

УДК 324.21:316.774:004.8

DOI <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2025-21-7>

Андрій Бриндальський
ORCID: 0009-0002-2343-9895

ЕВОЛЮЦІЯ МАНІПУЛЯТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПАРЛАМЕНТСЬКИХ ВИБОРЧИХ ПРОЦЕСАХ: ВИКЛИКИ ДЛЯ ДЕМОКРАТІЇ

Стаття аналізує еволюцію маніпулятивних технологій у парламентських виборчих процесах та їхній вплив на демократичні інститути. Дослідження простежує трансформацію методів політичного впливу: від традиційних форм пропаганди, як-от друковані агітації, радіо- та телевізійні ефіри, до сучасних цифрових інструментів, зокрема таргетованої реклами, автоматизованих ботів, тролінгу, штучного інтелекту, глибоких фейків і гіпернадзорів. Показано, що у XXI столітті дезінформаційні кампанії набули промислового масштабу, залучаючи ресурси соціальних мереж, політичних консультантів та іноді зовнішні впливи. Ці методи підривають довіру до виборчих процесів, посилюють суспільну поляризацію та загрожують легітимності демократичних процедур.

Особлива увага приділяється механізмам впливу, зокрема використанню емоційних апеляцій (страх, гнів, гордість), мікротаргетингу на основі великих даних, а також створенню маніпулятивних наративів і символіки. Стаття розглядає ключові приклади, а саме виборчі кампанії 2016 року (Brexit, вибори в США) та український контекст (вибори 2019 року), де дезінформаційні атаки поєднували внутрішні й зовнішні чинники. Зазначається, що сучасні технології, зокрема штучний інтелект, значно підвищують ефективність маніпуляцій, створюючи нові виклики, як-от deepfake-відео й алгоритмічне керування поведінкою (гіпернадзори), що загрожують автономії виборців.

Аргументується необхідність нових підходів до регулювання, зокрема посилення прозорості політичної реклами, впровадження медіаграмотності й оновлення законодавства. В Україні з урахуванням досвіду інформаційної війни акцент робиться на протидії гібридним загрозам і зміцненні інституційної стійкості. Дослідження систематизує типи маніпулятивних технологій за історичними періодами та механізмами впливу, пропонуючи узагальнення для розробки ефективних стратегій протидії. Робота підкреслює, що збереження демократичних цінностей у цифрову епоху потребує швидкої адаптації до технологічних змін, включно зі створенням правових і суспільних бар'єрів проти інформаційних зловживань.

Ключові слова: маніпулятивні технології, парламентські вибори, дезінформація, соціальні мережі, демократія, комп'ютерна пропаганда, мікротаргетинг, штучний інтелект, глибокі фейки, інформаційна безпека.

Постановка проблеми. Стрімка еволюція маніпулятивних технологій – від масової пропаганди другої половини ХХ ст. до алгоритмічних інструментів штучного інтелекту – створює безпрецедентні виклики для парламентських виборів, підриваючи довіру громадян і легітимність демократичних процедур. Наукова проблема полягає в недостатній теоретичній узагальненості механізмів, через які різні **типи технологій** трансформуються в **соціально-психологічні ефекти**, що врешті впливають на **якість демократії**.

У демократичних суспільствах вибори мають відображати вільну волю громадян, але на практиці політичні кампанії часто використовують широкий арсенал технологій впливу для зміни уявлень електорату. Від класичної пропаганди й політичних гасел до сьогоднішніх алгоритмічних підходів – спектр маніпуляційних технологій постійно розширюється. Сучасні дослідження

попереджають, що ці нові методи «спотворення суспільної думки» становлять реальну загрозу демократії. Поширення неправдивої або напівправдивої інформації у виборчих кампаніях, що особливо було очевидно після скандалів 2016 року (Brexit, президентські вибори в США), змусило суспільство по-новому оцінити роль технологій у політиці. В Україні теж були прецеденти: згадують як внутрішні, так і зовнішні дезінформаційні атаки на вибори, наприклад у кампанії 2019 року та під час війни. Розуміння еволюції цих технологій та їхніх «механізмів впливу» є критично важливим для розробки засобів протидії і збереження демократичних цінностей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Українські дослідники у своїх наукових працях акцентують увагу, що проблема політичних маніпуляцій у виборах має комплексний характер і поєднує зовнішні інформаційні загрози з внутрішніми медійними практиками. Зокрема, Авдієєва Т. [1] показує, що дезінформаційні кампанії – ключовий інструмент іноземного втручання у виборчий процес, акцентуючи на масштабних кібератаках та «інформаційних операціях» проти України. Гудзь Л. В. [2] деталізує шляхи підвищення стандартів роботи ЗМІ, підкреслюючи важливість імплементації європейських регуляторних підходів до прозорості політичної реклами. Іващенко В. та Гришин М. [3] пропонують типологію стратегій у соцмережах, а Кочубей Л. [4] показує, що платформи Facebook та YouTube стали головним середовищем для масового таргетингу виборців, що підтверджується й даними Pew Research Center про суспільну стурбованість «ботами» – 66 % американців уже чули про їх зловживання. Серія робіт Мадриги Т. та Бриндальського А. [5], [6] систематизує новітні онлайн-технології впливу й указує на зростання небезпеки «гібридних» наративів, тоді як Нальотов А. [7] та Руднева А. [8] аналізують психологічні механізми та цифрові інновації, що формують «поля» маніпуляції; емпіричні спостереження Стешенко Н. Л. і Чости К. С. [9], а також Чубатенка О. М. [10] підтверджують проникність таких технологій навіть на рівні місцевих кампаній.

