

УДК 32.019.5:316.647.8:004.738.5

DOI [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-3\(79\)-5](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-3(79)-5)

Юрій КИРИЧЕНКО

доктор юридичних наук, професор, завідувач кафедри політології та загальноправових дисциплін,
Національний університет «Запорізька політехніка»

ORCID: 0000-0002-1212-1622

Тетяна СЕРГІЄНКО

кандидат політичних наук, доцент, доцент кафедри бізнесу та управління,
Національний університет «Запорізька політехніка»

ORCID: 0000-0002-4654-9248

Олександр КУРТА

аспірант спеціальності 052 «Політологія» кафедри політології та загальноправових дисциплін,
Національний університет «Запорізька політехніка»

ORCID: 0009-0003-4747-3323

СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В УМОВАХ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ ТА РОЛЬ МЕДІА У ФОРМУВАННІ ЦІННІСНИХ ОРІЄНТАЦІЙ СУСПІЛЬСТВА

У статті проведено аналіз сучасних підходів до дослідження політичної комунікації та ролі медіа у формуванні ціннісних орієнтацій суспільства. Розглянуто зміст основних категорій, зокрема «ціннісні орієнтації», «політична культура», «політична соціалізація», «медіа-маніпуляція», «інформаційна політика», «цифрові платформи», «громадська думка», «політична ідеологія», «медіа-вплив». Обґрунтовано, що політична комунікація в умовах російсько-української війни набуває стратегічного значення, оскільки медіа та цифрові платформи стають ключовими інструментами формування політичної свідомості та поведінкових моделей громадян. Окреслено соціокультурні чинники, які впливають на сприйняття політичної інформації, ідеологій та меседжів. Також підкреслено необхідність подальшого вивчення впливу алгоритмічних рекомендацій та соціальних мереж на політичні уподобання та ідеологічні орієнтації суспільства.

Актуальність теми зумовлена необхідністю наукового осмислення впливу медіа-комунікації на політичну свідомість громадян в умовах гібридної війни та інформаційної конкуренції. У цьому контексті особливої уваги потребує вивчення взаємодії між традиційними й цифровими медіа, а також дослідження алгоритмічних рекомендацій і ролі соціальних мереж у трансляції політичних цінностей. Метою статті є оцінка впливу медіа та цифрових платформ на формування політичної свідомості громадян та визначення ціннісних, соціокультурних і комунікативних чинників сприйняття політичного контенту. Завданнями дослідження виступають аналіз категоріального апарату політичної комунікації, виявлення особливостей медіа-впливу в умовах війни та окреслення напрямів подальших наукових розвідок у цій сфері. Об'єктом дослідження є процес політичної комунікації у сучасному суспільстві, предметом – механізми впливу медіа та цифрових платформ на формування політичних цінностей і свідомості громадян. Методологічну основу становить поєднання соціологічних, політологічних та комунікативних методів, а також інструментів цифрової аналітики, медіамоніторингу та контент-аналізу, що забезпечує комплексне дослідження феномену медіа-впливу у політичній сфері.

Ключові слова: політична комунікація, ціннісні орієнтації, політична культура, політична соціалізація, медіа-маніпуляція, цифрові платформи, політична ідеологія, інформаційна політика, цифрове суспільство, соціокультурні чинники.

Yuriy Kyrychenko, Tetiana Sergiienko, Olexandr Kurta. CONTEMPORARY MECHANISMS OF POLITICAL COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR AND THE ROLE OF MEDIA IN SHAPING SOCIETAL VALUE ORIENTATIONS

The article presents an analysis of modern approaches to the study of political communication and the role of the media in shaping society's value orientations. The content of key categories is examined, including «value orientations», «political culture», «political socialization», «media manipulation», «information policy», «digital platforms», «public opinion», «political ideology» and «media influence». It is substantiated that political communication in the context of the Russian-Ukrainian war acquires strategic significance, as media and digital platforms become key instruments in shaping citizens' political consciousness and behavioural models. Socio-cultural factors influencing the perception of political information, ideologies, and messages are outlined. The need for further study of the impact of algorithmic recommendations and social networks on political preferences and ideological orientations of society is also emphasized.

