

УДК 323.2

DOI <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-18-29>

Тетяна Присяжнюк  
ORCID: 0009-0001-0686-7663

## НОВІ МЕДІА ЯК ОБ'ЄКТ І СУБ'ЄКТ ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ

*Проблематика ролі нових медіа в контексті стратегії політичного маніпулювання і впливу на громадськість на сьогодні набуває особливої актуальності в глобальному контексті. Метою дослідження є аналіз концептуальних підходів щодо позиціонування нових медіа як об'єкта і суб'єкта політичного маніпулювання. У статті вивчено потенціал маніпулювання в аспекті медіа, розглянуто його структуру як специфічного виду психологічного впливу. Розглянуто стратегії та формати успішного застосування медіа-технологій для просування певних політичних концепцій. Виділено характерні особливості компонентності й алгоритму маніпулятивного процесу, що дало змогу сформуувати загальну схему його реалізації. Доведено, що шляхом залучення комунікаційних механізмів нові медіа активно впливають на суспільно-політичний розвиток. Досліджено специфіку сучасних медіакампаній і медіапроектів, що володіють векторністю маніпулятивного політичного впливу. Ідентифіковано виклики й ризики, дотичні до нових медіа. Обґрунтовано необхідність інтеграції соціальних медіа в систему державного / публічного управління на принципах демократичності, відкритості та відповідальності. Доведено, що процес маніпулювання проходить під впливом різноманітних факторів, які визначають його спрямування, застосовувані методи та прийоми, а отже, його ефективність і результативність. Обґрунтовано важливість розвитку стратегій протидії онлайн-маніпуляціям: поширенню фейкових новин, хейт-спічу й іншим видам маніпуляцій. Наголошено на необхідності розробки комплексної стратегії використання медіаресурсів, яка враховувала б потенціал цих платформ для зміцнення демократичних процесів і підвищення залученості суспільства. Запропоновано рекомендації для суб'єктів політичної діяльності щодо розробки ефективних комунікаційних стратегій у медіа, які могли б гарантувати високу якість інформаційного обміну, максимального залучення аудиторії та водночас захисту основних прав і свобод громадян у демократичному суспільстві. Обґрунтовано важливість ролі медіаграмотності як засобу розвитку критичного мислення в населення та протидії дезінформації.*

**Ключові слова:** нові медіа, політичне маніпулювання, психологічний вплив, дезінформація, фейк, онлайн-маніпуляції, медіа-технології, політичні інститути та процеси.

**Вступ.** Феномен маніпулювання як специфічний вид психологічного впливу має характерні особливості компонентної структури маніпулятивного процесу. До структурних елементів належить сторона, котра ініціює та реалізовує маніпулювання (суб'єкт), і та, на яку спрямований вплив (об'єкт).

У контексті медіа суб'єктом політичного маніпулювання виступає певна політична сила, котра або особисто здійснює маніпулювання, або діє від особи, на замовлення якої відбувається останнє. У ролі об'єкту маніпулювання може виступати як окрема людина, так і спільнота, що потенційно позиціонується засобом реалізації інтересів суб'єкта маніпуляції. Зазвичай суб'єкт займає лідерську, елітну позицію в суспільстві, водночас, об'єктом є більшість цього суспільства, відсторонена від реальної участі в політичному житті, що не володіє достатньою компетенцією для критичної оцінки інформації, через що в частини громадян виробляється безсвідоме ставлення до суспільно-політичної реальності.

Нові медіа можуть позиціонуватись як суб'єктом, так і об'єктом політичних маніпуляцій, що активно використовується в сучасному світі. Це призвело до падіння рівня довіри до політиків і медіа в загальносвітовому масштабі. Ситуація вимагає регулювання та врівноваження ситуації щодо маніпулятивних дій політичного контексту в медіа.

Проблематика політичного маніпулювання за допомогою медіаресурсів входить у наукове коло інтересів сучасних учених. Вагомий внесок у формування концептуального підходу до системи моральної регуляції використання медіа в політичних цілях здійснено такими вченими, як О. Гриценко [1], С. Була [2], Д. Булгаков [3], О. Максимчук, С. Бондар [4], Д. Арабаджієв [5], Л. Ісмаїлзаде [6]. Особливий науковий інтерес при цьому становить питання соціальних медіа. Сучасними авторами – Р. Роджерс (R. Rogers), С. Нідерер (S. Niederer) [7], Г. Вітфілд (G. Whitfield) [8] – досліджено аспекти формування іміджу політика за посередництвом медіа, а окремі вчені – У. Рейсах (U. Reisch) [9], Е. Каллоті (E. Culloty), Ж. Сьютер (J. Suiter) [10] обґрунтовують методологію стимулювання інтеграції моральних аспектів діяльності медіа на базисі усталених суспільних норм моралі. Дослідниками Е. Етціоні-Галеві (E. Etzioni-Halevy) [11], Т. Єрліка (T. Yerlikaya), С. Аслан (S. Aslan) [12] аналізується зв'язок політичного лідерства та використання політичного маніпулювання через медіатехнології.

