– Framing – це процес, за допомогою якого медіа подають інформацію в певному спектрі, що впливає на сприйняття подій аудиторією. Залежно від того, як подана інформація, змінюється акцент на аспектах, формуються емоційні реакції та позиції щодо подій;

– Agenda-Setting Theory відображає, як медіа мають силу визначати, які теми є важливими для суспільства, акцентуючи на них увагу, тому громадська думка формується на основі того, що мас-медіа висвітлюють певні питання більш активно, ніж інші. Якщо конкретна тема постійно з'являється в новинах, вона сприймається як важлива, вагома, потрібна, навіть якщо в реальності її значущість може бути не такою великою;

– Spiral of Silence, – механізм стосується схильності людей змовчувати або не висловлювати свої погляди, якщо вони вважають, що їхня думка є не вартою уваги. В даному випадку, медіа, акцентуючи увагу на певних позиціях або ідеологіях, створюють ілюзію, що більшість підтримує ці ідеї, навіть якщо це не відповідає дійсності;

– The Overton Window Principle, розкриває аспекти частого повторення певних меседжів, навіть неправдивих або маніпулятивних, що впливає на прийняття аудиторією цих меседжів як правди. Це пов'язано з психологічним феноменом, – коли інформація, що постійно повторюється, стає більш звичною і тому менш критично оцінюваною;

– Social Media and the “Filter Bubble” Effect, тобто в еру соціальних медіа люди часто опиняються в інформаційних “Filter Bubble”, де їм надається лише та інформація, яка відповідає їхнім упередженням. Варто відзначити, що в такому випадку, алгоритми соціальних платформ підсилюють цей ефект, надаючи користувачам контент, який підтверджує попередні переконання, що призводить до радикалізації політичних поглядів;

– Інформаційні війни та пропаганда, – пропагандистські кампанії спрямовані на нав'язування певної ідеології через постійний потік спрямованої інформації, тобто використовуються фальшиві новини, спотворення фактів або одностороннє трактування подій [9, с. 154–173; 11, с. 305–321].

Знову ж таки, мас-медіа мають різні можливості та силу впливу на аудиторію. Велику роль відіграє спосіб їх сприйняття. Найбільший масовий вплив мають: Інтернет, телебачення та радіо – аудіовізуальні засоби масової інформації. Засоби масової інформації не лише транслюють соціальні інтереси, підтримувані державною політикою, але й несуть критику влади. Держава (її виконавчі та законодавчі органи), своєю чергою може ставати предметом журналістського розслідування. Все це надає пресі практично необмежені можливості політичного впливу. Відповідно, в розробленій нами таблиці запропоновані стратегії використання мас-медіа для формування політичної свідомості (таблиця 1).

Маніпуляції у демократичних процесах можуть мати серйозні наслідки для політичної поведінки різних груп населення, спричиняючи зниження довіри до демократичних інституцій й посилення

політичного цинізму [12, с. 265]. Як зазначає дослідниця І. Чорна: «Інформаційні маніпуляції та спотворення реальності здатні підірвати основи демократичних процесів, викликаючи поляризацію суспільства та зміцнюючи екстремістські позиції» [13, с. 160]. На нашу думку, це зменшує здатність громадян до конструктивного діалогу та пошуку компромісів.

Крім того, маніпуляції посилюють політичну апатію серед населення, особливо серед тих, хто відчуває себе відстороненим від політичного процесу. Згідно з дослідженням О. Фещук: «Часті маніпуляції викликають відчуття безсилля серед громадян, що зменшує їх бажання брати участь у виборах та прийнятті політичних рішень» [14, с. 47]. Ми вважаємо, що це призводить до зменшення явки на виборах та посилення впливу радикальних і менш демократичних сил.

Однак, маніпуляції також можуть сприяти мобілізації певних груп населення, особливо тих, хто відчуває загрозу своїм інтересам або ідентичності. Як зазначає Т. Шлемкевич: «Маніпулятивні стратегії часто використовуються для створення ворогів та загроз, що ефективно мобілізує електорат навколо певних політичних сил» [15, с. 44]. На наш погляд, такий підхід призведе до зростання популізму та радикалізації політичного дискурсу, що ускладнює стабільність демократичних процесів.