Міжнародний дискурс розширює локальні висновки, вказуючи на глобальну «індустріалізацію» дезінформації: Bradshaw S. та співавт. [12] фіксують відпрацьовані урядові «кібервійська» у 81 країні світу, а Allcott H. і Gentzkow M. [11] довели, що фейкові новини у 2016 р. отримали більше переглядів, ніж провідні медіаматеріали. Концептуальну рамку для класифікації mis-, dis- та mal-information подають Wardle C. і Derakhshan H. [24], тоді як OSCE/ODIHR [20] пропонує інструменти моніторингу онлайн-кампаній. Brookings-аналітики Tenpas K. D. та співавт. [23] підкреслюють, що розвиток ІІІ знижує бар'єр для масового тиражування дезінформації; етичні ризики цього тренду детально розкриває Faraoni L. [15] через концепцію «права на ментальну самовизначеність». Емпірично стійкість демократичних процедур до «комп'ютерної пропаганди» перевіряє Ngampruetikorn V. та ін. [19], а MIT-дослідження Friedler S. [16] спростовує надмірні очікування від багатofакторного мікротаргетингу політичних оголошень. У відповідь Brennan Center [13] пропонує практичний toolkit проти виборчої дезінформації, тоді як дані Pew Research Center [22] свідчать про зростаючу тривогу суспільства щодо автоматизованих ботмереж, що підсилює потребу у нових регуляторних і просвітницьких стратегіях.

Мета дослідження. Метою цього наукового дослідження є теоретичний аналіз розвитку маніпулятивних технологій у парламентських виборчих кампаніях і виявлення викликів, які вони ставлять для демократичних процесів. Основне завдання – систематизувати відомі типи таких технологій у динаміці часу, показати їхні механізми та наслідки. З огляду на міждисциплінарний характер проблеми дослідження спирається на літературу з політології, комунікацій та інформаційної безпеки. Водночас робота виходить за рамки конкретних випадків (наприклад, не розглядаються результати окремих виборів), маючи на меті узагальнення знань для подальшої розробки політик протидії.

Виклад основного матеріалу. Політологи та комунікатори визначають **маніпулятивні (політичні) технології** як сукупність методів цілеспрямованого впливу на виборців. Наприклад, за визначенням Нальотова, політичні технології – це «сукупність методів і систем дій,

спрямованих на досягнення певного політичного результату», які у виборчих кампаніях «часто набувають агресивної форми впливу» [7, с. 127]. Історично агресивний вплив пов'язують із використанням соціальних міфів і емоційних закликів без критичної оцінки (соціальний міф у маніпулюванні) [7, с. 127]. Союз із медіа надавав цим технологіям нові оберти: від пропагандистських наклеюнок і плакатів ХХ століття до радіо, телебачення й газет.

У таблиці 1 представлено інтегральну систематизацію чотирьох фундаментальних теоретичних парадигм – формування порядку денного, фреймінгу, спіралі мовчання й евристичної (двопроцесної) моделі обробки інформації, які конструюють аналітичне підґрунтя дослідження маніпулятивних практик у виборчих кампаніях.

У сучасній науковій дискусії особлива увага приділяється інформаційним технологіям і гібридним загрозам. Зокрема, концепція комп'ютерної пропаганди (computational propaganda) вводиться як явище: використання алгоритмів, автоматизації та «трейшок» (human curation) для цілеспрямованого поширення дезінформації у соцмережах [12, с. 32]. Вона поєднує боти, тролінг, таргетовану рекламу, що суттєво відрізняється від класичної пропаганди лише за допомогою інтернету. Наприклад, Оксфордський центр визначає це як «використання алгоритмів, автоматизації та людського кураторства для навмисного розповсюдження оманливої інформації у соціальних медіа» [12, с. 32]. Ефективність таких методів підтверджується дослідженнями: у 2016 році відомі фейкові новини про вибори США були поширені десятками мільйонів переглядів; при цьому люди частіше вірили новинам, що відповідали їхнім політичним уподобанням [26].