The relevance of the topic is determined by the necessity of scientific understanding of media communication's influence on citizens' political consciousness in the context of hybrid warfare and information competition. In this

© Кириченко Ю., Сергієнко Т., Курта О., 2025

Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

regard, particular attention should be paid to exploring the interaction between traditional and digital media, as well as the role of algorithmic recommendations and social networks in the transmission of political values. The aim of the article is to assess the influence of media and digital platforms on the formation of political consciousness and to identify the value-based, sociocultural, and communicative factors that determine the perception of political content. The objectives of the study include analysing the conceptual framework of political communication, identifying the specific features of media influence in wartime conditions, and outlining directions for further scholarly research in this field. The object of the study is the process of political communication in modern society, while the subject is the mechanisms of media and digital platforms' influence on the formation of citizens' political values and consciousness. The methodological basis combines sociological, political, and communicative methods, as well as digital analytics, media monitoring, and content analysis tools, which together ensure a comprehensive examination of the phenomenon of media influence in the political sphere.

Key words: political communication, value orientations, political culture, political socialization, media manipulation, digital platforms, political ideology, information policy, digital society, sociocultural factors.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Політична комунікація є однією з ключових складових сучасного політичного життя, оскільки через неї громадяни отримують інформацію про політичні процеси, реалізують свої ціннісні орієнтації та формують громадську думку. У сучасному світі ефективність політичної комунікації все більше залежить не лише від офіційних каналів інформації та політичних інститутів, але й від соціокультурних чинників, рівня політичної культури та впливу медіа, зокрема цифрових платформ. Зростання ролі мас-медіа та соціальних мереж, поширення алгоритмічних рекомендацій, глобалізація інформаційного простору та зміни у способах споживання політичної інформації суттєво впливають на формування ціннісних орієнтацій і політичних уподобань громадян. Особливо актуально це в умовах цифровізації суспільства, поляризації політичних поглядів, медіа-маніпуляцій та кризи довіри до традиційних політичних інститутів. Актуальність дослідження також зумовлена необхідністю аналізу взаємодії соціокультурних, комунікативних і технологічних чинників, що визначають сприйняття політичних меседжів та трансляцію цінностей. Врахування цих взаємозв'язків дозволяє глибше зрозуміти сучасні виклики політичної комунікації та розробити ефективні підходи до формування критичної медіа-грамотності і відповідальної громадянської позиції. Це має важливе значення для зміцнення демократичних процесів, підвищення політичної обізнаності громадян та розвитку громадянського суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, з яких започатковано розв'язання даної проблеми і на які спирається автор. Проблема сучасних інформаційних процесів та ролі медіа у формуванні політичної свідомості і ціннісних орієнтацій суспільства привертає увагу численних українських та зарубіжних науковців. Понятійно-категоріальний апарат, що охоплює терміни «інформація», «інформаційне суспільство» та «політична комунікація»,

розглядають І. Акименко [1], А. Русиняк [17], Л. Лукіна [11] та інші. Вони підкреслюють, що інформаційне суспільство є новою цивілізаційною парадигмою, де інформація виступає ключовим ресурсом, а медіа та цифрові платформи – головними інструментами впливу на громадську думку та політичну свідомість громадян [15]. Дослідження О. Батрименка та Д. Неліпи [2], а також Д. Швеця [18] висвітлюють трансформацію способів поширення політичної інформації в умовах цифровізації, підкреслюють роль соціальних мереж та фейкових новин як інструментів інформаційного впливу та медіа-маніпуляцій. Особливу увагу сучасні дослідники приділяють психологічним аспектам сприйняття політичної інформації [7; 3; 5] та соціокультурним чинникам, що визначають політичні уподобання громадян [4].

Важливим аспектом є аналіз державної інформаційної політики та її впливу на формування громадянської позиції. Ю. Ніколаєць [13] досліджує суспільно-мобілізаційний потенціал державної інформаційної політики в умовах воєнного вторгнення, а О. Ніцевич [14] акцентує на проблемах комунікації між органами державної влади та інститутами громадянського суспільства під час воєнного стану. Крім того, Т. Лушахіна [12] висвітлює комунікативну політику органів публічної влади в умовах війни, підкреслюючи роль медіа у формуванні політичної культури та громадянської активності. Ряд досліджень [4; 5; 6] демонструє, що медіа та цифрові платформи стають не лише каналами комунікації, а й засобами модернізації суспільства, формування ціннісних орієнтацій та громадянської позиції, а також інструментами протидії інформаційним загрозам у контексті гібридної війни [10; 2; 19]. Проте, незважаючи на широкий спектр досліджень, питання впливу сучасних медіа та цифрових платформ на політичну свідомість і ціннісні орієнтації громадян залишається актуальним. В умовах цифровізації, глобалізації та інформаційної трансформації суспільства особливого значення набуває дослідження взаємозв'язку між політичними інститутами,

медіа та громадянами для розробки ефективних механізмів політичної комунікації та підвищення медіа-грамотності.