Аналітика результатів наукових пошуків сучасних дослідників свідчить, що проблема регулювання процесів політичного маніпулювання діяльності нових медіа є на сьогодні актуальною і пріоритетною. Разом із тим існує дефіцит досліджень специфіки використання медіа як об'єкта та суб'єкта політичного маніпулювання, що є необхідним з огляду на активну суспільну динаміку та зміщення акцентів політично-медійної прерогативи.

**Матеріали та методи.** Методологія дослідження передбачала використання низки загальнонаукових методів дослідження. Зокрема, аналітичний огляд наукових праць із проблематики використання медіа для просування певних політичних стратегій і концепцій у суспільстві, а також політичного маніпулювання. За допомогою аналізу та синтезу було визначено специфіку використання нових медіатехнологій як об'єкта та суб'єкта політичного маніпулювання. Критичний аналіз дав змогу ідентифікувати найпоширеніші ризики та виклики досліджуваного процесу, зокрема онлайн-маніпуляції в аспектах поширення фейкових новин, хейт-спічу тощо. Метод абстрагування – оцінити загальний вплив медіа на рівень обізнаності та залученості громадськості до політичної проблематики, формування прихильності чи відторгнення певних політичних концепцій. Також за допомогою загальних політологічних методів і прикладних методик вироблено рекомендації щодо ефективного використання сучасних інноваційних підходів, моделей і стратегій у медіапроектах для привернення уваги до проблематики з політичним підтекстом та здійснення відповідного впливу на їх досягнення.

**Результати.** Нові медіа трансформують традиційні підходи до комунікаційного процесу, надаючи йому небаченої швидкості, інтерактивності та доступності. Це зміщує владні акценти, адже суспільство отримує можливість активно впливати на динаміку політичних процесів. Водночас разом із новими можливостями розвиток медіа супроводжується низкою викликів, зокрема поширенням дезінформації, маніпуляцією громадською думкою, підвищенням рівня поляризації суспільства.

Як вважають Е. Каллоті та Ж. Сьютер, процес маніпулятивного політичного впливу може реалізовуватися безпосередньо маніпулятором або у форматі, коли він відіграє роль лише ініціатора й організатора складного маніпулятивного впливу, у якому використовує інших для безпосереднього досягнення своїх цілей. У другому випадку в процесі маніпулювання формуються додаткові структурні елементи, котрі слугують передавачем маніпулятивного впливу – «медіатори» (посередники) маніпулятивного впливу [10].

Загалом у процесі взаємодії компонентів системи політичного маніпулювання доцільно структурувати групи факторності, котра задає векторність процесу маніпулювання та межі потенційного впливу на об'єкт. Насамперед це технологічні фактори, що пов'язані із структурою та змістом маніпулятивних технологій. Друга група синергізує зовнішні чинники інформаційно-комунікаційних ситуацій, спроможні стимулювати чи знижувати ефективність маніпулятивного впливу (технічне забезпечення медіа, комфортність оточення, відволікаючі впливи

тощо). До третьої групи дослідники відносять внутрішньо-психологічні детермінанти рівня сприйняття людиною впливу маніпуляцій [5].

На думку дослідника Гриценка О. С., рівень конвергентності людини до політичного маніпулювання за допомогою нових медіа залежить, по-перше, від ситуативних чинників, зумовлених конкретною інформаційно-комунікаційною ситуацією (психічні стани, зумовлені перебуванням у натовпі, на мітингу, наявність впливу стресових факторів, екстремальні умови тощо). По-друге, схильність до впливу політичного маніпулювання залежить від позаситуативних факторів – стійких психологічних характеристик та індивідуальних особливостей індивідуума, які визначають можливість маніпуляції нею (критичне мислення, наявність, негативізм, недовіра тощо) [1].