Багато авторів аналізують також механізми впливу. Наприклад, європейський звіт з «інформаційних розладів» описує, що «успішний» контент апелює до емоцій (страх, гнів, відчуття переваги) [11, с. 212], швидко поширюється мережею і поглиблює суспільні розколи. Там-таки наголошується, що підроблені кампанії покликані «сіють недовіру, плутанину та загострюють

Таблиця 1

Теоретичні підходи

№	Теорія (укр. / англ.)	Коротке визначення	Як пояснює успіх маніпуляцій
1	Теорія формування порядку денного (Agenda-setting, McCombs & Shaw)	ЗМІ впливають не на те, <i>що</i> думати, а на те, <i>про що</i> думати, визначаючи ієрархію тем у суспільному просторі.	Спрямоване «розкручування» потрібних тем (міграція, «зовнішнє керування») витісняє дискусію про слабкі сторони кандидата. У соцмережах це досягається бот-кампаніями та хвилями псевдоновин.
2	Теорія фреймінгу (рамкування) (Framing, Entman)	Вибір і підкреслення певних аспектів події формує її інтерпретацію та оцінку.	Маніпулятор «обрамляє» кандидата як «реформатора» чи «зрадника». Deepfake-ролики й меми підсилюють потрібний фрейм, спрощуючи складні сюжети до «чорно-білої» дилеми.
3	Теорія спіралі мовчання (Spiral of Silence, Noelle-Neumann)	Люди схильні мовчати, якщо думають, що їхня позиція непопулярна, щоб уникнути соціальної ізоляції.	Боти та тролі створюють ілюзію «переважної думки», змушуючи опонентів мовчати. У коментарях формується штучна більшість, що задає тон дискусії.
4	Евристична обробка інформації (Heuristic processing / Dual-process, Chaiken; Kahneman)	Виборці часто ухвалюють рішення за швидкими евристичними, покладаючись на емоції, авторитет чи повторюваність.	Короткі емоційні відео й персоналізовані оголошення активують «систему 1», мінімізуючи раціональне мислення. Мікротаргетинг добирає саме ті сигнали, що «зацеплять» аудиторію.

Джерело: складено автором на основі джерел 12, 22, 24.

культурні розбіжності» [11, с. 212]. Інша класифікація (Wardle & Derakhshan) розділяє інформаційну небезпеку на інформування (misinformation), дезінформацію (disinformation) та «погані» дані (malinformation) залежно від наміру та шкоди [11, с. 212]. У контексті виборів особливо виділяють таргетування персональних даних – мікротаргетинг, – що дає змогу окремим електорам (групам) отримувати спеціалізовані меседжі. Дослідження MIT показало, що додатковий мікротаргетинг за кількома ознаками не обов’язково дає кращий результат, ніж таргетування за однією релевантною ознакою [16]. Однак після скандалу з Cambridge Analytica мікротаргетинг став ключовим поняттям; компанія стверджувала, що може «краще таргетувати політичні повідомлення на людей, яких можна вплинути» [18]. Ці випадки стимулювали зміни в регулюванні: наприклад, після 2018 року ЄС ухвалив закони Digital Services Act і Digital Markets Act, а соцмережі впровадили інструменти прозорості та навіть заборонили політичну рекламу (Twitter) або обмежили параметри таргетування (Google) [18].

В українському контексті варто відзначити механізми, використані під час президентської кампанії 2019 року, коли команда В. Зеленського активно використовувала соцмережі: лідер «Слуги народу» «змінив правила гри», обравши молодіжну аудиторію і будуючи кампанію на миттєвій взаємодії в інтернеті [6, с. 265]. Оригінальною частиною стратегії стало використання серіалу «Слуга народу», що створювало готову асоціацію з кандидатом ще до виборів [6, с. 267]. Одночасно йдуть дискусії про масові соцмережеві та кібератаки на вибори в Україні (що вважають «інформаційною війною») [1]. Зокрема, ЦЕДЕМ описує російські спецоперації 2016 року (США) і вказує, що такі кампанії не поодинокі – подібні атаки фіксують по всьому світу, у тому числі щодо України. Таким чином, українські дослідники фокусуються на загрозах «політичній безпеці» через маніпуляції, вказуючи на потребу протидії національними законами [6, с. 267]. Усе це свідчить про багатшаровість тематики, що охоплює психологічні, технологічні та правові аспекти.

За кількома умовними періодами можна прослідкувати зміну інструментів впливу. Традиційні підходи ХХ століття спиралися на контроль над ЗМІ: друковані агітації, публічні виступи, радіо- та телетрансляції виборчих гасел. У цей час підвищений попит мали масові наративи, політичні плакати і навіть культурні продукти (фільми), що формували імідж кандидата. Наприклад, телевізійна реклама та рейтингові дослідження забезпечили новий рівень таргетування аудиторій після 1960-х років. З появою інтернету (1990–2000) додалися вебсайти партій, електронна пошта та мобільні повідомлення як канали комунікації. У цю епоху з’явилися і перші спроби онлайн-партизанства – наприклад, координація прихильників у чатах або поширення вірусних відео [15].