Метою статті є оцінка впливу медіа та цифрових платформ на формування політичної свідомості громадян та визначення ціннісних, соціокультурних і комунікативних чинників сприйняття політичного контенту. **Завданнями дослідження** виступають аналіз категоріального апарату політичної комунікації, виявлення особливостей медіа-впливу в умовах війни та окреслення напрямів подальших наукових розвідок у цій сфері.

Об'єктом дослідження є процес політичної комунікації у сучасному суспільстві, **предметом** – механізми впливу медіа та цифрових платформ на формування політичних цінностей і свідомості громадян. **Методологічну основу** становить поєднання соціологічних, політологічних та комунікативних методів, а також інструментів цифрової аналітики, медіа-моніторингу та контент-аналізу, що забезпе-

чує комплексне дослідження феномену медіа-впливу у політичній сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. У дослідженні сучасних механізмів реалізації політичної комунікації важливим є визначення ключових категорій та понять, які впливають на формування ціннісних орієнтацій суспільства. До них належать такі терміни, як «ціннісні орієнтації», «політична культура», «політична соціалізація», «громадська думка», «політична ідеологія», «інформаційна політика», «цифрові платформи», «медіа-вплив» та «медіа-маніпуляція». Кожне з цих понять відіграє окрему роль у процесі взаємодії між суспільством та політичними інститутами, визначаючи характер сприйняття інформації, рівень політичної активності та здатність громадян до критичного мислення. З метою систематизації зазначених категорій та уточнення їхнього змісту в контексті політичної комунікації, у (табл. 1)

Таблиця 1

Основні категорії та поняття, що визначають механізми політичної комунікації та формування ціннісних орієнтацій суспільства

Термін	Визначення	Роль у формуванні ціннісних орієнтацій
Ціннісні орієнтації [3]	Система стійких переконань і норм, що визначають ставлення особи до політичних процесів.	Визначають політичну мотивацію та підтримку певних ідеологій.
Політична культура [19]	Рівень обізнаності, довіри та участі громадян у політичному житті.	Визначає готовність до громадянської активності та сприйняття політичної інформації.
Політична соціалізація [1]	Процес засвоєння політичних норм через медіа, освіту, сім'ю та соціум.	Формує політичну ідентичність та світогляд.
Медіа-маніпуляція [18]	Використання інформації для спотворення сприйняття реальності.	Може штучно змінювати ціннісні установки громадян.
Інформаційна політика [13]	Діяльність держави або інституцій щодо регулювання інформаційних потоків.	Визначає доступність і якість політичної інформації.
Цифрові платформи [15]	Соціальні мережі, месенджери, відеохостинги та інші онлайн-середовища для комунікації.	Дозволяють персоналізувати політичне повідомлення та посилюють вірусне поширення контенту.
Громадська думка [4]	Суспільні оцінки та судження щодо політичних явищ.	Є індикатором легітимності політичної влади.
Політична ідеологія [16]	Система ідей про розвиток суспільства.	Направляє вибір громадян і сприяє консолідації груп за інтересами.
Медіа-вплив [7]	Здатність медіа формувати поведінку та ставлення аудиторії.	Визначає суспільний порядок денний.
Дезінформація [9]	Навмисне поширення неправдивих відомостей для введення в оману.	Руйнує довіру до інституцій і створює хибні уявлення про реальність.
Фейк-ньюз [2]	Підроблені новини, що імітують журналістику.	Швидко впливають на масову свідомість, викликаючи емоційні реакції.
Фреймінг [5]	Спосіб подачі інформації, що визначає її інтерпретацію.	Спрямовує увагу на певний аспект події, формуючи ціннісну рамку.
Політичний дискурс [11]	Сукупність висловлювань, що використовуються в політичній взаємодії.	Формує політичну картину світу та нормалізує певні цінності.
Інфотейнмент [6]	Поєднання інформації та розваги у медіа-контенті.	Робить політичні теми більш доступними, але може спрощувати їх суть.
Ехо-камера [10]	Інформаційне середовище, у якому люди отримують лише підтвердження власних поглядів.	Закріплює поляризацію та радикалізує ціннісні орієнтації.

