

ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ПОЛІТИЧНОЇ ПРОПАГАНДИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Тетяна Андрущенко

доктор політичних наук, професор,

завідувач кафедри психології

Український державний університет імені Михайла Драгоманова

01601, Україна, м. Київ, вул. Пирогова, 9

t.v.andrushchenko@udu.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0001-6701-8035>

Анотація

У статті досліджено психологічні механізми політичної пропаганди в умовах цифрової комунікації та проаналізовано трансформацію інформаційно-психологічного впливу під дією алгоритмізованого цифрового середовища. Обґрунтовано, що сучасна цифрова пропаганда суттєво відрізняється від класичних моделей масового ідеологічного впливу, оскільки функціонує як багаторівнева система управління увагою, емоціями, довірою, поведінковими реакціями та інтерпретацією політичної реальності. Встановлено, що її результативність забезпечується використанням когнітивних упереджень, емоційної мобілізації, групової ідентичності та алгоритмічного підсилення контенту. Проаналізовано роль соціальних мереж, рекомендаційних алгоритмів, ехо-камер, інформаційних бульбашок, меметичної комунікації, мікротаргетингу, персоналізованих інформаційних потоків, дипфейк-технологій, бот-мереж і матеріалів, згенерованих штучним інтелектом, у формуванні політичного сприйняття, громадської думки та електоральної поведінки. Доведено, що алгоритмізований інформаційний простір посилює афективну поляризацію, дегуманізацію політичних опонентів та кризу епістемічної довіри. Особливу увагу приділено інформаційно-психологічному виміру російсько-української війни, у межах якої пропагандистські технології застосовуються як складова гібридного протистояння для деморалізації населення, маніпулювання суспільною свідомістю, поширення дезінформації, дестабілізації суспільно-політичної ситуації та підризу суспільної стійкості. Обґрунтовано, що в умовах воєнного стану психологічна, інформаційна, когнітивна та медіаграмотнісна стійкість суспільства набуває стратегічного значення для забезпечення національної безпеки, демократичної життєздатності держави, ефективної протидії інформаційним валивам і зміцнення суспільної резильєнтності.

Ключові слова: політична пропаганда, цифрова комунікація, інформаційно-психологічний вплив, ехо-камери, інформаційні бульбашки, цифрова дезінформація, психологічна стійкість, когнітивна безпека.

Вступ

Стрімка цифровізація суспільного життя радикально трансформувала не лише технічні канали політичної комунікації, а й саму природу психологічного впливу на масову свідомість. У сучасному інформаційному середовищі політична пропаганда функціонує вже не переважно як централізоване ідеологічне нав'язування, характерне для індустріальної епохи масових медіа, а як складна мережево-алгоритмічна система управління увагою,

емоціями, довірою та інтерпретацією реальності. Цифрові платформи, соціальні мережі, рекомендаційні алгоритми, персоналізовані інформаційні стрічки та технології штучного інтелекту створили принципово нове середовище політичного впливу, у межах якого психологічні механізми пропаганди набувають значно більш прихованого, адаптивного та персоналізованого характеру.

Ця проблема стає особливо важливою в умовах російсько-української війни, яка супроводжується масштабним інформаційно-психологічним протистоянням. Повномасштабна агресія російської федерації продемонструвала, що сучасні війни ведуться не лише у військовому чи геополітичному вимірі, а й у сфері боротьби за контроль над суспільним сприйняттям, емоційними станами, довірою до інституцій та інтерпретацією подій. У цих умовах цифрова пропаганда стає інструментом не тільки політичного переконання, а й деморалізації, психологічного виснаження, поляризації суспільства та підризу когнітивної стійкості держави.

Сучасні дослідження дедалі частіше зосереджуються на взаємозв'язку між цифровими платформами, психологією сприйняття та політичними маніпуляціями. Значний внесок у дослідження цифрового інформаційного впливу здійснили Семюел Вуллі та Філіп Говард, які аналізують феномен обчислювальної пропаганди як використання алгоритмів, автоматизації та великих масивів даних для маніпуляції громадською думкою (Woolley & Howard, 2018). Важливими також є дослідження Касса Санстейна, присвячені феномену інформаційних бульбашок та фрагментації цифрового публічного простору (Sunstein, 2018). Значний науковий інтерес становлять праці Сандера ван дер Ліндена, у яких аналізуються психологічні механізми поширення дезінформації та формування стійкості до маніпулятивного впливу (van der Linden, 2022).

Проблематику емоційної поляризації та афективного виміру політичної комунікації досліджують Ліліана Мейсон і Джонатан Гайдт, які доводять, що сучасні політичні конфлікти дедалі більше ґрунтуються не на раціональній конкуренції програм, а на емоційній груповій ідентичності (Mason, 2018; Haidt, 2012). Водночас праці Шошани Зубофф акцентують увагу на трансформації цифрових платформ у системи поведінкового прогнозування та управління увагою користувачів (Zuboff, 2019). Важливими для розуміння психології цифрової пропаганди є також дослідження Данієла Канемана, які пояснюють схильність людини до спрощеного, емоційно реактивного та інтуїтивного сприйняття інформації (Kahneman, 2011).

Українські дослідження останніх років також засвідчують актуальність проблеми інформаційно-психологічної стійкості, рефлексивної здатності суспільства та протидії деструктивним впливам в умовах війни. Зокрема, у працях Тетяни Титаренко аналізується проблематика соціально-психологічного супроводу постраждалих унаслідок травматизації в умовах війни (Титаренко, 2022), а дослідження Михайла Найдьонова та Любові Найдьонової акцентують увагу на психологічних проблемах відтворення авторитарних і фашизоїдних установок у сучасному суспільстві (Найдьонов & Найдьонова, 2022). В свою чергу Оксана Кочубейник розглядає інфодемію як специфічну форму конкуренції проблем у публічному просторі, що є особливо важливим для аналізу цифрового перенасичення та маніпулятивного конструювання порядку денного (Кочубейник, 2022). Тетяна Андрущенко та Всеволод Зеленін пропонують теоретико-методологічні основи дослідження та сучасні практичні підходи до аналізу психологічного аспекту реалізації політичної пропаганди (Андрущенко & Зеленін, 2022).