Нова епоха соціальних мереж (з 2010-х) ознаменувалася вибухом інструментів: сторінки у Facebook, Twitter, Instagram стали полем бою за електорат. Новітні технології мікродемократії iBigData дають змогу створювати персоналізовані кампанії. Як показує недавній огляд, «мікротаргетинг» і таргетована політична реклама ставали центральними темами: після досвіду 2016 року багато платформ навіть ввели заборони або обмеження на такі методи [17]. Однак одночасно відзначається, що в Європі вплив мікротаргетингу дещо стриманий через пропорційну виборчу систему та суворі правила захисту даних (GDPR) [11, с. 212]. З технологічного боку, в соціальних мережах запрацювали автоматизовані програми («боти»), що розповсюджують певні повідомлення за допомогою уніфікованого коду. Боти та «тролі» масово використовуються для посилення потрібного меседжу (пропаганда) або навпаки – для дискредитації опонентів. Оксфордський центр відзначає, що «анонімність багатьох платформ призвела до розповсюдження фейкових та автоматизованих акаунтів, які можуть посилювати неправдиву інформацію або заглушувати опозицію» [25]. Різновидом є активізація аудиторії через «джинсу» – наприклад, замовні матеріали в інтернет-ЗМІ, що поширюють потрібні тези під виглядом незалежних новин.

Нарешті, сучасний рубіж включає штучний інтелект та алгоритмічні впливи. До них належать «глибокі фейки» (створення синтетичних зображень чи голосу політиків) і «гіпернадзори» (алгоритмічно скоординовані кампанії). З огляду на публікації потенціал AI здатний значно поглибити ефективність маніпуляцій: як застерігають експерти Brookings, «масштаби і складність AI-згенерованих deepfake-відео і голосових записів стають масштабними й можуть змінити результати багатьох виборів» [23]. Хоча дослідження свідчать, що такі фейки найчастіше викликають у глядачів невпевненість та недовіру, а не пряме сприйняття їх правдивості [21], їхній ефект підриву довіри є вагомим. Налічується також нова теорія «гіпернадзору» (hypernudge) – надзвичайно адаптивної модифікації поведінки через збір величезних даних. Як зауважує науковець Фараоні, AI-системи «мають можливість приховано збирати дані користувачів, поєднувати неспостережувані зв'язки і цілеспрямовано їх переконувати», доставляючи до «примітивного рівня» мислення людини [15]. Такі технології можуть непомітно підривати розумний вибір людини та загрожують автономії та свободі думки.

Крім часової шкали, доцільно розглянути механізми впливу (скриті і явні прийоми) у будь-яких маніпулятивних схемах. У таблиці 2 узагальнено основні такі механізми: від емоційних апеляцій до управління інформаційним простором.

Систематизований опис дає змогу краще розуміти, як маніпулятори працюють на різних рівнях: від індивідуальної психології до масової комунікації. Наприклад, поєднання емоційних прийомів із соціальними ботами може спрямовано розгойдувати громадську думку навколо «страшних» тем, водночас формуючи штучний шум у соцмережах.

Критичним є питання впливу цих технологій на якість демократії. Широка дезінформація та конспірологія руйнують спільне розуміння фактів: як описують аналітики, сьогодні

Таблиця 2

Основні механізми маніпулятивного впливу в інформаційних кампаніях

Механізм впливу	Опис та ціль використання
Емоційна апеляція	Використання страху, гніву, гордості, сміху; спонукає до швидких реакцій (невиправдана тривога, ворожість). Наприклад, страх перед непевним майбутнім викликає довіру до «рятівника» влади.
Дезінформація (фейки)	Поширення свідомо неправдивих новин чи вигадок; створення ореола скандалу чи замовчування фактів. Наприклад, брехня про «фальсифікації» підірвала довіру до виборів.
Ампліфікація через соцмережі	Використання ботів та тролів для повторного поширення потрібного повідомлення; створення ілюзії масової підтримки. ЗМІ часто не розрізняють «штучні» та «реальні» сигнали.
Мікротаргетинг	Надшаровий аналіз даних користувачів і націлення реклами на вузькі групи. Спрямований на вразливі шари виборців, що підвищує ефективність повідомлень, але загрожують «розривав» інформаційного простору.
Підрив довіри до інститутів	Навмисне дискредитування виборчої системи, правлячих партій чи кандидатів. Приклад: «велика брехня» виборів 2020 р. в США, що створила хвилю сумнівів навіть після підтверджень результатів.
Створення маніпулятивних наративів	Формування «міфів» на ґрунті стереотипів або конспірології. Це може бути образ ворога (наприклад, «імпортовані цінності» чи «зовнішній вплив») або героїзація кандидата.
Маніпулятивні образи та символіка	Використання прапорів, етнічних / релігійних знаків, емоційних слоганів у рекламі. Такі символи викликають підсвідомі асоціації (патріотизм, страх).
Трансмедійна координація	Синхронізація меседжів у ЗМІ, соцмережах та офлайн-активностях, часто під контролем політтехнологів. Це створює відчуття спільності сигналу й ускладнює виявлення маніпуляції.

Джерело: складено автором на основі джерел 16, 19, 23.

надлишок інформації і фейків «обурює і переповнює виборців» [23]. Наприклад, після виборів США 2020 р. лише 20 % громадян були «дуже впевнені» в чесності системи, а понад половина вважали результати віддаленими від реальної волі народу. В Україні успішно функціонують органи протидії дезінформації (наприклад, РНБО), але загалом «мережеві фейки» стимулюють сумніви у виборах: 57 % українців переконані у масштабних фальсифікаціях на голосуваннях (згідно із соціологією KIIS 2020 року) [23].

Професійні спостерігачі сходяться на тому, що демократії слабкі там, де інститути не в змозі затримати маніпуляцію. Бреннан-центр США застерігає: «поширення фальшивих тверджень підриває довіру до виборів та породжує загрозу демократії. Воно заважає громадянам правильно сприймати процеси, а деякі законодавці використовують це, аби впроваджувати репресивні норми (наприклад, закони про ускладнення голосування)» [13]. У 2022–2024 роках міжнародні структури укріплюють співпрацю: ухвалюються регульовальні акти, створюються платформи для перевірки фактів, підвищується медіаграмотність. Однак основна протидія залишається на рівні суспільства: в освіті громадян вчать критично сприймати контент (Fact-checking) і розвивати набутий досвід. Як зазначає Комісія ЄС, *«успішний» контент той, що грає на емоціях і проokuє почуття вищості, гніву чи страху... Переважно такі матеріали швидко поширюються, навіть за умови зростання кількості фактчекерських організацій* [21].

Отже, поєднання технічних (ботів, алгоритмів) і психологічних (емоційних наративів, стереотипів) інструментів робить сучасні маніпуляції високоефективними. Демократії різняться за стійкістю до цього тиску: громадяни та інституції можуть частково стримувати руйнівні тенденції через прозорість медіа, юридичні обмеження на таргетинг і соціальні ініціативи. Водночас крива «інформаційного зловживання» залишається підйомною: штучний інтелект, за прогнозами експертів, тільки посилюватиме небезпеку «гібридних війн» у цифровому просторі.

Висновки. Маніпулятивні технології в парламентських виборчих кампаніях еволюціонували від ручних пропагандистських методів до складних алгоритмічних систем. Кожен новий технічний прорив – телебачення, інтернет, соцмережі, штучний інтелект – породжує нові засоби впливу, що несуть як «для демократії», так і «виклики». Сучасні дослідження свідчать: розсіяне поширення фейкових новин і мікротаргетинг радикалізують суспільну дискусію і підірвали довіру до виборів. Особливо вразливі до цього вільні суспільства, де доступ до інформації відкритий і де домінують емоційні медіа. Український досвід (2019 р.) демонструє, що активне використання соцмереж може дати перевагу учасникам, але й одночасно робить кампанію полем конкуруючих дезінформаційних сюжетів.

На шляху протидії цим викликам демократія має опиратися на посилення прозорості та освіченості: від відкритих реєстрів політичної реклами до впровадження критичного мислення в суспільстві. Також потрібно ретельно оновлювати законодавство (з урахуванням стандартів ГДПР) для обмеження «темних патернів» таргетингу і санкцій за штучне розпалювання ненависті. З огляду на високий статус інформації у XXI столітті слід вважати, що підриг виборчих процедур через маніпуляцію – це не поодинокі порушення, а симптом системної кризи інформаційної безпеки вільного суспільства. Наш аналіз засвідчує: щоб зберегти демократію, державам і громадянському суспільству доведеться швидко адаптуватися до стрімких технологічних змін, створюючи усталені бар'єри проти зловживань.

Література:

1. Авдєєва Т. Дезінформація як інструмент іноземного втручання у виборчий процес. Київ : ЦЕДЕМ, 2022. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/internet-regulation/> (дата звернення: 11.07.2025).
2. Гудзь Л. В. Напрями вдосконалення стандартів роботи ЗМІ під час виборчого процесу в Україні із врахуванням досвіду провідних європейських країн. *Право. Науковий вісник Ужгородського*

- національного університету. 2023. Вип. 79, ч. 1. С. 133–139. URL: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/10/24.pdf> (дата звернення: 01.07.2025).
3. Іващенко В., Гришин М. Типологічні різновиди стратегій у соціальних медіа. *Integrated Communications*. 2024. № 2 (18). С. 15–28. DOI: 10.28925/2524-2644.2024.182. URL: <https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/336/285/> (дата звернення: 03.07.2025). intcom.kubg.edu.ua.
4. Кочубей Л. Соціальні мережі – місце маніпулювання масовою свідомістю (аналіз кампанії 2019). *European Political and Law Discourse*. 2019. Vol. 6, № 3. С. 11–19. URL: <https://eppd13.cz/wp-content/uploads/2019/08/eppd-2019-6-3-02.pdf> (дата звернення: 11.07.2025).
5. Мадрига Т., Бриндальський А. Маніпулятивні технології під час виборчого процесу як загроза політичній безпеці. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. Вип. 17. С. 80–86. URL: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/119> (дата звернення: 01.07.2025).
6. Мадрига Т., Бриндальський А. Особливості використання маніпулятивних технологій у президентських виборчих кампаніях. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2025. Вип. 20. С. 264–272. URL: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/247> (дата звернення: 05.07.2025).
7. Нальотов А. Виборчі технології як чинник впливу на масову свідомість. *Українська політична думка*. 2018. № 2. С. 126–135. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/10/UPD_2018_2_126-135.pdf (дата звернення: 04.07.2025).
8. Руднева А. Інноваційні інформаційні технології у виборчих політичних комунікаціях. *Епістемологічні дослідження у філософії, соціальних і політичних науках*. 2024. Т. 7, № 2. С. 174–183. DOI: 10.15421/342457. URL: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/article/view/1221> (дата звернення: 11.07.2025).
9. Стешенко Н. Л., Чоста К. С. Маніпулятивні технології виборчої кампанії (на прикладі місцевих виборів у Краматорській територіальній громаді 2020 р.). *Регіональні студії*. 2021. Вип. 26. С. 19–23. URL: <https://dSPACE.uzhnu.edu.ua/handle/lib/39510> (дата звернення: 01.07.2025).
10. Чубатенко О. М. Маніпулятивні технології у виборчих процесах України. *Політикус*. 2020. Вип. 4. С. 57–61. URL: <http://dSPACE.pdpu.edu.ua/handle/123456789/10341> (дата звернення: 02.07.2025).
11. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*. 2017. Vol. 31, № 2. P. 211–236. DOI: 10.1257/jep.31.2.211. URL: <https://web.stanford.edu/~gentzkow/research/fakenews.pdf> (дата звернення: 02.07.2025).
12. Bradshaw S., Bailey H., Howard P. Industrialized Disinformation: 2020 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation. Working Paper 2021.1. Oxford : Oxford Internet Institute, University of Oxford, 2021. 46 p. URL: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2021/01/CyberTroop-Report-2020-v.2.pdf> (дата звернення: 06.07.2025).
13. Brennan Center for Justice. Election Misinformation Toolkit. New York : Brennan Center, 2024. URL: <https://www.brennancenter.org/election-misinformation-toolkit> (дата звернення: 07.07.2025).
14. Dahlgren J. Study on the Impact of New Technologies on Free and Fair Elections. Luxembourg : Publications Office of the European Union, 2021. URL: https://commission.europa.eu/document/download/e79cc20c-789d-11eb-9ac9-01aa75ed71a1_en (дата звернення: 05.07.2025).
15. Faraoni L. Ethical Pitfalls of Computational Manipulation // *Frontiers in Artificial Intelligence*. 2023. Vol. 6. Article 756171. DOI: 10.3389/frai.2023.756171. URL: <https://doi.org/10.3389/frai.2023.756171> (дата звернення: 06.07.2025).
16. Friedler S. Microtargeting Is Falling Short, According to a New MIT Political-Ads Study. *MIT News*. 26 Oct. 2023. URL: <https://news.mit.edu/2023/study-microtargeting-politics-tailored-ads-0621> (дата звернення: 11.07.2025).
17. Harbath K., Fernekas C. A Brief History of Tech and Elections: A 26-Year Journey. Washington : Bipartisan Policy Center, 2022. URL: <https://bipartisanpolicy.org/report/tech-and-elections-26-year-journey/> (дата звернення: 01.07.2025).
18. Harbath K., Fernekas C. History of the Cambridge Analytica Controversy. Washington : Bipartisan Policy Center, 2023. URL: <https://bipartisanpolicy.org/report/history-of-the-cambridge-analytica-controversy/> (дата звернення: 01.07.2025).
19. Ngampruetikorn V., Givi G. M., Delabays R. та ін. On the Robustness of Democratic Electoral Processes to Computational Propaganda. *Scientific Reports*. 2024. Vol. 14. Article 4521. DOI: 10.1038/s41598-023-50648-6. URL: <https://www.nature.com/articles/s41598-023-50648-6> (дата звернення: 05.07.2025).

20. OSCE/ODIHR. Guidelines for Observation of Election Campaigns on Social Networks. Warsaw : OSCE, 2021. URL: <https://www.osce.org/odihr/observing-election-campaigns-on-social-networks> (дата звернення: 07.07.2025).
21. Shrider L. Democracy in Danger: How AI-Enhanced Disinformation Is Threatening Democracy. Georgetown Security Studies Review. 8 Apr. 2022. URL: <https://georgetownsecuritystudiesreview.org/2022/04/08/democracy-in-danger-how-ai-enhanced-disinformation-is-threatening-democracy/> (дата звернення: 11.07.2025).
22. Stocking G., Sumida N. Social Media Bots Draw Public's Attention and Concern. Washington : Pew Research Center, 2018. URL: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2018/07/25/social-media-bots-draw-publics-attention-and-concern/> (дата звернення: 02.07.2025).
23. Tenpas K.D., West D.M., Greene S. How Do AI and Disinformation Impact Elections? Brookings Podcast Transcript. 2024. URL: <https://www.brookings.edu/podcast-episode/how-do-ai-and-disinformation-impact-elections/> (дата звернення: 03.07.2025).
24. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making. Strasbourg : Council of Europe, 2017. URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report/1680764666> (дата звернення: 05.07.2025).
25. West D.M., Kavanagh J., Grotto J. та ін. How AI and Disinformation Impact Elections? Brookings Podcast Transcript. 2024. URL: <https://www.brookings.edu/articles/how-ai-and-disinformation-impact-elections/> (дата звернення: 06.07.2025).
26. Woolley S., Howard P. N. What Is Computational Propaganda? Oxford : Oxford Internet Institute, 2025. URL: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2025/03/comp-prop-navigator.pdf> (дата звернення: 11.07.2025).

References:

1. Avdieieva, T. (2022). *Dezinformatsiya yak instrument inozemnoho vtruchannia u vyborchyi protses* [Disinformation as a tool of foreign interference in the electoral process]. CEDEM. Retrieved July 11, 2025, from: <https://cedem.org.ua/analytics/internet-regulation/> [in Ukrainian].
2. Hudz, L.V. (2023). Napryamy vdoskonalennia standartiv roboty ZMI pid chas vyborchoho protsesu v Ukraini iz vrahuvanniam dosvidu providnykh ievropeyskykh krain [Ways to improve media standards during the electoral process in Ukraine considering leading European experience]. *Pravo. Naukovyi Visnyk Uzhhorodskoho Natsionalnoho Universytetu*, 79 (1), 133–139. Retrieved July 1, 2025, from: <https://visnyk-juris-uzhnu.com/wp-content/uploads/2023/10/24.pdf> [in Ukrainian].
3. Ivashchenko, V., & Hryshyn, M. (2024). Typolohichni riznovydy stratehii u sotsialnykh media [Typological varieties of strategies in social media]. *Integrated Communications*, 2 (18), 15–28. <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2024.182>. Retrieved July 3, 2025, from :<https://intcom.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/download/336/285/> [in Ukrainian].
4. Kochubei, L. (2019). Sotsialni merezhi – mistse manipuliuvannia masovoiu svidomistiu: Analiz kampanii 2019 [Social networks as a place of mass-consciousness manipulation: The 2019 campaign]. *European Political and Law Discourse*, 6(3), 11–19. Retrieved July 11, 2025, from: <https://eppd13.cz/wp-content/uploads/2019/08/eppd-2019-6-3-02.pdf> [in Ukrainian].
5. Madryha, T., & Bryndalskyi, A. (2024). Manipuliatyvni tekhnolohii pid chas vyborchoho protsesu yak zahroza politychnii bezpetsi [Manipulative technologies during the electoral process as a threat to political security]. *Visnyk Prykarpatskoho Universytetu. Serii: Politolohiia*, 17, 80–86. Retrieved July 1, 2025, from: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/119> [in Ukrainian].
6. Madryha, T., & Bryndalskyi, A. (2025). Osoblyvosti vykorystannia manipuliatyvnykh tekhnolohii u prezydentskykh vyborchkykh kampaniiakh [Features of the use of manipulative technologies in presidential election campaigns]. *Visnyk Prykarpatskoho Universytetu. Serii: Politolohiia*, 20, 264–272. Retrieved July 5, 2025, from: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/247> [in Ukrainian].
7. Naliotov, A. (2018). Vyborchi tekhnolohii yak chynnyk vplyvu na masovu svidomist [Electoral technologies as a factor influencing mass consciousness]. *Ukrainska Politychna Dumka*, 2, 126–135. Retrieved July 4, 2025, from: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/10/UPD_2018_2_126-135.pdf [in Ukrainian].
8. Rudnieva, A. (2024). Innovatsiini informatsiini tekhnolohii u vyborchkykh politychnykh komunikatsiiakh [Innovative information technologies in electoral political communications]. *Epistemolohichni Doslidzhennia*

u Filosofii, Sotsialnykh i Politychnykh Naukakh, 7 (2), 174–183. <https://doi.org/10.15421/342457>. Retrieved July 11, 2025, from: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/article/view/1221> [in Ukrainian].

9. Steshenko, N.L., & Chosta, K.S. (2021). Manipuliatyvni tekhnolohii vyborchoi kampanii: Pryklad mistsevykh vyboriv u Kramatorskii terytorialnii hromadi 2020 r. [Manipulative technologies of the 2020 local campaign in the Kramatorsk community]. *Rehionalni Studii*, 26, 19–23. Retrieved July 1, 2025, from: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/handle/lib/39510> [in Ukrainian].

10. Chubatenko, O.M. (2020). Manipuliatyvni tekhnolohii u vyborchyykh protsesakh Ukrainy [Manipulative technologies in Ukraine's electoral processes]. *Politykus*, 4, 57–61. Retrieved July 2, 2025, from: <http://dspace.pdpu.edu.ua/handle/123456789/10341> [in Ukrainian].

11. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.

12. Bradshaw, S., Bailey, H., & Howard, P. (2021). *Industrialized disinformation: 2020 global inventory of organized social media manipulation* (Working Paper 2021.1). Oxford Internet Institute. Retrieved July 6, 2025, from: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2021/01/CyberTroop-Report-2020-v.2.pdf>.

13. Brennan Center for Justice. (2024). *Election misinformation toolkit*. Retrieved July 7, 2025, from: <https://www.brennancenter.org/election-misinformation-toolkit>.

14. Dahlgren, J. (2021). *Study on the impact of new technologies on free and fair elections*. Publications Office of the European Union. Retrieved July 5, 2025, from: https://commission.europa.eu/document/download/e79cc20c-789d-11eb-9ac9-01aa75ed71a1_en.