подано їхні визначення та пояснено їх значення для формування ціннісних орієнтацій громадян.

Ця таблиця дозволяє систематизувати основні категорії, які взаємодіють між собою та визначають механізми політичної комунікації, а також окреслює вплив кожної категорії на формування ціннісних орієнтацій громадян. Розгляд цих аспектів дає змогу краще зрозуміти, через які канали та інструменти здійснюється політичний вплив та як саме медіа перетворюються на ключовий чинник у конструюванні суспільних переконань.

Зокрема, політична культура визначає готовність громадян сприймати політичні меседжі та взаємодіяти з інституціями влади, а політична соціалізація забезпечує передачу політичних знань і норм через сім'ю, освіту та інформаційне середовище. Медіа-вплив і фреймінг визначають порядок денний суспільства, задаючи рамку інтерпретації політичних подій, тоді як медіа-маніпуляція та дезінформація можуть змінювати ціннісні орієнтири шляхом навмисного спотворення фактів. Цифрові платформи посилюють швидкість поширення політичних меседжів, створюючи нові моделі взаємодії між владою та громадянами, але водночас формують ехо-камери, що підсилюють інформаційну поляризацію.

Таким чином, розгляд цих категорій допомагає глибше зрозуміти, як різні форми інформаційного впливу визначають структуру суспільних цінностей та уявлень про політичну реальність [8, с. 5]. Особливу увагу в цьому контексті заслуговує інформаційна політика держави, яка встановлює правила поширення інформації та може як гарантувати свободу слова, так і створювати умови для цензури та контролю над медіапростором [17, с. 75].

Громадська думка при цьому виступає індикатором ефективності політичної комунікації, відображаючи рівень довіри до державних інституцій та готовність громадян підтримувати ті чи інші політичні рішення.

У контексті російсько-української війни механізми політичної комунікації зазнали кардинальних змін, а медіа перетворилися на ключовий інструмент формування не лише інформаційної поведінки громадян, а й їхніх ціннісних орієнтацій та ідентичності. Якщо до початку повномасштабного вторгнення медіа переважно виконували функції інформування та аналітичного супроводу суспільних процесів, то після 24 лютого 2022 року вони стали елементом національної безпеки, виконуючи роль мобілізаційного, консолідаційного та психологічно-стабілізуючого ресурсу. Саме через телевізійні марафони, офіційні телеграм-канали, цифрові платформи та соціальні мережі відбувався і відбувається процес швидкої політичної соціалізації в умовах війни, коли мільйони громадян переосмислюють своє ставлення до держави, армії, міжнародних партнерів і навіть до власної громадянської відповідальності. Зокрема, медіа стали ключовим інструментом формування інформаційної поведінки та ціннісних орієнтацій громадян (див. табл. 2).

Тож, зазначимо, що медіа стали тим середовищем, де сформувалися нові ієрархії цінностей: на перший план вийшли патріотизм, солідарність, взаємодопомога, суб'єктність та віра в перемогу, що суттєво змінило суспільну свідомість. Водночас паралельно точиться інтенсивна інформаційна війна з боку росії, яка використовує маніпуляцію, фейкові нарративи, перекичування історії та підміну понять з метою деморалізації українського суспіль-

Таблиця 2

Порівняння ролі медіа до та після початку повномасштабної війни

Функція медіа	До 24.02.2022	Після 24.02.2022	Вплив на громадську думку та ціннісні орієнтації
Інформаційна	Інформування про політичні та соціальні процеси	Швидке поширення важливих новин війни	Формування термінової обізнаності громадян про безпеку та оборону
Аналітична	Аналіз політичних подій та економічних процесів	Пояснення дій влади та міжнародних партнерів	Підвищення довіри до державних рішень, консолідація суспільства
Мобілізаційна	Обмежена, в основному виборчі кампанії	Активна мобілізація населення, підтримка армії та волонтерських ініціатив	Формування патріотизму та готовності до активних дій
Контрпропаганда	Рідкісні спроби спростувати дезінформацію	Систематична протидія російській пропаганді	Підвищення стійкості населення до фейків, підтримка національної ідентичності
Цифрові платформи	Поширення контенту без масштабної координації	Основний канал комунікації, включно з Telegram, соцмережами та онлайн-ініціативами	Прискорене формування громадської думки та цифровий патріотизм

ства і впливу на громадську думку міжнародної спільноти. У відповідь Україна розвинула систему стратегічних комунікацій, спрямовану на нейтралізацію ворожих меседжів, посилення стійкості населення та підтримку інформаційного фронту.

Особливого значення набули цифрові платформи, які стали не лише каналами обміну інформацією, а й простором горизонтальної взаємодії громадян, де народжуються ініціативи волонтерської підтримки, психологічної допомоги, контрпропаганди та міжнародної адвокації. Соціальні мережі виконують роль швидкого «референдуму» громадської думки, де політичні меседжі отримують миттєвий зворотний зв'язок, а емоційні реакції часто стають визначальним чинником прийняття політичних рішень владою. Отже, соціальні мережі та цифрові платформи стали простором активної взаємодії громадян, формуючи громадську думку (див. табл. 3).

Таким чином, російсько-українська війна радикально трансформувала роль медіа в політичній комунікації, перетворивши їх із пасивного ретранслятора інформації на активного агента з формування нової політичної культури та національної ідентичності [12, с. 473]. У цьому контексті надзвичайно важливим стає підвищення рівня медіа-грамотності, адже лише критично налаштований і добре поінформований громадянин здатен протистояти інформаційним атакам і зберігати ціннісну стабільність навіть у стані затяжної війни.

З аналітичної точки зору, сучасна система політичної комунікації в Україні функціонує у стані постійної напруги між відкритістю та безпекою. З одного боку, демократичний устрій передбачає плюралізм думок, свободу

слова та доступ до альтернативних джерел інформації. З іншого – війна вимагає контролю над стратегічно важливими потоками інформації, недопущення витоків військових даних та блокування ворожої пропаганди. Це створює парадокс медіареальності, в якому межа між «інформуванням» і «мобілізацією» поступово розмивається (див. рис. 1).

Запропонована модель демонструє взаємодію основних акторів політичної комунікації під час російсько-української війни. Державні інституції виступають ініціаторами інформаційних потоків, формуючи офіційні меседжі, координуючи медіаполітику та мобілізаційні кампанії. Медіа та цифрові платформи відіграють роль посередника – вони не лише транслюють контент, але й адаптують його під різні цільові аудиторії, одночасно виконуючи контрпропагандистську функцію. Громадяни виступають як кінцеві реципієнти, але водночас стають активними виробниками та ретрансляторами інформації, що сприяє формуванню горизонтальної комунікації та феномену «цифрового патріотизму».

Однак ефективність цього трикутника взаємодії не є гарантованою. Інтенсивність інформаційних потоків, особливо в умовах війни, створює ризик інформаційного перенасичення, коли громадяни втрачають здатність розрізняти стратегічно важливі повідомлення серед великої кількості вторинного контенту [14, с. 11]. У таких умовах зростає ймовірність емоційного вигорання та цифрового цинізму, коли навіть критично важливі політичні меседжі сприймаються байдуже або з недовірою. Отже, представлену модель слід розглядати не лише як механізм поширення інформації, а як динамічну систему, чутливу до психологічного

Таблиця 3

Канали політичної комунікації та їх вплив на громадську свідомість під час війни

Канал комунікації	Функція	Приклад впливу на суспільство	Ризики
Телемарафони та державні канали	Інформаційно-мобілізаційна	Швидке інформування населення, консолідація	Можливість цензури або однобічного висвітлення подій
Telegram-канали	Оперативне інформування	Поширення важливих оновлень, волонтерські ініціативи	Потенційна дезінформація та маніпуляції
Соціальні мережі (Facebook, Instagram, TikTok)	Взаємодія та мобілізація	Формування громадської думки, збір підтримки для армії та волонтерства	Ехо-камери, поляризація, таргетовані маніпуляції
Волонтерські та громадські платформи	Горизонтальна комунікація	Підтримка психологічна, логістична та інформаційна	Обмежений охопленням, ризик поширення неперевіреної інформації
Міжнародні медіа та партнерські ресурси	Зовнішній імідж та дипломатія	Формування позитивного іміджу України у світі, залучення допомоги	Можлива конкуренція за увагу, різна інтерпретація подій

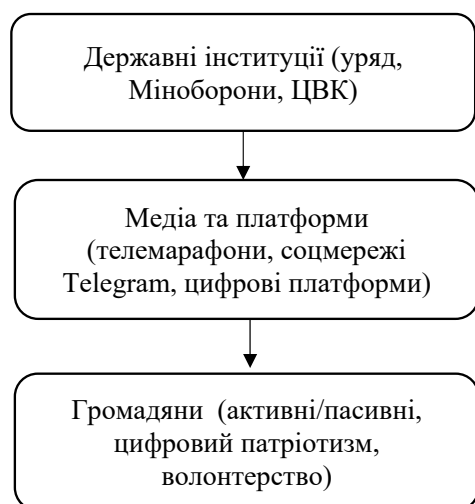


Рис. 1. Модель політичної комунікації в Україні під час російсько-української війни

стану суспільства та якості медіапосередництва.

З огляду на це, можна виокремити три ключові тенденції подальшого розвитку політичної комунікації в Україні:

- гібридизація медіапростору – поєднання офіційних джерел інформації з мережею волонтерських, громадських та незалежних каналів;

- перехід від вертикальної до горизонтальної комунікації, коли громадяни не лише споживають інформацію, але й стають її активними виробниками;

- формування «цифрового патріотизму», коли політична позиція проявляється через онлайн-дії – від донатів до участі в інформаційних кампаніях.

Отже, російсько-українська війна не просто змінила медіасистему – вона сформувала нову модель політичної комунікації, де інформація стала частиною обороноздатності, а громадська думка – компонентом національної безпеки. Надалі ефективність цієї моделі залежатиме від балансу між свободою та захищеністю інформаційного простору, а також від

рівня відповідальності як державних інституцій, так і самих громадян.

Висновки та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Аналіз сучасних механізмів реалізації політичної комунікації в Україні показав, що медіа та цифрові платформи відіграють ключову роль у формуванні ціннісних орієнтацій громадян. Політична культура та політична соціалізація визначають готовність населення сприймати політичні меседжі, тоді як медіа-вплив, медіа-маніпуляція та стратегічна інформаційна політика стають інструментами конструювання суспільної свідомості та формування громадської думки. У контексті російсько-української війни роль медіа радикально посилилася: вони виконують функції мобілізації, консолідації та психологічної стабілізації населення, протидіють ворожій пропаганді та сприяють формуванню «цифрового патріотизму». Цифрові платформи та соціальні мережі забезпечують горизонтальну комунікацію громадян, активізують волонтерські та громадські ініціативи і стають середовищем оперативного обміну інформацією та поширення ціннісних орієнтацій, таких як патріотизм, солідарність та національна ідентичність. Водночас надмірна інформаційна насиченість та емоційна втома громадян створюють ризики цифрового цинізму та сприйнятливості до маніпуляцій. Ефективність сучасної політичної комунікації залежить від поєднання достовірності контенту, його психологічного тону та адаптації до потреб і стану аудиторії.

Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні впливу медіа та цифрових платформ на формування ціннісних орієнтацій у кризових умовах, розробці методик підвищення медіаграмотності населення, а також у аналізі механізмів протидії інформаційній війні та дезінформації. Такий комплексний підхід сприятиме глибшому розумінню політичної комунікації та розвитку стабільної, свідомої громадянської спільноти в умовах сучасних соціально-політичних викликів.

Література:

1. Акименко І. М. Політична соціалізація людини в сучасному середовищі. *Актуальні проблеми психології*, 2019. Том 7. Випуск 47. С. 9–18. URL: <http://appspsychology.org.ua/data/jrn/v7/i47/3.pdf>.
2. Батрименко О., Неліпа Д. Фейк-нюз у соціальних мережах як маніпулятивний засіб інформаційної війни. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*, 2022. Випуск 44. С. 86–91. URL: http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/45_2022/10.pdf.
3. Бійчук Г. Л. Формування ціннісних орієнтацій особистості (психолого-педагогічний аспект). URL: <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/719773/1/.pdf>.
4. Боброва Л. Г. Громадська думка як суспільний феномен. *Вісник післядипломної освіти. Серія «Соціальні та поведінкові науки»*, 2022. Вип. 21(50). С. 43–56. URL: http://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/visnyk_PO/21_50_2022/social/Bulletin_21_50_Social_and_behavioral_sciences_Bobrova.pdf.

5. Бойко І. І. Фреймінг у процесі проблематизації складних соціальних обставин (на прикладі проблеми бідності в Україні). *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*, 2019. № 1045. С. 158–163. URL: <https://periodicals.karazin.ua/ssms/article/view/13887>.
6. Бурдіна Е. О. Інфотейнмент і шоуїзація: порівняння функцій, ознак і прийомів. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Соціальні комунікації»*, 2019. № 15. С. 4–8. URL: <https://periodicals.karazin.ua/sc/article/view/15101>.
7. Вплив медіа на суспільство – психологічний аналіз і наслідки. URL: <https://fact-news.com.ua/vpliv-media-na-suspilstvo-psihologichnij-analiz-i-naslidki>.
8. Гончарук-Чолач Т. В. Засоби масової інформації у політичному житті суспільства: навч. посіб. Київ: Видавництво Ліра-К, 2020. 252 с.
9. Дезінформація та штучний інтелект: (не)видима загроза сучасності. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/dezinformatsiya-shtuchnyi-intelekt/>.
10. Комар О. Ефект ехокамери в персональній комунікації у російсько-українській війні. URL: https://www.researchgate.net/publication/375121214_EFEKT_EHOKAMERI_U_PERSONALNIJ_KOMUNIKACII_U_ROSIJSKO-UKRAINSKIJ_VIJNI
11. Лукіна Л. В. Політичний дискурс: сутність та особливості застосування. *Політичний дискурс: сутність та особливості застосування*, 2021. № 2. С. 75–80. URL: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-2.13>.
12. Лушахіна Т. Комунікативна політика органів публічної влади під час війни. *Публічне адміністрування і регіональний розвиток*, 2023. № 20. С. 471–491.
13. Ніколаєць Ю. Державна інформаційна політика України в умовах повномасштабного воєнного вторгнення Російської Федерації: суспільно-мобілізаційний потенціал і ефективність. *Political Studies*, 2024. № 1 (7). С. 42–67. URL: <https://doi.org/10.53317/2786-4774-2024-1-3>.
14. Ніцевич О. В. Проблеми комунікації між органами державної влади та інститутами громадянського суспільства в умовах воєнного стану. *Південноукраїнський правничий часопис*, 2024. № 2. С. 10–14. URL: <http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2024/2/4.pdf>
15. Новікова Н., Дьяченко О., Гончаренко О. Цифрові платформи як драйвер розвитку економіки. *Scientia fructuosa*, 2023. № 4. С. 47–66. [https://doi.org/10.31617/1.2023\(150\)04](https://doi.org/10.31617/1.2023(150)04).
16. Пехник А. В. Політична ідеологія: навч.-метод. посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти [Електронне видання] / уклад. А. В. Пехник, А. М. Прохоренко. Нац. ун-т «Одеська юридична академія». Одеса: Фенікс, 2023. 64 с. URL: <https://doi.org/10.32837/11300.25690>.
17. Русиняк А. Традиційні ЗМІ як актори процесу політичного конструювання суспільства. *Вісник Прикарпатського університету. Політологія*, 2020. Випуск 14. С. 74–84.
18. Швець Д. Суспільна важливість дослідження маніпулятивних технік медіа. Харків: ХНЕУ імені С. Кузнеця. URL: <https://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/27547/1/.pdf>.
19. Sergiienko T., Babarykina N. Features and trends of the development of the political culture of the Ukrainian society in the conditions of the hybrid warfare. *Humanities studies: збірник наукових праць* / Гол. ред. В. Г. Воронкова. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Випуск 7 (84). С. 58–64. URL: <http://humstudies.com.ua/issue/view/14152>.

Дата надходження статті: 30.09.2025

Дата прийняття статті: 20.10.2025

Опубліковано: 04.12.2025