Попри значну кількість сучасних досліджень, проблема психологічних механізмів політичної пропаганди в умовах цифрової комунікації залишається недостатньо комплексно осмисленою, особливо у контексті поєднання класичних соціально-психологічних механізмів впливу з алгоритмізованими цифровими технологіями, дезінформацією, згенерованою штучним інтелектом, та практиками інформаційної війни.

Метою статті є дослідження психологічних механізмів політичної пропаганди в умовах цифрової комунікації, а також аналіз трансформації механізмів інформаційно-психологічного впливу під дією алгоритмізованого цифрового середовища, персоналізованих платформ і мережових форм політичної взаємодії.

Досягнення поставленої мети передбачає виконання таких **завдань**:

1. Визначити психологічну природу політичної пропаганди як форми управління суспільним сприйняттям та проаналізувати базові соціально-психологічні механізми пропагандистського впливу.
2. Охарактеризувати вплив цифрових платформ на трансформацію політичної комунікації та дослідити роль алгоритмічного підсилення, емоційної мобілізації, інформаційної персоналізації, ехо-камер, інформаційних бульбашок, меметичної комунікації, дипфейк-технологій і дезінформації, згенерованої штучним інтелектом, у поширенні цифрової пропаганди.
3. Визначити особливості інформаційно-психологічного впливу в умовах російсько-української війни та окреслити напрями формування психологічної, інформаційної й когнітивної стійкості суспільства до цифрових маніпулятивних практик.

Методи дослідження

Методологічною основою дослідження є міждисциплінарний підхід, який поєднує положення політичної психології, соціальної психології, теорії масової комунікації, медіадосліджень, когнітивної психології та сучасних досліджень цифрового інформаційного середовища. Така методологічна рамка зумовлена багатовимірністю сучасної цифрової пропаганди, яка одночасно має політичну, психологічну, технологічну, комунікаційну та безпекову природу.

Системний метод дав можливість розглядати цифрову пропаганду як складний багаторівневий феномен, інтегрований у структуру сучасного інформаційного суспільства. У межах цього підходу цифрова пропаганда аналізується не лише як сукупність окремих маніпулятивних повідомлень, а як система взаємодії платформ, алгоритмів, політичних акторів, мережових спільнот і психологічних реакцій аудиторії.

Структурно-функціональний метод використано для визначення основних функцій політичної пропаганди у цифровому середовищі, зокрема функцій емоційної мобілізації, конструювання групової ідентичності, формування політичної лояльності, делегітимації опонентів, створення образу загрози, інформаційного виснаження та підриву довіри до інституцій.

Соціально-психологічний підхід застосовано для аналізу механізмів сприйняття політичної інформації, включаючи конформізм, емоційне зараження, когнітивні упередження, ефект соціального підтвердження, авторитет, групову належність, потребу у визначеності та схильність до спрощеного пояснення складної реальності. Саме цей підхід дозволяє виявити, чому цифрова пропаганда є ефективною навіть у середовищах із високим рівнем формального доступу до альтернативної інформації.

Метод дискурс-аналізу використано для дослідження способів конструювання політичних наративів у цифровому просторі, зокрема образів «своїх» і «чужих», риторики загрози, дегуманізації опонента, емоційного маркування подій та формування спрощених моделей політичної реальності. Порівняльний метод дозволив співставити класичні форми політичної пропаганди індустріальної епохи із сучасними мережевими моделями цифрового інформаційного впливу.

Елементи кейс-аналізу використано для осмислення інформаційно-психологічних практик у контексті російсько-української війни. При цьому війна розглядається не як окремий емпіричний об'єкт, а як сучасний приклад поєднання воєнного, політичного, цифрового та психологічного вимірів інформаційного протистояння. Застосування такого комплексу методів дозволяє поєднати теоретичний аналіз психологічних механізмів пропаганди з дослідженням їхньої трансформації в умовах цифрової комунікації та воєнного стану.

Результати та дискусії

Політична пропаганда в умовах цифрової комунікації являє собою значно складніше явище, ніж традиційне поширення ідеологічно забарвленої інформації. У сучасному інформаційному середовищі вона функціонує як багаторівнева система психологічного впливу, інтегрована у повсякденні цифрові практики людини. Якщо класичні форми пропаганди були переважно централізованими та орієнтувалися на масову аудиторію через контрольовані медіа, то сучасна цифрова пропаганда характеризується персоналізацією, алгоритмічним підсиленням та високим рівнем інтеграції у щоденне інформаційне споживання користувачів.

У цьому контексті принципово важливим є те, що цифрова пропаганда дедалі рідше виглядає як відверта пропаганда. Значна частина сучасного маніпулятивного контенту маскується під новини, розважальні повідомлення, гумор, експертні оцінки, блогерські коментарі або нібито спонтанні реакції користувачів. Саме ця непомітність значною мірою забезпечує ефективність цифрового психологічного впливу. Людина часто сприймає алгоритмічно сформовану інформаційну стрічку як нейтральне відображення реальності, хоча насправді вона є результатом складних систем селекції та ранжування контенту.

Сучасні цифрові платформи функціонують не лише як канали передачі інформації, а як системи управління увагою користувачів. Умови економіки уваги сприяють поширенню насамперед того контенту, який викликає сильні емоційні реакції та стимулює активну взаємодію аудиторії. Як підкреслює Шосана Зубофф, цифрові платформи дедалі більше перетворюються на механізми поведінкового прогнозування, у межах яких поведінкові дані користувачів використовуються для управління увагою та моделювання майбутніх реакцій (Zuboff, 2019). У результаті психологічний вплив стає значно більш адаптивним і персоналізованим, ніж у традиційних формах масової комунікації.

Важливою особливістю цифрової пропаганди є алгоритмічне підсилення емоційно реактивного контенту. Соціальні мережі зацікавлені у максимальному залученні користувачів, а тому рекомендаційні алгоритми переважно просувають повідомлення, які викликають страх, обурення, тривогу, моральне засудження або сильне емоційне збудження. Це означає, що сама структура цифрового середовища сприяє поширенню конфліктного та поляризуючого контенту.