15. Faraoni, L. (2023). Ethical pitfalls of computational manipulation. *Frontiers in Artificial Intelligence*, 6, Article 756171. <https://doi.org/10.3389/frai.2023.756171>.

16. Friedler, S. (2023, October 26). Microtargeting is falling short, according to a new MIT political-ads study. *MIT News*. Retrieved July 11, 2025, from: <https://news.mit.edu/2023/study-microtargeting-politics-tailored-ads-0621>

17. Harbath, K., & Fernekes, C. (2022). *A brief history of tech and elections: A 26-year journey*. Bipartisan Policy Center. Retrieved July 1, 2025, from: <https://bipartisanpolicy.org/report/tech-and-elections-26-year-journey/>.

18. Harbath, K., & Fernekes, C. (2023). *History of the Cambridge Analytica controversy*. Bipartisan Policy Center. Retrieved July 1, 2025, from: <https://bipartisanpolicy.org/report/history-of-the-cambridge-analytica-controversy/>

19. Ngampruetikom, V., Givi, G.M., Delabays, R., et al. (2024). On the robustness of democratic electoral processes to computational propaganda. *Scientific Reports*, 14, Article 4521. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-50648-6>.

20. Organization for Security and Co-operation in Europe, Office for Democratic Institutions and Human Rights (2021). *Guidelines for observation of election campaigns on social networks*. Retrieved July 7, 2025, from: <https://www.osce.org/odihr/observing-election-campaigns-on-social-networks>.

21. Shrider, L. (2022, April 8). Democracy in danger: How AI-enhanced disinformation is threatening democracy. *Georgetown Security Studies Review*. Retrieved July 11, 2025, from: <https://georgetownsecuritystudiesreview.org/2022/04/08/democracy-in-danger-how-ai-enhanced-disinformation-is-threatening-democracy/>.

22. Stocking, G., & Sumida, N. (2018). Social media bots draw public's attention and concern. *Pew Research Center*. Retrieved July 2, 2025, from: <https://www.pewresearch.org/short-reads/2018/07/25/social-media-bots-draw-publics-attention-and-concern/>.

23. Tenpas, K.D., West, D.M., & Greene, S. (2024). *How do AI and disinformation impact elections?* [Podcast transcript]. Brookings Institution. Retrieved July 3, 2025, from: <https://www.brookings.edu/podcast-episode/how-do-ai-and-disinformation-impact-elections/>.

24. Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Council of Europe. Retrieved July 5, 2025, from: <https://rm.coe.int/information-disorder-report/1680764666>.

25. West, D. M., Kavanagh, J., Grotto, J., et al. (2024). How AI and disinformation impact elections? *Brookings Institution*. Retrieved July 6, 2025, from: <https://www.brookings.edu/articles/how-ai-and-disinformation-impact-elections/>.

26. Woolley, S., & Howard, P. N. (2025). What is computational propaganda? Oxford Internet Institute. Retrieved July 11, 2025, from: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2025/03/comp-prop-navigator.pdf>.

Andrii Bryndalskyi. The Evolution of Manipulative Technologies in Parliamentary Electoral Processes: Challenges for Democracy

The article examines the evolution of manipulative technologies in parliamentary electoral processes and their impact on democratic institutions. The study traces the transformation of political influence methods: from traditional forms of propaganda, such as printed agitation, radio, and television broadcasts, to modern digital tools, including targeted advertising, automated bots, trolling, artificial intelligence, deepfakes, and hypernudging. It is demonstrated that in the 21st century, disinformation campaigns have reached an industrial scale, leveraging the resources of social media, political consultants, and sometimes external actors. These methods undermine trust in electoral processes, exacerbate societal polarization, and threaten the legitimacy of democratic procedures.

Special attention is given to the mechanisms of influence, particularly the use of emotional appeals (fear, anger, pride), microtargeting based on big data, and the creation of manipulative narratives and symbolism. The article analyzes key examples, such as the 2016 election campaigns (Brexit, U.S. elections) and the Ukrainian context (2019 elections), where disinformation attacks combined internal and external factors. It is noted that modern technologies, particularly artificial intelligence, significantly enhance the effectiveness of manipulations, posing new challenges such as deepfake videos and algorithmic behavior control (hypernudging), which threaten voter autonomy.

The need for new regulatory approaches is argued, including enhancing the transparency of political advertising, promoting media literacy, and updating legislation. In Ukraine, given the experience of information warfare, the focus is on countering hybrid threats and strengthening institutional resilience. The study systematizes types of manipulative technologies by historical periods and influence mechanisms, offering generalizations for developing effective countermeasures. The work emphasizes that preserving democratic values in the digital age requires rapid adaptation to technological changes, including the establishment of legal and societal barriers against information abuses.

Key words: *manipulative technologies, parliamentary elections, disinformation, social media, democracy, computational propaganda, microtargeting, artificial intelligence, deepfakes, information security.*

Відомості про автора:

Бриндальський Андрій – аспірант II курсу кафедри політичних наук,
Карпатський національний університет імені Василя Стефаника.

Надійшла 14.08.2025

Прийнята 06.08.2025

Опублікована 30.10.2025