Процес взаємодії суб'єкта й об'єкта маніпулювання передбачає можливість низки станів. Очевидно, що до діаметрально протилежних точок маніпулювання належать неманіпулятивне насильство і стан подолання маніпулювання. Окремі політичні ситуації, стани, режими (диктатура, тоталітаризм, деспотія, стан війни) можуть сприяти інтенсифікації вираження різних форм насильства (фізичного, морального, воєнного, політичного) у суспільстві, яке може реалізовуватися настільки відкрито, що потреби в маніпулюванні свідомістю просто не виникає [3]. У протилежному випадку суспільна свідомість настільки консолідується, накопичує потенціал розкриття маніпулятивних прийомів і критичного мислення, що стає цілком спроможною подолати маніпуляцію ззовні.

Між цими діаметрально протилежними точками виділяються декілька станів, які характеризуються певними кількісними вираженнями впливу суб'єкта на об'єкт маніпулювання:

- міра повної маніпулятивності – на масову свідомість чиниться максимально можливий вплив;
- міра часткової недовіри до суб'єкта маніпулювання – у суспільства на рівні підсвідомості формується відчуття певної згоди з тезами, що пропагуються, ефект самостійного їх усвідомлення, однак у цих ідеях відчувається щось хибне, некомфортне;
- міра повної недовіри до суб'єкта маніпулювання: суспільство усвідомлює сутність маніпуляції та істинні інтереси суб'єкта [2].

Як вважають Максимчук О. В. і Бондар С. С., нові медіа характеризуються певним співвідношенням основних форм і прийомів маніпулятивного процесу. У цьому контексті, зауважуючи на можливості інноваційних технологій і психологічних технік, політичне маніпулювання вбачається найбільш деморалізованою формою вияву влади. Оскільки диференціація між маніпулюванням та іншими формами політичного впливу детермінується мірою відкритості намірів суб'єкта, часто доволі непросто відрізнити маніпуляцію від сили та переконання. Зокрема, у дискусіях інтенції суб'єкта мають формат переконання, однак у процес останнього можуть інтегруватись елементи маніпуляції, що ускладнює розмежування цих понять [4]. Очевидно, що сам процес політичного маніпулювання проходить не у вакуумі. Навпаки, він піддається впливу низки факторів, які формують його векторність і методологію.

У процесі політичного маніпулювання за допомогою медіа створюється певний простір взаємодії. При цьому будь-які події, що відбуваються в межах даного простору, є кимось організовані, ініційовані та спрямовані, після чого піддаються відповідному контролінгу. У контексті політики зазначений простір взаємодії займає країну повністю і навіть може виходити поза її межі. Саме тут реалізовується цілеспрямований інформаційний і психологічний тиск, що є ознаками політичного маніпулювання. При цьому психологічний тиск знаходить вираження у здатності «підкорити» аудиторію, нав'язати свої переваги (позиційно-ділові, динамічні, офіційні чи силові), демонструвати впевненість в успіху. У цьому випадку уже традиційним прийомом стає використання цільових маніпулятивних технологій [9].

Дослідник Ламан Ісмаїлзаде вважає, що глобальна мережа як інтегроване комунікаційне середовище наразі надає унікальну варіативність способів досягнення просування політичних концептів у цільовій аудиторії через медіа, що слугують інструментом для розуміння, залучення, підтримки та впливу на поведінкові реакції суспільства й тенденції його мисленнєвого розвитку.

У цьому випадку медіа виступають у ролі суб'єкта маніпулювання, що володіє мистецтвом управління та передбачає систематичну діяльність із розповсюдження інформації. Загалом Інтернет характеризується механізмом, схожим на властиві дії натовпу, а тому правильно скерована швидко поширювана інформація може бути реалізована в межах медіакампаній із залученням потенціалу різноманітних психотехнологій, що формує сприятливі передумови для самостійного поширення повідомлення з політичним контекстом [6]. Ефективність комунікацій у цьому випадку вбачається в здатності відшукати спосіб залучення максимально підходящої цільової аудиторії.

На нинішньому рівні розвитку суспільства мережа дає змогу не лише зосереджувати векторність впливу на певну цільову аудиторію, виділяти у її межах підгрупи з метою формування більш персоналізованих медіазвернень, але й фіксувати та зауважувати індивідуальну специфіку кожного реципієнта. При цьому виділення цільової аудиторії вбачається особливо значущим функціоналом, адже надає можливість побудувати комунікацію у потрібному форматі, максимально ефективно і швидко досягаючи поставленої мети, зокрема, за допомогою політичного маніпулювання [7].