Подібна логіка функціонування цифрових платформ безпосередньо пов'язана з особливостями людської психіки. Як доводить Данієл Канеман, значна частина людських рішень формується в межах швидкого інтуїтивного мислення, яке спирається на емоції, когнітивні скорочення та евристичні моделі сприйняття (Kahneman, 2011). У цифровому середовищі людина часто змушена взаємодіяти з величезними обсягами інформації у режимі постійного дефіциту уваги. За таких умов критичний аналіз повідомлень поступово поступається місцем швидким емоційним реакціям та інтуїтивному оцінюванню контенту.

Саме тому одним із ключових механізмів цифрової пропаганди залишається когнітивна економія. Людина прагне спрощувати складну політичну реальність за допомогою готових пояснювальних схем. Пропагандистські наративи активно використовують цю особливість мислення, пропонуючи максимально прості моделі інтерпретації подій: поділ на «своїх» і «чужих», пошук винних, персоніфікацію складних суспільних проблем, моральне протиставлення груп або створення образу екзистенційної загрози. У кризових ситуаціях психологічна потреба у визначеності суттєво посилюється, що створює сприятливі умови для поширення спрощених і емоційно насичених пояснень.

Як зазначає Джонатан Гайдт, політичне сприйняття значною мірою ґрунтується не на раціональному аналізі, а на морально-емоційних інтуїціях, які визначають подальше ставлення людини до фактів та аргументів (Haidt, 2012). У цифровому середовищі цей механізм додатково підсилюється безперервним потоком емоційно реактивного контенту, що стимулює швидке інтуїтивне реагування та знижує рівень критичного осмислення повідомлень.

Важливим механізмом сучасної цифрової пропаганди є емоційна мобілізація. Політичний контент дедалі частіше спрямований не на раціональне переконання, а на стимулювання емоційних реакцій: страху, гніву, тривоги, морального обурення або почуття колективної загрози. Саме емоції створюють психологічні умови для швидкого політичного реагування та зниження критичності сприйняття інформації. Соціальні мережі суттєво підсилюють цей механізм, оскільки алгоритми платформ орієнтовані на контент, який забезпечує максимальне емоційне залучення аудиторії.

У цифровому середовищі особливого значення набуває феномен емоційного зараження. Соціальні мережі створюють умови для надзвичайно швидкого поширення емоційних станів через мережеву взаємодію користувачів. Політична тривога, панічні настрої або моральне обурення можуть поширюватися значно швидше, ніж перевірена аналітична інформація. У результаті політична комунікація дедалі більше орієнтується не на змістовне обговорення суспільних проблем, а на конкуренцію за емоційну реакцію користувача.

Суттєвий вплив на функціонування цифрової пропаганди мають ехо-камери та інформаційні бульбашки. Мануель Чіnellі та співавтори доводять, що алгоритми соціальних мереж сприяють формуванню замкнених інформаційних середовищ, у межах яких користувачі переважно взаємодіють із контентом, що підтверджує їхні попередні переконання (Cinelli et al., 2021). У результаті люди дедалі рідше стикаються з альтернативними поглядами, а власна політична позиція починає сприйматися як очевидна та домінантна.

У психологічному вимірі ехо-камери посилюють конформізм та групову ідентичність. Людина отримує постійне підтвердження власних переконань через коментарі, поширення, лайки та підтримку з боку мережевої спільноти. Це створює ефект соціального підтвердження та формує психологічний тиск більшості. Альтернативні позиції дедалі

частіше сприймаються не як інша точка зору, а як прояв ворожості або загрози для групової ідентичності.

Саме в цьому контексті особливо небезпечним стає феномен афективної поляризації. Ліліана Мейсон доводить, що сучасна політична поляризація дедалі більше набуває емоційного характеру (Mason, 2018). Політичний опонент починає сприйматися не як носій іншої політичної позиції, а як морально неприйнятна або небезпечна група. Соціальні мережі значно підсилюють цей процес, оскільки алгоритми платформ просувають контент, який стимулює конфліктність, моральне засудження та емоційне протиставлення.

Подальший розвиток цифрових комунікацій сприяв формуванню нових моделей інформаційно-психологічного впливу, які дедалі менше нагадують класичні форми централізованої масової пропаганди. Особливого значення набуває феномен обчислювальної пропаганди. Семюел Вуллі та Філіп Говард визначають її як використання алгоритмів, автоматизованих акаунтів, аналізу великих масивів даних і цифрових платформ для маніпулювання громадською думкою та політичною поведінкою користувачів (Woolley & Howard, 2018). Особливість обчислювальної пропаганди полягає у здатності масштабувати психологічний вплив через автоматизоване поширення емоційно реактивного контенту та створення ілюзії масової підтримки певних політичних позицій.

Психологічна ефективність таких механізмів значною мірою ґрунтується на феномені соціального підтвердження. Людина схильна сприймати інформацію як більш достовірну, якщо бачить, що її підтримує значна кількість інших користувачів. У цифровому середовищі цей механізм підсилюється кількісними індикаторами, а саме: вподобайками, коментарями, поширеннями, переглядами та іншими формами мережевої активності. Навіть якщо частина такої активності створюється штучно за допомогою бот-мереж або координованих інформаційних кампаній, вона все одно здатна формувати відчуття суспільного консенсусу та психологічного тиску більшості.

У сучасному цифровому середовищі також відбувається суттєва трансформація природи авторитету. Якщо в традиційних медіасистемах авторитет переважно був інституційним і асоціювався з державними структурами, офіційними медіа або професійними експертами, то цифрова комунікація сприяла фрагментації авторитету та зростанню ролі мережевих лідерів думок. Значний вплив на політичне сприйняття отримують блогери, анонімні телеграм-канали, інфлюенсери та популярні цифрові спільноти, які нерідко формують високий рівень емоційної довіри без наявності професійної експертизи.

Це створює принципово нову ситуацію для політичної психології. Довіра дедалі частіше формується не на основі компетентності чи достовірності інформації, а через відчуття психологічної близькості, спільної групової належності та емоційного резонансу. Користувачі значно легше сприймають інформацію, яка походить від «своїх», навіть якщо вона суперечить перевіреним фактам або професійним експертним оцінкам. Саме тому сучасна цифрова пропаганда часто апелює не до раціонального переконання, а до емоційної ідентифікації та групової солідарності.

У цьому контексті особливого значення набуває феномен постправди. Його сутність полягає в тому, що емоційні переконання та групова ідентичність починають впливати на політичне сприйняття сильніше, ніж фактична достовірність інформації. Людина може ігнорувати спростування або перевірені дані не через відсутність інформації, а через небажання руйнувати власну емоційну та когнітивну картину світу. Як зазначає Сандер ван

дер Лінден, дезінформація особливо ефективна тоді, коли вона інтегрується у вже наявні переконання та емоційні установки аудиторії (van der Linden, 2022).

Сучасне цифрове середовище також істотно змінює механізми конформізму. Класичні експерименти Соломона Аша демонстрували, що соціальний тиск групи може змушувати людину погоджуватися навіть із очевидно неправильними твердженнями. У цифровому просторі цей механізм набуває нових форм. Користувач постійно стикається з видимими індикаторами підтримки певної позиції, що створює психологічний ефект домінування відповідної думки. У результаті людина може уникати висловлення альтернативної позиції через страх соціального осуду, цифрової агресії або виключення з мережевої спільноти.

Особливо помітно це проявляється у періоди суспільних криз, політичної нестабільності та воєнних конфліктів. В умовах високої емоційної напруги цифрові комунікації часто стимулюють не аналітичну дискусію, а швидкі емоційні реакції. Алгоритми соціальних платформ підсилюють саме той контент, який викликає страх, гнів, моральне обурення або тривогу, оскільки такі емоції збільшують залученість користувачів та тривалість їхньої взаємодії з платформою.

У результаті формується специфічна емоційна архітектура цифрового середовища, у межах якої політична комунікація дедалі більше орієнтується на емоційне збудження аудиторії. Це має безпосередній вплив на якість демократичного публічного простору. Надмірна емоційна інтенсивність цифрової комунікації ускладнює раціональне осмислення суспільних проблем, посилює конфліктність та стимулює радикалізацію політичного дискурсу.

Окремого значення у сучасному цифровому середовищі набуває меметична комунікація. Політичні мему функціонують як інструменти швидкої емоційної інтерпретації політичних подій. Їхня ефективність полягає у здатності стисло та емоційно маркувати складні політичні явища, формуючи спрощене сприйняття політичної реальності. Мем не потребує складної аргументації – він апелює до миттєвого емоційного впізнавання, іронії, колективного досвіду або групової ідентичності.

Психологічна сила меметичної пропаганди значною мірою пов'язана зі зниженням критичності сприйняття через гумор. Людина часто сприймає мем як розважальний контент, хоча він може виконувати функції політичної дегуманізації, дискредитації або формування стійких негативних асоціацій щодо певних політичних суб'єктів. Повторення однакових меметичних образів поступово закріплює відповідні емоційні установки навіть у тих користувачів, які не здійснюють глибокого політичного аналізу.

Новим етапом розвитку цифрової пропаганди стало поширення технологій штучного інтелекту та синтетично згенерованого контенту. Особливу небезпеку в цьому контексті становлять дипфейк-технології, які дозволяють створювати реалістичні аудіо- та відеоматеріали із зображенням або голосом людини, що фактично не відповідають реальним подіям. Якщо раніше маніпуляція переважно стосувалася інтерпретації фактів, то сучасні цифрові технології створюють можливість конструювання фальшивої візуальної реальності, яка сприймається аудиторією як безпосередній доказ.

Психологічна небезпека дипфейків пов'язана насамперед із високим рівнем довіри людини до візуальної інформації. Візуальне сприйняття традиційно асоціюється з безпосередньою очевидністю: людина схильна вважати побачене більш достовірним, ніж текстові повідомлення або абстрактні твердження. У цифрову епоху ця особливість людської психіки стає об'єктом маніпулятивного використання. Навіть короточасне поширення

фальшивого відео може спричинити значний емоційний ефект, викликати паніку, дискредитувати політичних лідерів або посилити суспільну поляризацію.

Водночас небезпека дипфейк-технологій полягає не лише у створенні неправдивих повідомлень, а й у поступовому руйнуванні самої довіри до цифрових доказів. Якщо будь-яке відео потенційно може бути оголошене фальшивим, суспільство опиняється у стані епістемічної невизначеності – втрати впевненості у можливості достовірного пізнання реальності. У таких умовах цифрова пропаганда починає функціонувати не лише як інструмент нав'язування певної позиції, а як механізм розмивання критеріїв істини та формування атмосфери тотальної недовіри.

Саме проблема кризи епістемічної довіри є однією з центральних для сучасного цифрового інформаційного середовища. Сучасна пропаганда дедалі частіше спрямована не на переконання аудиторії в конкретній ідеологічній тезі, а на формування переконання, що об'єктивна істина взагалі є недосяжною. Поширення взаємовиключних версій подій, масове тиражування дезінформації, інформаційне перевантаження та постійне продукування емоційно конфліктного контенту створюють у людини відчуття інформаційного хаосу. У результаті формується цинічне ставлення до будь-яких джерел інформації, професійної журналістики, експертного середовища та демократичних інституцій (Павлов, 2019).

У цьому контексті особливої уваги потребує проблема дезінформації, згенерованої штучним інтелектом. Сучасні системи генеративного штучного інтелекту здатні створювати великі обсяги текстового, аудіального та візуального контенту, який майже неможливо відрізнити від автентичного. Це створює принципово нові виклики для інформаційної безпеки, оскільки маніпулятивний контент може продукуватися автоматизовано, персоналізовано та у надзвичайно великих масштабах (Гончарук-Чолач & Джугла, 2020).

