

## ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ ВПЛИВ НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ

**Сіленко Алла Олексіївна**

доктор політичних наук, професор,  
професор кафедри мовної та психолого-педагогічної підготовки  
Одеського національного економічного університету  
ORCID ID: 0000-0001-9420-0019  
ResearcherID Web of Science: GRJ-9250-2022

**Пасхіна Олена Євгенівна**

здобувачка освітнього ступеня другого  
рівня вищої освіти за спеціальністю 053 «Психологія»  
Одеського національного економічного університету

У статті розглядається процес інформаційно-психологічного впливу на людину та суспільство, на громадську думку, у тому числі методів маніпуляції та пропаганди, що застосовуються у сучасному інформаційному просторі.

Метою дослідження є теоретичний аналіз інформаційно-комунікаційного впливу на громадську думку. Для досягнення цієї мети були поставлені наступні дослідницькі завдання: проаналізувати ступінь розробленості проблеми; дослідити понятійно-категоріальний апарат дослідження; розглянути основні теоретико-методологічні підходи до дослідження інформаційно-психологічного впливу на громадську думку; проаналізувати особливості протидії деструктивному впливу та маніпулюванню.

В основу дослідження покладено міждисциплінарний підхід, оскільки проблема інформаційно-психологічного впливу на думку лежить у сфері міждисциплінарної взаємодії: права, психології, соціології, права та інформаційних технологій.

Теоретико-методологічною основою стали роботи видатних мислителів різних періодів, зокрема П. Лазарсфельда, Г. Лассуелла, М. Маклюєна, В. Ліпмана, С. Московичі, Б. Берельсона, Н. Луман, Е. Ноель-Нойман та ін., які дійшли висновку про могутній вплив інформаційно-психологічного середовища на індивідуальну та масову свідомість.

В результаті дослідження сформульовано визначення суспільної думки та інформаційно-психологічного впливу на громадську думку. На наш погляд, громадська думка це продукт суспільної свідомості, що є сукупністю думок членів великих соціальних груп про прояви соціального життя (факти, явища, процеси та ін.), і впливає на соціально-політичні процеси в суспільстві та державі.

Інформаційно-психологічний вплив на громадську думку – це спрямованість інформаційно-психологічних способів на суспільну свідомість, внаслідок якої думки, погляди, уподобання, ціннісні орієнтації, а також поведінка об'єкта впливу змінюються відповідно до цілей суб'єкта впливу.

**Ключові слова:** інформаційно-психологічний вплив, громадська думка, інформаційно-комунікаційні технології, громадська свідомість, пропаганда, маніпулювання, дезінформація.

## Silenko A. O., Paskhina O. Ye. INFORMATION AND PSYCHOLOGICAL IMPACT ON PUBLIC OPINION

The purpose of the research is a theoretical analysis of the information and communication impact on public opinion. To achieve this goal, the following research tasks were set: – to analyze the degree of development of the problem; examine the conceptual and categorical apparatus of research; consider the main theoretical and methodological approaches to the study of informational and psychological influence on public opinion; to analyze the features of resistance to destructive influence and manipulation.

The research is based on an interdisciplinary approach, since the problem of informational and psychological influence on public opinion lies in the field of interdisciplinary interaction: law, psychology, sociology, law and information technologies.

The theoretical and methodological basis became the works of outstanding thinkers of different periods, in particular, P. Lazarsfeld, H. Lasswell, M. McLuhan, V. Lipman, S. Moskovycha, B. Berelson, N. Luhmann, E. Noel-Neumann, and others, who came to the conclusion about the powerful influence of the informational and psychological environment on individual and mass consciousness.

As a result of the research, definitions of public opinion and informational and psychological influence on public opinion are formulated. In our opinion, public opinion is a product of public consciousness, which is a set of opinions of members of large social groups about the manifestations of social life (facts, phenomena, processes, etc.), and has an impact on social and political processes in society and the state.

Information-psychological impact on public opinion is the direction of information-psychological methods on public consciousness, as a result of which thoughts, views, preferences, value orientations, as well as behavior of the object of influence change in accordance with the goals of the subject of influence.

**Key words:** information-psychological influence, public opinion, information-communication technologies, public consciousness, propaganda, manipulation, misinformation.

**Вступ.** Актуальність дослідження обумовлена тим, що в умовах бурхливого науково-технічного прогресу, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) суспільна свідомість зазнає потужного інформаційно-психологічного впливу. Можна сказати, що ІКТ прямо загрожують інформаційно-психологічній безпеці особистості, тому що результатом їх впливу є зниження стійкості психіки особистості до різних інформаційних впливів. Таким чином, вплив інформаційних технологій двоякий. З одного боку, вони сприяють позитивному розвитку людства, з іншого – стають інструментом несанкціонованого доступу як до джерела, так і до споживача (особистості).

Тому актуальним є дослідження процесу інформаційно-психологічного впливу на людину та суспільство, на громадську думку, у тому числі методів маніпулювання та пропаганди, що застосовуються у сучасному інформаційному просторі.

**Метою дослідження** є теоретичний аналіз інформаційно-комунікаційного впливу на громадську думку. Для досягнення даної мети були поставлені наступні дослідницькі **завдання**: проаналізувати ступень розробленості проблеми; дослідити понятійно-категоріальний апарат дослідження; розглянути основні теоретико-методологічні підходи до дослідження інформаційно-психологічного впливу на громадську думку; проаналізувати особливості протидії деструктивному впливу та маніпулюванню.

**Методи дослідження.** В основу дослідження покладено міждисциплінарний підхід, оскільки проблема інформаційно-психологічного впливу на громадську думку лежить у сфері міждисциплінарної взаємодії: права, психології, соціології, права та інформаційних технологій.

Теоретико-методологічною основою стали роботи видатних мислителів різних періодів, зокрема П. Лазарсфельда, Г. Лассуелла, М. Маклюєна, В. Ліпмана, С. Московичі, Б. Берельсона, Н. Луман, Е. Ноель-Нойман та ін., які дійшли висновку про могутній вплив інформаційно-психологічного середовища на індивідуальну та масову свідомість.

**Результати.** Серед наукових праць, присвячених дослідженню формування громадської думки, насамперед, слід зазначити праці відомого українського соціолога Володимира Осовського, зокрема, монографію «Громадська думка: спроба соціологічної інтерпретації», в якій він дійшов висновку про те, що «з соціологічної точки зору полстери не мають справи з реальними суб'єктами громадської думки. Дані полінів – це певна сума індивідуальних думок, серед яких містяться, а може й ні, суб'єкти громадської думки... Громадська думка – це не просто механічна сума індивідуальних думок» [1, с. 29, 46].

Інформаційний вплив на громадську думку українського суспільства вивчали Н. Волошина, С. Череватий. Технології впливу на масову свідомість в умовах інформаційної гібридної війни аналізувала Т. Биркович. *Політичний вплив технологій інформаційного суспільства досліджувала А. Сіленко.* Індивідуально-психологічні прояви навіювання як властивості особистості вивчала Ю. Фоля. Психологічні механізми впливу на суспільну свідомість досліджував О. Чорний. Особливості маніпулювання, як інструменту психологічного впливу на свідомість вивчали О. Войтко, В. