

[https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/nedukha\\_ideoloigia.pdf](https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/07/nedukha_ideoloigia.pdf)  
(дата звернення: 09.03.2026).

6. Паніна Н. В. Молодь України: структура цінностей і соціальні орієнтації. *Український соціум*. 2013. № 4 (47). С. 51–60. URL: [https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2013/10/51-60\\_no-4\\_vol-47\\_2013\\_UKR.pdf](https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2013/10/51-60_no-4_vol-47_2013_UKR.pdf) (дата звернення: 09.03.2026).

7. Різник С. В. Консерватизм. *Енциклопедія Сучасної України* / редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.]; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2014, 2023. URL: <https://esu.com.ua/article-4553> (дата звернення: 05.03.2026).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-615-0-2>

## **ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРІ**

**Дресь Поліна Станіславівна**

*студентка II курсу соціології факультету психології,  
політології та соціології*

*Національний університет «Одеська юридична академія»  
м. Одеса, Україна*

У сучасному світі інформація стала одним із ключових ресурсів політики. Розвиток цифрових технологій і соціальних мереж значно прискорив процес поширення інформації, але водночас створив умови для активного поширення дезінформації та фейкових новин. Дезінформація використовується як інструмент маніпуляції громадською думкою, формування політичних наративів та дискредитації політичних опонентів.

Ризики дезінформації безпосередньо пов'язані із зростанням ролі масмедіа, кількості інформаційних потоків у сучасному світі.

Сьогодні основними каналами поширення дезінформації є соціальні мережі, онлайн-медіа та автоматизовані акаунти (боти). Алгоритми цифрових платформ часто сприяють швидкому поширенню емоційно зарядженого контенту, роблячи фейкові повідомлення віруснішими за перевірену інформацію.

У результаті це впливає на політичні настрої громадян, формує хибні уявлення про події та підриває довіру до державних інституцій. У сучасному інформаційному просторі, насиченому соціальними

мережами, дезінформація використовує алгоритми, які просувають сенсаційний контент незалежно від його правдивості, посилюючи суспільну поляризацію. Це робить її потужним інструментом для політичних акторів – від держав до груп впливу, – які формують потрібні наративи без юридичної відповідальності.

Солідаризуємось із наступною думкою: «Традиційні медіа, передусім – телебачення усе ще є привабливими з точки зору рекламодавців. Аудиторія комерційної реклами продовжує дивитись розважальні програми на ТБ, але водночас – шукає політичну інформацію у соціальних мережах. Саме тому пропагандистські кампанії у соціальних мережах вже неодноразово доводили свою ефективність. Цифрова дезінформація, яка використовує технології «впливу наноінфлюенсерів», «бджолиного рою», «шкарпеткових ляльок» (найпростіші з них називаються «бібабо»), спін-докторінгу тощо, стала новим пропагандистським стилем соціальних мереж» [4].

Зокрема, ключовими платформами є Facebook, Twitter/X та Telegram, де боти, фейкові акаунти створюють ілюзію масової підтримки фальшивих ідей. В українському інформаційному просторі усе ще небезпечними є технології дезінформації з боку країни-агресора як частина російсько-української війни: фейки про «біолабораторії» на території України, маніпуляції втратами ЗСУ та дискредитація влади (зокрема, щодо термінів президентських повноважень та легітимності ВР України).

Одним із прикладів використання дезінформації стали виборчі кампанії. Зокрема, під час президентських виборів в США у 2024 році штаби основних кандидатів через соцмережі поширювали поляризуючий виборців контент і фейкові новини про опонентів. Дезінформація поляризує електорат, дискредитує опонентів і маніпулює думкою з ключових питань, як-от клімат чи міграція. Вона руйнує довіру до інститутів, делегітимізує вибори і провокує хаос, полегшуючи гібридні війни. Щодо протидії дезінформації, то слід наголосити на трьох складових: стійкість, прозорість, стримування. Погодимось: «Стійкість передбачає посилення суспільного імунітету до дезінформації. Це включає освіту з медіаграмотності, кампанії з підвищення обізнаності громадськості та інвестиції в незалежну журналістику. Прозорість вимагає притягнення платформ до відповідальності за алгоритмічне поширення неправдивого контенту та забезпечення дотримання надійних стандартів маркування контенту. Стимування передбачає покладення відповідальності на порушників шляхом санкцій, кіберконтрзаходів та дипломатичного осуду» [1].

У сучасних умовах США та європейські країни впроваджують медіаграмотність і регулювання реклами у соціальних мережах (наприклад, Honest Ads Act), мобілізуючи приватний сектор. Слід

безумовно погодитись із тим, що «Згідно з визначенням Комісії ЄС, дезінформація – це «неправдива інформація або інформація, що вводить в оману (і що можливо перевірити), яка створюється, подається і поширюється з метою отримання економічної вигоди або навмисного обману громадськості та може завдати шкоди суспільству». Якщо коротко – це матеріали, які є одночасно неправдивими і шкідливими, спрямованими на заподіяння шкоди цінностям, що охороняються» [2].

Особливого значення проблема набула в умовах сучасних регіональних та глобальних війн та конфліктів. Дезінформаційні кампанії можуть використовуватися як складова гібридної війни чи нового типу війн для впливу на внутрішню та міжнародну аудиторію.

Одним із головних інструментів боротьби з фейками є фактчекінг – перевірка достовірності інформації через надійні джерела. У світі активно працюють незалежні організації, що займаються фактчекінгом, зокрема Snopes, FactCheck.org, PolitiFact у США, Correctiv у Німеччині та StopFake в Україні... дезінформація поширюється швидше, ніж перевірка фактів, адже апелює до емоцій і страхів, а не до логіки. Таким чином, важливо не лише спростовувати фейки, а й запобігати їх розповсюдженню шляхом профілактики інформаційної вразливості» [3, с. 11].

Основні цілі політичної дезінформації є різноманітними та спрямовані на вплив на громадську думку. Насамперед вона підриває довіру до суспільних інституцій, поширюючи суперечливі або неправдиві повідомлення про вибори, засоби масової інформації та органи влади, що формує у громадян недовіру до офіційних джерел інформації. Крім того, дезінформація сприяє посиленню поляризації суспільства: для цього часто використовуються чутливі теми, такі як етнічність, міграція чи політичні ідеології, що загострює розбіжності між різними групами населення та може впливати на політичну активність виборців.

Також одним із завдань дезінформації є дискредитація політичних опонентів шляхом поширення теорій змови, неправдивих звинувачень або маніпулятивних тверджень, що підриває їхню репутацію та рівень громадської підтримки. Окрім цього, дезінформація використовується для формування певного бачення політичних процесів, кризових ситуацій або суспільно значущих подій, аби спрямувати громадську думку та вплинути на прийняття рішень громадянами.

Ці цілі досягаються через скоординовані кампанії, які поєднують фейкові новини, меми, часто з використанням AI для персоналізації контенту під конкретні аудиторії. Дезінформація не лише розділяє суспільство, а й легітимізує агресію, створюючи наративи про «громадянську війну», «нелегітимну владу» чи «нацистів».

### Література:

1. Alesse G. The Weaponization of Disinformation in Modern Geopolitics. *Atlas Institute for International Affairs*. URL: <https://atlasinstitute.org/the-weaponization-of-disinformation-in-modern-geopolitics/> (date of access: 05.03.2026).
2. Авдєєва Т. Дезінформація як інструмент іноземного втручання у виборчий процес: прояв правовійни. *Центр демократії та верховенства права*. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/internet-regulation/> (дата звернення: 05.03.2026).
3. Боденчук Б. Фейкові новини, маніпуляції та медіаграмотність: нові стратегії протидії в демократичних країнах. *Інновації та особливості функціонування ЗМІ в демократичному суспільстві*: Міжнар. науково-практ. конф. Львів, 2025. С. 10–13. URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/99055> (дата звернення: 06.03.2026).
4. Яковлев Д. В. Цифрова дезінформація: технології пропаганди соціальних мережах. *Трансформація українського суспільства в цифрову еру*: матеріали IV Всеукр. наук.-практич. конф. (м. Одеса, 21 берез. 2025 р. ). Одеса, 2025. С. 36–40. <https://hdl.handle.net/11300/29705>

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-615-0-3>

## СОЦІОЛОГІЧНІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ ГРУП ІНТЕРЕСІВ: ДИЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ПОЛІТИКИ

**Захарова Ніколєт Віталіївна**

*студентка I курсу магістратури*

*факультету психології, політології та соціології*

*Національного університету «Одеська юридична академія»*

*м. Одеса, Україна*

Серед соціологічних теорій у фокусі яких знаходиться процес формування та інституціоналізації груп інтересів слід відзначити соціальний конструктивізм (це традиція, фундатором якої є О. Конт) та соціологію повсякденності (П. Бергер, Т. Лукман, А. Шюц).

Представники соціального конструктивізму та соціології повсякденності по-різному вирішують дилему визначення суб'єктів політики, появи та розвитку груп інтересів. Для перших це процес, який штучно конструюється тими суб'єктами політики, які мають владу: від еліти