На відміну від традиційної пропаганди, де створення маніпулятивних матеріалів потребувало значних організаційних і фінансових ресурсів, генеративний штучний інтелект істотно знижує бар'єри для масового виробництва дезінформації. У результаті цифровий простір поступово наповнюється синтетичним контентом, який ускладнює процес верифікації інформації та посилює кризу довіри до цифрового середовища загалом.

Особливого значення у сучасному цифровому інформаційному середовищі набувають закриті та напівзакриті комунікаційні платформи, насамперед Telegram. На відміну від традиційних соціальних мереж, Telegram характеризується високим рівнем анонімності, слабшими механізмами модерації контенту та швидким поширенням інформації через мережу каналів і груп. У психологічному вимірі це створює сприятливі умови для поширення емоційно реактивного контенту, чуток, конспірологічних наративів та дезінформації.

Особливістю Telegram-комунікації є також формування специфічного рівня довіри до «неофіційних» джерел інформації. Частина користувачів сприймає анонімні канали як альтернативу офіційним медіа та державній комунікації, що створює додаткові можливості для маніпулятивного впливу. В умовах високої соціальної тривожності та інформаційної невизначеності люди нерідко схильні більше довіряти емоційно насиченим «інсайдерським» повідомленням, ніж офіційним джерелам. Це особливо помітно в умовах війни, коли потреба у швидкому отриманні інформації суттєво посилюється.

Закриті цифрові середовища також сприяють посиленню групової поляризації. Усередині таких мережевих спільнот відбувається постійне взаємне підсилення однакових емоційних реакцій, політичних установок та інтерпретацій подій. У результаті формується високий рівень психологічної замкненості групи та знижується готовність до сприйняття

альтернативної інформації. Подібні механізми значно підсилюють ефект ехо-камер та сприяють радикалізації цифрового дискурсу.

Окремої уваги потребує проблема інформаційної втоми та когнітивного перевантаження. Сучасна людина змушена постійно взаємодіяти з величезними обсягами інформації, значна частина якої має емоційно конфліктний або тривожний характер. Постійне перебування у стані інформаційного перенасичення поступово знижує здатність до аналітичного осмислення повідомлень та стимулює перехід до швидкого емоційного споживання контенту.

Як зазначають Джей Бак-Колман та співавтори, глобальні цифрові мережі створюють середовище, у якому швидкість поширення інформації та механізми колективної поведінки починають перевищувати здатність суспільства до раціонального осмислення інформаційних процесів (Bak-Coleman et al., 2021). У таких умовах надлишок інформації не обов'язково підвищує рівень поінформованості суспільства. Навпаки, інформаційне перевантаження може посилювати когнітивну вразливість людини та спрощувати маніпулятивний вплив.

У стані інформаційної втоми користувачі дедалі частіше покладаються на емоційні реакції, інтуїтивні оцінки та готові інтерпретаційні моделі. Це створює сприятливі умови для поширення дезінформації, конспірологічних теорій та маніпулятивних політичних наративів. Особливо небезпечним є те, що постійний потік конфліктного контенту сприяє емоційному виснаженню суспільства, знижує рівень емпатії та послаблює здатність до критичного дистанціювання від інформаційного впливу.

У цьому контексті принципово важливого значення набуває проблема когнітивної безпеки. У сучасних умовах держави змушені захищати не лише територіальну цілісність або інформаційну інфраструктуру, а й когнітивну стійкість суспільства – здатність громадян критично осмислювати інформацію, зберігати довіру до демократичних процедур та протистояти деструктивним маніпулятивним практикам.

Когнітивна безпека дедалі більше перетворюється на складову національної безпеки держави. Сучасні інформаційні війни спрямовані не лише на зміну політичних переконань населення, а й на підрив здатності суспільства до формування спільної картини реальності. У цьому контексті боротьба ведеться не тільки за інформаційне домінування, а за контроль над механізмами суспільного сприйняття, емоційною архітектурою комунікації та психологічною стійкістю громадян.

Особливо показовим у цьому аспекті є інформаційно-психологічний вимір російсько-української війни. Повномасштабна агресія російської федерації супроводжується масштабними цифровими інформаційними кампаніями, спрямованими на деморалізацію населення, стимулювання соціальної поляризації, формування інформаційної тривожності та підрив довіри до державних інституцій. Російські інформаційні операції активно використовують соціальні мережі, Telegram-канали, бот-мережі, маніпулятивний відеоконтент та емоційно реактивні повідомлення для психологічного виснаження суспільства (Вовк & Бадер, 2024).

Особливістю сучасного інформаційного протистояння є також те, що психологічний вплив інтегрується у повсякденне цифрове середовище людини. Інформаційний простір перетворюється на середовище безперервного емоційного навантаження, у межах якого користувач змушений постійно взаємодіяти з великими потоками тривожного, конфліктного або маніпулятивного контенту. Це сприяє формуванню інформаційної тривожності, емоційного виснаження та зниженню здатності до критичного аналізу повідомлень.

У психологічному вимірі цифрова пропаганда в умовах війни часто використовує механізми страху та невизначеності. Повідомлення про загрози, втрати, внутрішні конфлікти або «зраду» спрямовані на стимулювання тривожності та послаблення психологічної стійкості суспільства. Водночас значна частина маніпулятивного контенту побудована на емоційній поляризації та посиленні взаємної ворожості між різними соціальними групами. Це створює ризики фрагментації суспільства та послаблення соціальної солідарності, яка є критично важливою в умовах воєнного стану.

Важливо також враховувати, що сучасна цифрова пропаганда спрямована не лише на зміну політичних переконань, а й на поступове руйнування довіри як базового механізму функціонування демократичного суспільства. У цифровому середовищі об'єктом інформаційно-психологічного впливу дедалі частіше стають довіра до державних інституцій, професійної журналістики, наукового знання, демократичних процедур та довіра між різними соціальними групами.

У результаті суспільство поступово втрачає здатність до формування спільного інформаційного простору та колективної інтерпретації подій. Це створює умови для розвитку кризи спільної реальності, коли різні групи населення фактично починають існувати у різних інформаційних світах із власними джерелами інформації, емоційними реакціями та системами інтерпретації політичних процесів.

Касс Санстейн підкреслює, що фрагментація цифрового інформаційного середовища створює серйозні ризики для демократичного суспільства, оскільки громадяни дедалі рідше стикаються зі спільним набором фактів та альтернативними позиціями (Sunstein, 2018). У результаті політична поляризація переходить із рівня ідеологічної конкуренції на рівень конфлікту між різними моделями реальності.

У сучасних умовах це має особливо небезпечні наслідки, оскільки цифрові платформи стимулюють поширення не найбільш достовірного контенту, а того, який забезпечує максимальну емоційну реакцію та мережеву активність. Саме тому неправдива або маніпулятивна інформація нерідко поширюється швидше, ніж перевірені аналітичні матеріали. Гордон Пеннікук та Девід Ренд доводять, що значна частина користувачів поширює дезінформацію не через свідоме прагнення маніпулювати, а через низький рівень когнітивної уважності до достовірності контенту (Pennycook & Rand, 2021).

У психологічному вимірі це означає, що сучасна цифрова пропаганда часто використовує не політичну переконаність людини, а особливості повсякденного цифрового споживання інформації. Постійна взаємодія з великими обсягами контенту, дефіцит часу, інформаційна втома та емоційне перевантаження знижують здатність користувача до критичної перевірки повідомлень. За таких умов людина значно частіше орієнтується на емоційне враження, реакцію групи або швидкі інтуїтивні оцінки.

Окремого значення набуває проблема психологічної стійкості суспільства до цифрових маніпулятивних практик. Сучасні дослідження демонструють, що ефективна протидія дезінформації не може обмежуватися лише спростуванням неправдивих повідомлень. Значна частина маніпулятивного впливу функціонує на емоційному, ідентифікаційному та поведінковому рівнях, а тому потребує комплексного підходу до формування інформаційної стійкості (Висоцька, 2024).

Сандер ван дер Лінден обґрунтовує концепцію психологічної інокуляції – попереднього формування стійкості до дезінформації через ознайомлення людини з типовими маніпулятивними техніками та механізмами інформаційного впливу (van der

Linden, 2022). Джон Рузенбек та співавтори емпірично показують, що попереднє ознайомлення користувачів із типовими прийомами маніпуляції здатне підвищувати стійкість до дезінформації у соціальних мережах (Roosenbeek et al., 2022). Подібний підхід дозволяє підвищувати здатність аудиторії розпізнавати емоційні маніпуляції, когнітивні викривлення та деструктивні інформаційні практики ще до моменту безпосереднього контакту з пропагандистським контентом.

Важливу роль у забезпеченні психологічної стійкості відіграють розвиток критичного мислення, медіаграмотність, емоційна саморефлексія, навички перевірки інформації, довіра до професійних джерел комунікації та здатність до когнітивного дистанціювання від емоційно реактивного контенту. Водночас сучасні дослідження свідчать, що проблема цифрової пропаганди не може розглядатися виключно як технологічна або комунікаційна. Її сутність полягає у трансформації самої структури суспільного сприйняття реальності в умовах алгоритмізованого цифрового середовища.

Таким чином, сучасна цифрова пропаганда являє собою складну систему психологічного управління інформаційним середовищем, яка функціонує через поєднання класичних соціально-психологічних механізмів із алгоритмізованими технологіями цифрової комунікації. Її ефективність ґрунтується на використанні когнітивних упереджень, емоційної мобілізації, групової ідентичності, алгоритмічного підсилення та мережевої структури сучасного інформаційного простору. У цифрову епоху боротьба за політичний вплив дедалі більше перетворюється на боротьбу за контроль над увагою, емоціями та інтерпретацією реальності, що надає проблемі психологічної стійкості суспільства принципово нового значення.

Висновки

Проведене дослідження дозволяє дійти висновку, що в умовах цифрової комунікації політична пропаганда зазнала суттєвої трансформації та набула якісно нових форм психологічного впливу. Якщо класична пропаганда індустріальної епохи переважно функціонувала як централізована система масового ідеологічного впливу, то сучасна цифрова пропаганда являє собою алгоритмізовану мережеву систему управління увагою, емоціями, довірою та інтерпретацією політичної реальності.

Установлено, що ефективність сучасної цифрової пропаганди ґрунтується на поєднанні класичних соціально-психологічних механізмів із технологічними можливостями цифрового середовища. Найважливішими психологічними механізмами інформаційного впливу виступають когнітивна економія, емоційна мобілізація, конформізм, потреба у визначеності, групова ідентичність, соціальне підтвердження та схильність до спрощеного сприйняття складної політичної реальності. Доведено, що цифрові платформи суттєво підсилюють ці механізми через алгоритмічне ранжування контенту, персоналізовані інформаційні стрічки, ехо-камери, інформаційні бульбашки та поведінкове мікротаргетування.

Визначено, що сучасна цифрова пропаганда дедалі рідше функціонує як пряме нав'язування певної ідеології. Натомість її ключовою особливістю стає управління інформаційним середовищем, у межах якого користувач поступово формує необхідні політичні висновки під впливом емоційно структурованого контенту, алгоритмічного підсилення та мережевої динаміки цифрової комунікації.

Дослідження показало, що однією з центральних тенденцій сучасного цифрового інформаційного середовища є криза епістемічної довіри, яка проявляється у поступовому розмиванні критеріїв достовірності, зниженні довіри до професійної журналістики, експертного середовища та демократичних інституцій. У цих умовах цифрова пропаганда спрямовується не лише на формування певних політичних переконань, а й на дестабілізацію здатності суспільства до формування спільної картини реальності.

Особливої актуальності проблема цифрової пропаганди набуває в умовах російсько-української війни та дії правового режиму воєнного стану. Повномасштабна агресія російської федерації продемонструвала, що сучасне інформаційно-психологічне протистояння є складовою ширшої системи гібридної війни, у межах якої цифрові комунікації використовуються для деморалізації населення, стимулювання соціальної поляризації, підриву довіри до державних інституцій та психологічного виснаження суспільства.

Обґрунтовано, що ефективна протидія цифровій пропаганді потребує комплексного підходу, який поєднає розвиток критичного мислення, медіаграмотності, емоційної саморефлексії, інституційної довіри та психологічної стійкості суспільства. У сучасних умовах когнітивна стійкість громадян стає необхідною передумовою демократичної життєздатності держави, а здатність суспільства критично осмислювати цифровий інформаційний вплив – одним із ключових чинників суспільної стабільності та національної безпеки. Перспективи подальших досліджень пов'язані з вивченням впливу генеративного штучного інтелекту на політичну комунікацію, аналізом нових форм цифрового психологічного впливу та розробленням моделей формування когнітивної безпеки суспільства в умовах війни, цифрової поляризації та глобальної інформаційної нестабільності.

Література

1. Андрущенко, Т.В., & Зеленін, В.В. (2021). Психологія політичної пропаганди. Методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. Київ : НПУ імені М.П. Драгоманова. Режим доступу : <https://enpuirb.udu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4610b863-9c34-4220-abd4-1142f40e3eb5/content>
2. Висоцька, О. (2024). Особливості трансформації пропаганди як інструменту впливу у суспільстві метамодерну. *Вісник Дніпровської академії неперервної освіти*. Серія: Філософія. Педагогіка, 6(1), 23-31. <https://doi.org/10.54891/2786-7013-2024-1-3>
3. Вовк, С., & Бадер, А. (2024). Деконструкція іміджу російської федерації: механізми пропаганди та маніпуляцій. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом*. Політичні науки та публічне управління, 4(76), 21-28. [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2024-4\(76\)-3](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2024-4(76)-3)
4. Гончарук-Чолач, Т.В., & Джугла, Н.В. (2020) *Теорія та практика політичної пропаганди*. Підручник. Київ : Ліра-К.
5. Кочубейник, О.М. (2022). Інфодемія як форма конкуренції проблем на публічних аренах. *Проблеми політичної психології*, 11(25), 85-98. <https://doi.org/10.33120/popp-Vol25-Year2022-87>
6. Найдьонов, М.І., & Найдьонова, Л.А. (2022). Психологічні проблеми вимірювання схильності до відтворювання фашизму, авторитаризму. *Проблеми політичної психології*, 11(25), 99-141. <https://doi.org/10.33120/popp-Vol25-Year2022-89>
7. Павлов, Д.М. (2016) Ідеологічний механізм політичної пропаганди. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова, Серія 22. Політичні науки та методика викладання*

- соціально-політичних дисциплін, 19, 169-174. Режим доступу : <https://enpuir.udu.edu.ua/entities/publication/bb28d81b-8f79-4065-b5f5-89a3f13301c5>
8. Павлов, Д. (2019). Ціннісно-нормативні механізми політичної пропаганди. *Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії*, 26, 170-177. <https://doi.org/10.30970/2307-1664.2019.26.21>
 9. Титаренко, Т.М. (2022). Соціально-психологічний супровід постраждалих унаслідок травматизації: євроінтеграційні перспективи. *Проблеми політичної психології*, 11(25), 7-23. <https://doi.org/10.33120/popp-Vol25-Year2022-92>
 10. Bak-Coleman, J.B., Alfano, M., Barfuss, W., Bergstrom, C.T., Centeno, M.A., Couzin, I.D., Donges, J.F., Galesic, M., Gersick, A.S., Jacquet, J., Kao, A.B., Moran, R.E., Romanczuk, P., Rubenstein, D.I., Tombak, K.J., Van Bavel, J.J., & Weber, E.U. (2021). Stewardship of global collective behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(27), e2025764118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2025764118>
 11. Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
 12. Haidt, J. (2012). *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. New York : Pantheon Books.
 13. Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York : Farrar, Straus and Giroux.
 14. Mason, L. (2018). *Uncivil agreement: How politics became our identity*. Chicago : University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226524689.001.0001>
 15. Pennycook, G., & Rand, D.G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
 16. Roozenbeek, J., van der Linden, S., Goldberg, B., Rathje, S., & Lewandowsky, S. (2022). Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. *Science Advances*, 8(34), eabo2894. <https://doi.org/10.1126/sciadv.abo2894>
 17. Sunstein, C.R. (2018). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton : Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400890521>
 18. Van der Linden, S. (2022). *Foolproof: Why misinformation infects our minds and how to build immunity*. United Kingdom : HarperCollins.
 19. Woolley, S.C., & Howard, P.N. (2018). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. United Kingdom, England : Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190931407.001.0001>
 20. Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. New York : PublicAffairs.

References

1. Andrushchenko, T.V., & Zelenin, V V. (2021). *Psykhologhiia politychnoi propahandy: Metodychni rekomendatsii dlia samostiinoi roboty studentiv [Psychology of political propaganda: Methodological recommendations for students' independent work]*. Kyiv : National Pedagogical Dragomanov University. Retrieved from <https://enpuirb.udu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/4610b863-9c34-4220-abd4-1142f40e3eb5/content> [in Ukrainian].
2. Honcharuk-Cholach, T.V., & Dzuhla, N.V. (2020). *Teoriia ta praktyka politychnoi propahandy [Theory and practice of political propaganda]*. Kyiv : Lira-K. [in Ukrainian].
3. Kochubeinyk, O.M. (2022). Infodemiia yak forma konkurentsii problem na publichnykh arenakh [Infodemic as a form of competition of problems in public arenas]. *Problemy politychnoi psykhologii – Problems of Political Psychology*, 11(25), 85-98. <https://doi.org/10.33120/popp-Vol25-Year2022-87>[in Ukrainian].
4. Naidonov, M.I., & Naidonova, L.A. (2022). Psykhologichni problemy vymyriuvannia skhylnosti do vidtvoriuvannia fashyzmu, avtorytaryzmu [Psychological problems of measuring the tendency to reproduce fascism and authoritarianism]. *Problemy politychnoi psykhologii –*