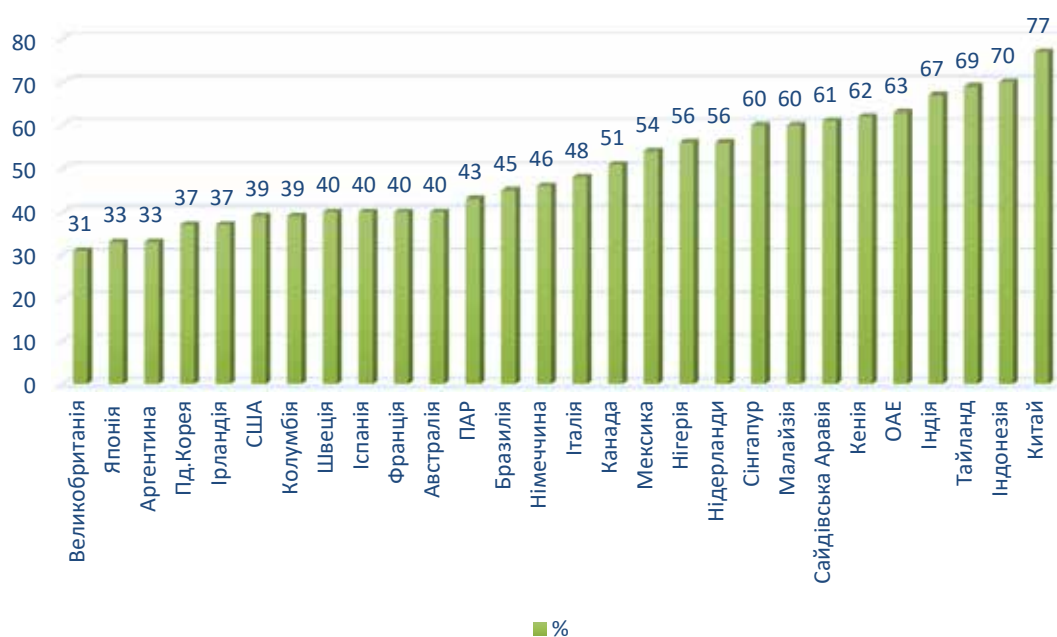
На думку дослідника Г. Вітфілда, нові медіатехнології безпосередньо дотичні до управління громадськістю та дають змогу миттєво розповсюджувати інформацію, котра вимагає оперативного й повноцінного контролю. Розвиваються напрями динаміки основних медіатехнологій, які швидко отримують популярність і стають новими платформами для політичного маніпулювання. До зазначених напрямів належать блоги, RSS-канали («стрічка»), пошукова оптимізація (SEO), підкасти, дискусійні форуми, доступні для розповсюдження цитат, статей, інтерв'ю [8]. Із метою збереження суспільного бачення максимально конвергентним щодо просування певних політичних принципів медіафахівці мають на постійній основі піддавати контролю кожен із зазначених елементів.

У реальному світі ефективність медіадіяльності в контексті політичного маніпулювання здебільшого залежить від медіапосередників (зокрема, журналістів, котрі вибирають, що й у якій формі подати), а також від позиції медіакратів, тобто власників медіа. Саме вони найбільш значущо впливають на характер комунікаційного процесу. Однією з ключових переваг використання сучасних медіатехнологій при цьому є те, що вони можуть охопити широку аудиторію, адже більшість із них мають значну популярність серед різних демографічних груп і володіють потенціалом для залучення максимальної аудиторії [11].

На сьогодні спостерігається зниження рівня довіри до медіа та політиків у глобальній спільноті. Статистика станом на 2024 рік, сформована Edelman, відображає загальне зниження рівня довіри до медіа через тенденцію використання ресурсів медіа в маніпулятивних цілях (рис. 1). Edelman Trust Barometer [13] класифікує низький (деструктивний) рівень довіри зі значенням 1–49 %, середній – 50–59 %, високий – 60 % та вище. Очевидно, що невисокий рівень довіри характерний передусім для розвинених демократичних країн. Водночас традиційно високий рівень довіри до медіа зберігається у країнах з авторитарною політикою та пріоритетом провладної позиції.