Іноді, щоб довести факт маніпуляції, достатньо просто перевірити достовірність викладених у медіаповідомленні фактів. Для цього можна уточнити щось у довіднику або інших інформаційних ресурсах, не пов'язаних безпосередньо з політикою [16, с. 39]. На Заході самі редакції багатьох засобів масової інформації, не бажаючи бути викритими на фактичних помилках чи неточностях, створюють відповідні відділи, які займаються попередньою перевіркою дат, цифр, цитат, що містяться в інформаційних матеріалах. Така робота навіть отримала відповідну назву – fact-checking [9, с. 196]. В Україні ж подібна практика тільки починає впроваджуватися. Хотілося б, щоб не лише журналісти, політики, громадські діячі, але й самі люди, які отримують від них інформацію, час від часу також знаходили можливість перевіряти та уточнювати окремі деталі й факти. У певному сенсі це є однією з умов медійної грамотності.

Висновки. У сучасній науковій літературі методам маніпулятивного впливу на свідомість аудиторії приділяється значна увага. Окрім прийомів, що становлять давно класичну «абетку пропаганди», вітчизняні науковці активно аналізують велику кількість інших механізмів, за допомогою яких мас-медіа впливають на формування у людей уявлень про події у світі політики, досліджують специфіку політичної функціональності засобів

Таблиця 1

Стратегії використання мас-медіа для формування політичної свідомості

Стратегія	Характеристика	Механізми впливу	Цільовий ефект
Агентуризація	Введення в медіапростір контрольованих агентів впливу для формування дискурсу.	Використання експертів та авторитетних осіб, що просувають певні ідеї.	Створення легітимності та довіри до певної політичної платформи.
Фрагментація інформації	Поділ інформації на дрібні фрагменти з метою контролю над інтерпретацією.	Маніпуляція контекстом новин та вибіркоче інформування.	Зміна громадської думки через перерозподіл акцентів у новинах.
Когнітивна інфільтрація	Впровадження нових концептів у свідомість аудиторії через повторюваність.	Постійне повторення певних тез в медіапросторі.	Формування нового світогляду чи політичної ідеології.
Гетеродоксальна інтеграція	Поєднання суперечливих ідей для створення нових політичних концептів.	Змішування конкуруючих ідеологій для створення синтезованих меседжів.	Створення нових, більш прийнятних для аудиторії політичних позицій.
Інформаційна деформація	Спотворення фактів або їх перекручення з метою досягнення політичних цілей.	Використання неправдивої або викривленої інформації.	Дезорієнтація та створення хибної картини реальності в аудиторії.
Поляризаційна акселерація	Штучне посилення ідеологічних протистоянь для радикалізації груп.	Провокація конфліктних ситуацій через медіаканали.	Радикалізація суспільних настроїв і поляризація громадської думки.
Деконструкція наративів	Аналіз та розбирання панівних наративів з метою їх спростування.	Використання критичної журналістики для демонтажу офіційних версій.	Розвіяння стереотипів і зниження довіри до владних структур.
Семиотичний інжиниринг	Створення нових знаків та символів для просування певних ідей.	Введення нових символів та метафор у політичний дискурс.	Формування нових асоціацій та зміна існуючих цінностей через нову символіку.
Гіперреальність	Відтворення медіакартинки, яка заміщує реальність в свідомості аудиторії.	Створення настільки інтенсивного медіапродукту, що він сприймається як реальний.	Підміна реального досвіду штучно створеним через мас-медіа сприйняттям.
Соціальна реконфігурація	Зміна соціальних взаємодій через вплив на медіа.	Використання соціальних мереж для впровадження нових моделей комунікації.	Переформатування соціальних взаємодій відповідно до нових політичних парадигм.

Джерело: систематизовано автором на основі [2; 9; 11].

масової комунікації та вивчають їх роль у веденні інформаційних війн між державами. Водночас значно рідше з'являються роботи про те, як людина може ефективно обробляти потоки політичної інформації, що надходять до неї, та протистояти використовуваним журналістами маніпуляціям. Переважно такі дослідження ведуться в рамках медіаосвіти та медіапедагогіки й так чи інакше концентруються навколо понять «медійна грамотність», «інформаційна грамотність/культура» та «медіакомпетентність».

Під медійною грамотністю в межах політичного простору, сьогодні розуміється вміння людини знаходити в матеріалах мас-медіа відповідну для неї інформацію, критично її осмислювати та перевіряти достовірність, а також – за наявності відповідної необхідності – самостійно створювати елементарні медійні повідомлення. У контексті цього дослідження вважається, що саме критичне осмислення

та перевірка достовірності фактів про політичну ситуацію, представлену журналістами, є тими компонентами суспільної свідомості, який дозволяє індивіду протидіяти медіаманіпуляціям. Для зручності сприйняття весь комплекс існуючих з цього приводу рекомендацій пропонуємо умовно розділити на дві групи – загальні принципи та інструментальні техніки. На нашу думку, перші стосуються правил, пов'язаних із сприйняттям політичних медіатекстів загалом, другі – це набір конкретних рекомендацій щодо того, як можна захистити себе від окремих маніпуляцій з боку журналістів.

Тому, вплив психології мас-медіа на формування політичної свідомості є надзвичайно значущим, оскільки засоби масової інформації відіграють ключову роль у створенні суспільного наративу. Механізми маніпуляції громадською думкою, такі як фреймінг, селективна подача інформації, емоційний тиск й повторення меседжів, здатні фор-

мувати та спотворювати сприйняття політичних реалій. Використовуючи психологічні особливості аудиторії, мас-медіа впливають на когнітивні процеси, викликаючи певні емоційні реакції та підштовхуючи людей до прийняття конкретних рішень або формування стереотипів.

Перспективи подальших досліджень у цій галузі полягають у вивченні нових цифрових плат-

форм, які змінюють спосіб сприйняття інформації, а також у дослідженні впливу алгоритмів соціальних мереж на політичну свідомість. Окрім того, необхідно приділяти увагу глибинним маніпуляціям, що застосовуються через візуальні образи, мову та емоційні тригери, з урахуванням розвитку нейротехнологій штучного інтелекту в процесах поширення інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ozhohan A., Derevianko S., Karchevska O., Pavlova L., Pashyna N. Language as a political manipulation tool. *Amazonia Investiga*. 2023. № 12(64). P. 237–248.
2. Iyengar S. *Media Politics*. W. W. Norton & Company. 2022. 416 p.
3. Зайко Л. Я. Мас-медіа як чинник формування суспільної свідомості. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2016. № 14. С. 36–39.
4. Була С. П., Свідерська О. І. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. *Політикус*. Одеса. 2020. № 4. С. 21–25.
5. Присяжнюк Т. Нові медіа в інформаційно-комунікативному просторі України. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. № 17. С. 178–186.
6. Likarchuk N., Velychko, Z., Andrieieva O., Lenda R., & Vusyk H. Manipulation as an element of the political process in social networks. *Cuestiones Políticas*. 2023. № 41(76). P. 769–779.
7. Булгаков Д. О. Маніпуляції у мас-медіа як інструмент політичної боротьби. *Політичне життя*. 2024. № 2. С. 131–136.
8. Hilbink L., Ramos V. Citizen awakening? Exploring legal consciousness in a context of mass political mobilization. *Law & Society Review*. 2024. № 58.2. P. 243–269.
9. Barnard S. *Hacking Hybrid Media: Power and Practice in an Age of Manipulation*. Oxford University Press. 2024. 212 p.
10. Матвієнків С., Кирничний С. Мас-медіа України в контексті політичних трансформацій суспільства. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. № 1.16. С. 34–41.
11. Dunaway J., Graber D. *Mass media and American politics*. Cq Press, 2022. 728 p.
12. Жидун С. Мас-медіа як чинник формування суспільної свідомості. *Матеріали VII Міжнародної студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання»*. 2024. С. 264–266.
13. Чорна І. Трансформація масової політичної свідомості в умовах модернізації політичної системи України. *Вісник Національного університету оборони України*. 2021. № 60(2). С. 157–163.
14. Фещук О. Реклама як засіб політичної маніпуляції. *Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері*. 2024. С. 46–49.
15. Шлемкевич Т. Політичні комунікації в українському інформаційному просторі. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024). № 1.16. С. 42–47.
16. Вакуленко А. Є. Політичне маніпулювання в умовах інформаційного суспільства: український контекст. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2024. № 2.27. С. 26–41.