- Problems of Political Psychology*, 11(25), 99-141. <https://doi.org/10.33120/popp-Vol25-Year2022-89> [in Ukrainian].
5. Pavlov, D.M. (2016). *Ideolohichniy mekhanizm politychnoi propahandy* [The ideological mechanism of political propaganda]. *Naukovyi chasopys NPU imeni M. P. Drahomanova. Seriiia 22. Politychni nauky ta metodyka vykladannia sotsialno-politychnykh dystsyplin – Scientific Journal of NPU named after M. P. Drahomanov. Series 22. Political Sciences and Teaching Methods of Socio-Political Disciplines*, 19, 169-174. Retrieved from <https://enpuir.udu.edu.ua/entities/publication/bb28d81b-8f79-4065-b5f5-89a3f13301c5> [in Ukrainian].
 6. Pavlov, D. (2019). *Tsinnisno-normatyvni mekhanizmy politychnoi propahandy* [Value-normative mechanisms of political propaganda]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Filosofsko-politolohichni studii – Visnyk of Lviv University. Philosophical and Political Studies*, 26, 170-177. <https://doi.org/10.30970/2307-1664.2019.26.21> [in Ukrainian].
 7. Tytarenko, T. M. (2022). *Sotsialno-psykholohichniy suprovid postrazhdalykh unaslidok travmatyzatsii: yevrointehratsiini perspektyvy* [Socio-psychological support for victims of traumatization: European integration perspectives]. *Problemy politychnoi psykholohii – Problems of Political Psychology*, 11(25), 7-23. <https://doi.org/10.33120/popp-Vol25-Year2022-92> [in Ukrainian].
 8. Vysotska, O. (2024). *Osoblyvosti transformatsii propahandy yak instrumentu vplyvu u suspilstvi metamodernu* [Peculiarities of propaganda transformation as an instrument of influence in the metamodern society]. *Visnyk Dniprovskoi akademii neperervnoi osvity. Serija: Filosofiia. Pedahohika – Bulletin of Dnipro Academy of Continuing Education. Series: Philosophy. Pedagogy*, 1, 23-31. <https://doi.org/10.54891/2786-7013-2024-1-3> [in Ukrainian].
 9. Vovk, S., & Bader, A. (2024). *Dekonstruksiia imidzhu Rosiiskoi Federatsii: Mekhanizmy propahandy ta manipuliatsii* [Deconstruction of the image of the Russian Federation: Mechanisms of propaganda and manipulation]. *Naukovi pratsi Mizhrehionalnoi Akademii upravlinnia personalom. Politychni nauky ta publichne upravlinnia – Scientific Papers of the Interregional Academy of Personnel Management. Political Sciences and Public Administration*, 4(76), 21-28. [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2024-4\(76\)-3](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2024-4(76)-3) [in Ukrainian].
 10. Bak-Coleman, J.B., Alfano, M., Barfuss, W., Bergstrom, C.T., Centeno, M.A., Couzin, I.D., Donges, J.F., Galesic, M., Gersick, A.S., Jacquet, J., Kao, A.B., Moran, R.E., Romanczuk, P., Rubenstein, D.I., Tombak, K.J., Van Bavel, J.J., & Weber, E.U. (2021). Stewardship of global collective behavior. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(27), e2025764118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2025764118>
 11. Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(9), e2023301118. <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
 12. Haidt, J. (2012). *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. New York : Pantheon Books.
 13. Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York : Farrar, Straus and Giroux.
 14. Mason, L. (2018). *Uncivil agreement: How politics became our identity*. Chicago : University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226524689.001.0001>
 15. Pennycook, G., & Rand, D.G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>
 16. Roozenbeek, J., van der Linden, S., Goldberg, B., Rathje, S., & Lewandowsky, S. (2022). Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. *Science Advances*, 8(34), eabo2894. <https://doi.org/10.1126/sciadv.abo2894>
 17. Sunstein, C.R. (2018). *Republic: Divided democracy in the age of social media*. Princeton : Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400890521>
 18. Van der Linden, S. (2022). *Foolproof: Why misinformation infects our minds and how to build immunity*. United Kingdom : HarperCollins.

19. Woolley, S.C., & Howard, P.N. (2018). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media*. United Kingdom, England : Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190931407.001.0001>
20. Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. New York : PublicAffairs.

PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF POLITICAL PROPAGANDA IN THE CONTEXT OF DIGITAL COMMUNICATION

Tetiana Andrushchenko

Doctor of Political Sciences, Professor,

Head of the Department of Psychology

Mykhailo Dragomanov State University of Ukraine

9, Pyrohov Str., Kyiv, Ukraine, 01601

t.v.andrushchenko@udu.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0001-6701-8035>

Abstract

The article examines the psychological mechanisms of political propaganda in the context of digital communication and analyzes the transformation of information and psychological influence under the impact of an algorithm-driven digital environment. It is substantiated that contemporary digital propaganda differs significantly from classical models of mass ideological influence, as it operates as a multilevel system of managing attention, emotions, trust, behavioral responses, and the interpretation of political reality. It is established that its effectiveness is ensured through the exploitation of cognitive biases, emotional mobilization, group identity, and algorithmic amplification of content. The article analyzes the role of social networks, recommendation algorithms, echo chambers, filter bubbles, memetic communication, microtargeting, personalized information flows, deepfake technologies, bot networks, and artificial intelligence-generated content in shaping political perception, public opinion, and electoral behavior. It is demonstrated that the algorithm-driven information environment intensifies affective polarization, the dehumanization of political opponents, and the crisis of epistemic trust. Special attention is paid to the information and psychological dimension of the Russian-Ukrainian war, within which propaganda technologies are employed as a component of hybrid conflict to demoralize the population, manipulate public consciousness, spread disinformation, destabilize the socio-political situation, and undermine social resilience. It is argued that under martial law, psychological, informational, cognitive, and media literacy resilience of society acquires strategic importance for ensuring national security, the democratic viability of the state, effective counteraction to information outflows, and strengthening of societal resilience.

Keywords: political propaganda, digital communication, information and psychological influence, echo chambers, filter bubbles, digital disinformation, psychological resilience, cognitive security.

Подано 14.05.2026

Рекомендовано до друку 22.05.2026