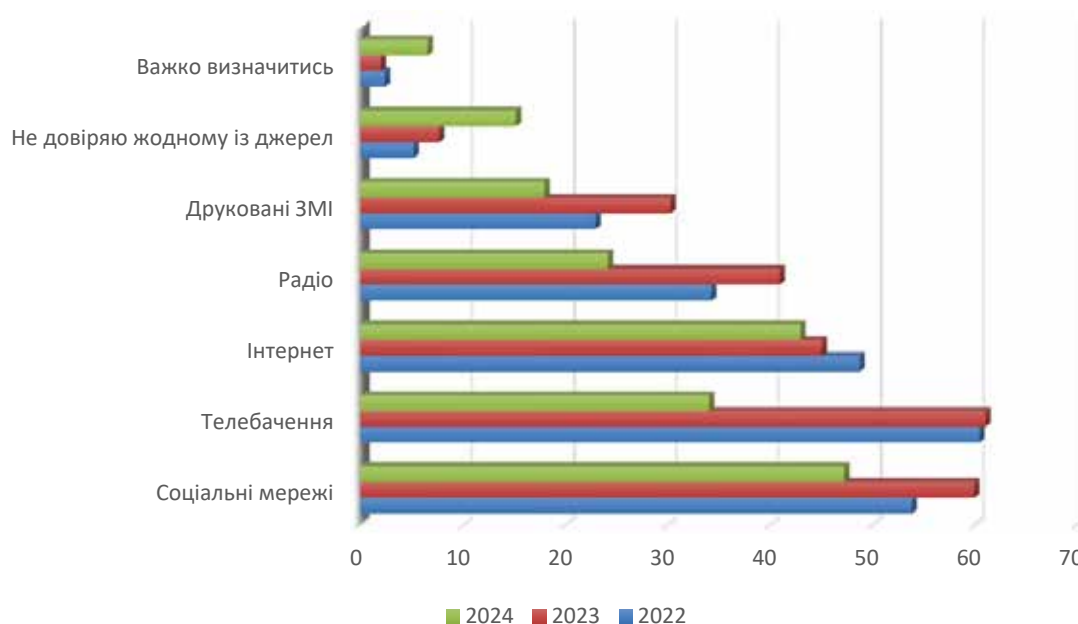
Тенденція, відображена на рис. 1, знаходить продовження в динаміці довіри громадян України до медіа, відображеній на рис. 2, що репрезентує результати соціологічного опитування «Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни» [14]. Як свідчать результати, зростає кількість респондентів, що не довіряють жодному джерелу інформації, а найбільше довіру громадян втратили телебачення й радіо. Новинам із соцмереж довіряє найбільше українців (47,3 %), але й до них довіра зменшилася.

Соцмережі, зокрема Instagram та YouTube, залишаються важливими ресурсами для інформаційного забезпечення українців. Навіть tiktok для отримання новин використовують 26,8 % українців [15]. Однак тут також генеруються оціночні судження, поширюються відверті маніпуляції та пропагандистський контент. Тож ідеться про медіа не лише як про суб'єкт



**Рис. 1. Рівень довіри громадськості до медіаресурсів, у % за 2024 р.**

Джерело – [13]



**Рис. 2. Динаміка рівня довіри українського суспільства до медіаресурсів, % за 2022–2024 рр.**

Джерело – [14]

політичного маніпулювання, а і як про об’єкт або ж інструмент маніпуляції [16]. Часто соцмережі страждають від падіння рейтингів саме через використання їх політичними маніпуляторами.

Очевидно, що стрімкий розвиток медіаресурсів вимагає формування належної концепції моніторингу та контролю, що дасть змогу ідентифікувати системні політичні маніпуляції та зберігати репутацію медіаресурсу на належному рівні [17]. Медіаіндустрія, якій важко довіряти, є лише одним з елементів більшого наративу глибокої поляризації. Водночас у період

післявоєнного відновлення медіа вимагатимуть переосмислення функціонала, що має набувати ознак компетентності, достовірності, нерекламаційного характеру й розвивати в соціумі єдність щодо принципів сталого суспільного розвитку.

**Висновки.** Залучення інноваційних комунікаційних механізмів дає змогу новим медіа активно впливати на суспільно-політичний розвиток. Специфіка сучасних медіакампаній і медіапроектів, що володіють векторністю маніпулятивного політичного впливу, вимагає розробки комплексної стратегії використання медіаресурсів, яка враховувала б потенціал цих платформ для зміцнення демократичних процесів та підвищення залученості суспільства.

Медіа можуть виступати як суб'єктом, так і об'єктом маніпулятивного політичного впливу. Особливої популярності набувають соціальні медіа, де процес маніпулювання проходить під впливом різноманітних факторів, які визначають його спрямування, застосовувані методи та прийоми, а отже, його ефективність і результативність.

Ефективні стратегії інтеграції соціальних медіа в систему державного / публічного управління вимагають підвищення її відкритості, демократичності та відповідальності, а також розвитку стратегій протидії онлайн-маніпуляціям: поширенню фейкових новин, хейт-спічу й іншим видам маніпуляцій. При цьому важлива роль відводиться медіаграмотності як засобу розвитку критичного мислення серед населення й боротьби з дезінформацією.

Предметом подальших наукових досліджень стане розроблення ефективних комунікаційних стратегій для нових медіа, які могли б гарантувати високу якість інформаційного обміну, максимальне залучення аудиторії та водночас захист основних прав і свобод громадян у демократичному суспільстві.

### Література:

1. Гриценко О. С. Маніпулятивні впливи в текстах медіа протягом виборчої кампанії. *Обрії друкарства*. 2020. № 1 (8). С. 52–61. URL: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2020.1\(8\).190088](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2020.1(8).190088)
2. Була С. П. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. *Політикус* : наук. журнал. 2020. № 4. С. 21–25. URL: [dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/10335](https://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/10335)
3. Булгаков Д. О. Маніпуляції у мас-медіа як інструмент політичної боротьби. *Політичне життя*. 2024. № 2. С. 131–136. URL: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.2.17>
4. Максимчук О. В., Бондар С. С. Роль мас медіа у формуванні політичних міфів. *Актуальні проблеми політики*. 2020. № 65. С. 49–55. URL: <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/13101>
5. Арабаджиев Д. Ю. Політична маніпуляція та інформаційно-психологічна безпека в політичних відносинах. *Політикус* : наук. журнал. 2020. № 2. С. 36–44. URL: [dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/9448](https://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/9448)
6. Ісмаїлзаде Л. Медіа, маніпуляція та інформаційна війна. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*. 2023. № 26 (5), 55–65. URL: <https://doi.org/10.15421/1723102>
7. Rogers R., Niederer S. *The politics of social media manipulation*. Amsterdam University Press, 2020. URL: DOI10.5117/9789463724838
8. Whitfield G. On the concept of political manipulation. *European Journal of Political Theory*. 2022. № 21 (4). P. 783–807. URL: <https://doi.org/10.1177/147488512093225>
9. Reisach U. The responsibility of social media in times of societal and political manipulation. *European journal of operational research*. 2021. № 291 (3). P. 906–917. URL: <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2020.09.020>
10. Culloty E., Suiter J. *Disinformation and manipulation in digital media: Information pathologies*. Routledge, 2021. URL: <https://doi.org/10.4324/9781003054252>
11. Etzioni-Halevy E. *Political manipulation and administrative power: a comparative study*. Taylor & Francis, 2024. URL: [https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=6asSEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=media+and+political+manipulation&ots=sljHi\\_auJs&sig=d9KdYiud32skyBMmyYkYWIZ-iQc&redir\\_esc=y#v=onepage&q=media%20and%20political%20manipulation&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=6asSEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=media+and+political+manipulation&ots=sljHi_auJs&sig=d9KdYiud32skyBMmyYkYWIZ-iQc&redir_esc=y#v=onepage&q=media%20and%20political%20manipulation&f=false)
12. Yerlikaya T., Aslan S. T. Social media and fake news in the post-truth era. *Insight Turkey*. 2020. № 22 (2). P. 177–196. URL: <https://www.jstor.org/stable/26918129>

13. Edelman Trust Barometer Global Report. Edelman. 2024. URL: [https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2024-02/2024%20Edelman %20Trust%20Barometer%20Global%20Report\\_FINAL.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2024-02/2024%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_FINAL.pdf)
14. Дослідження. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. Опора. 2024. URL: <https://www.opora.ua/org/viyana/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyi-rik-povnomasshtabnoyi-viyani-25292>
15. «Не телеграмом єдиним» – виклики тіктоку і протидія російській пропаганді. Опора. 2024. URL: [https://opora.ua/org/polit\\_ad/ne-telegramom-yedinim-vikliki-tiktoku-i-protidiya-rosiys-kiy-propagandi-25302?utm\\_source=%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8+%D0%BD%D0%B0+%D0%B4%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%81%D1%82&utm\\_campaign=ccbc7a7c39-EMAIL\\_CAMPAIGN\\_2017\\_10\\_11\\_COPY\\_01&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_35a16a318d-ccbc7a7c39-124361929&ct=t\(7\\_28\\_1110\\_11\\_2017\\_COPY\\_01\)](https://opora.ua/org/polit_ad/ne-telegramom-yedinim-vikliki-tiktoku-i-protidiya-rosiys-kiy-propagandi-25302?utm_source=%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8+%D0%BD%D0%B0+%D0%B4%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%81%D1%82&utm_campaign=ccbc7a7c39-EMAIL_CAMPAIGN_2017_10_11_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_35a16a318d-ccbc7a7c39-124361929&ct=t(7_28_1110_11_2017_COPY_01))
16. Perloff R.M. The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age. Routledge, 2021. URL: <https://doi.org/10.4324/9780429298851>
17. Dan V., Paris B., Donovan J., Hameleers M., Roozenbeek J., van der Linden S., von Sikorski C. Visual mis- and disinformation, social media, and democracy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 2021. № 98 (3). P. 641–664. URL: <https://doi.org/10.1177/10776990211035395>

### References:

1. Hrytsenko, O. S. (2020). Manipuliatyvni vplyvy v tekstakh media protiahom vyborchoi kampanii [Manipulative influences in media texts during the election campaign]. *Obrii drukarstva*, 1 (8), 52–61. Retrieved from [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2020.1\(8\).190088](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2020.1(8).190088) [in Ukrainian].
2. Bula, S. P. (2020). Sotsialni merezhi yak instrument politychnoi manipuliatsii [Social networks as a tool of political manipulation]. *Politykus : nauk. zhurnal*, 4, 21–25. Retrieved from [dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/10335](https://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/10335) [in Ukrainian].
3. Bulhakov, D. O. (2024). Manipuliatsii u mas-media yak instrument politychnoi borotby [Manipulations in the media as a tool of political struggle]. *Politychne zhyttia*, 2, 131–136. Retrieved from <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.2.17> [in Ukrainian].
4. Maksymchuk, O. V. & Bondar, S. S. (2020). Rol mas media u formuvanni politychnykh mifiv [The role of mass media in the formation of political myths]. *Aktualni problemy polityky*, 65, 49–55. Retrieved from <https://dspace.udpu.edu.ua/handle/123456789/13101> [in Ukrainian].
5. Arabadzhiev, D.Yu. (2020). Politychna manipuliatsiia ta informatsiino-psykholohichna bezpeka v politychnykh vidnosynakh [Political manipulation and information and psychological security in political relations]. *Politykus : nauk. zhurnal*, 2, 36–44. Retrieved from [dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/9448](https://dspace.pdpu.edu.ua/jspui/handle/123456789/9448) [in Ukrainian].
6. Ismailzade, L. (2023). Media, manipuliatsiia ta informatsiina viina [Media, manipulation and information warfare]. *Naukovo-teoretychnyi almanakh Hrani*, 26 (5), 55–65. Retrieved from <https://doi.org/10.15421/1723102>
7. Rogers, R. & Niederer, S. (2020). The politics of social media manipulation. Amsterdam University Press. Retrieved from DOI10.5117/9789463724838 [in English].
8. Whitfield, G. (2022). On the concept of political manipulation. *European Journal of Political Theory*, 21 (4), 783–807. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/147488512093225>
9. Reisach, U. (2021). The responsibility of social media in times of societal and political manipulation. *European journal of operational research*, 291 (3), 906–917. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2020.09.020> [in English].
10. Culloty, E. & Suiter, J. (2021). Disinformation and manipulation in digital media: Information pathologies. Routledge. Retrieved from <https://doi.org/10.4324/9781003054252> [in English].
11. Etzioni-Halevy, E. (2024). Political manipulation and administrative power: a comparative study. Taylor & Francis. Retrieved from [https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=6asSEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=media+and+political+manipulation&ots=sljHi\\_auJs&sig=d9KdYiud32skyBMmyYkYWIZ-iQc&redir\\_esc=y#v=onepage&q=media%20and%20political%20manipulation&f=false](https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=6asSEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT8&dq=media+and+political+manipulation&ots=sljHi_auJs&sig=d9KdYiud32skyBMmyYkYWIZ-iQc&redir_esc=y#v=onepage&q=media%20and%20political%20manipulation&f=false) [in English].
12. Yerlikaya, T. & Aslan, S.T. (2020). Social media and fake news in the post-truth era. *Insight Turkey*, 22 (2), 177–196 Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/26918129> [in English].

13. 2024 Edelman Trust Barometer Global Report (2024). Edelman. Retrieved from [https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2024-02/2024%20Edelman %20Trust%20Barometer%20Global%20Report\\_FINAL.pdf](https://www.edelman.com/sites/g/files/aatuss191/files/2024-02/2024%20Edelman%20Trust%20Barometer%20Global%20Report_FINAL.pdf)

14. Doslidzhennia. Mediaspozhyvannia ukraintziv: tretii rik povnomasshtabnoi viiny [Media consumption of Ukrainians: the third year of full-scale war]. (2024). Opora. Retrieved from <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretiy-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292> [in Ukrainian].

15. “Ne telehramom yedynym” – vyklyky tiktoku i protydia rosiiskii propahandi [“Not by telegram alone” – tiktok challenges and countering Russian propaganda]. (2024). Opora. Retrieved from [https://oporaua.org/polit\\_ad/ne-telegramom-yedinim-viklyki-tiktoku-i-protidiya-rosiys-kiy-propagandi-25302?utm\\_source=%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8+%D0%BD%D0%B0+%D0%B4%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%81%D1%82&utm\\_campaign=ccbc7a7c39-EMAIL\\_CAMPAIGN\\_2017\\_10\\_11\\_COPY\\_01&utm\\_medium=email&utm\\_term=0\\_35a16a318d-ccbc7a7c39-124361929&ct=\(7\\_28\\_1110\\_11\\_2017\\_COPY\\_01\)](https://oporaua.org/polit_ad/ne-telegramom-yedinim-viklyki-tiktoku-i-protidiya-rosiys-kiy-propagandi-25302?utm_source=%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B8+%D0%BD%D0%B0+%D0%B4%D0%B0%D0%B9%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%81%D1%82&utm_campaign=ccbc7a7c39-EMAIL_CAMPAIGN_2017_10_11_COPY_01&utm_medium=email&utm_term=0_35a16a318d-ccbc7a7c39-124361929&ct=(7_28_1110_11_2017_COPY_01)) [in Ukrainian].

16. Perloff, R.M. (2021). The dynamics of political communication: Media and politics in a digital age. Routledge. Retrieved from <https://doi.org/10.4324/9780429298851> [in English].

17. Dan, V., Paris, B., Donovan, J., Hameleers, M., Roozenbeek, J., van der Linden, S. & von Sikorski, C. (2021). Visual mis- and disinformation, social media, and democracy. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 98 (3), 641–664. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/10776990211035395> [in English].

### **Tetiana Prysiazhniuk. New media as an object and subject of political manipulation: conceptual approaches**

*The issue of the role of new media in the context of strategies of political manipulation and influence on the public is becoming particularly relevant in the global context today. The purpose of the study is to analyze conceptual approaches to the positioning of new media as an object and subject of political manipulation. The article examines the potential of manipulation in terms of media, considers its structure as a specific type of psychological influence. The strategies and formats of successful use of media technologies to promote certain political concepts are considered. The characteristic features of the components and algorithm of the manipulative process are highlighted, which allowed to form a general scheme of its implementation. It is proved that by using communication mechanisms, the media actively influence socio-political development. The specifics of modern media campaigns and media projects that have a vector of manipulative political influence are studied. The challenges and risks related to new media are identified. The need to integrate social media into the public administration system on the principles of democracy, openness and responsibility is substantiated. It is proved that the process of manipulation is influenced by various factors that determine its direction, methods and techniques used, and, accordingly, its effectiveness and efficiency. The importance of developing strategies to counteract online manipulation, such as the spread of fake news, hate speech and other types of manipulation, is substantiated. The author emphasizes the need to develop a comprehensive strategy for the use of media resources that would take into account the potential of these platforms to strengthen democratic processes and increase public engagement. Recommendations are made for political forces and figures to develop effective communication strategies in the media that could guarantee high quality information exchange, maximum audience engagement and, at the same time, protection of fundamental rights and freedoms of citizens in a democratic society. The author substantiates the importance of the role of media literacy as a means of developing critical thinking among the population and combating disinformation.*

**Key words:** new media, political manipulation, psychological influence, disinformation, fake news, online manipulation, media technologies, socio-political processes.

### **Відомості про автора:**

**Тетяна Присяжнюк** – аспірантка кафедри політичних інститутів та процесів факультету історії, політології та міжнародних відносин, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника.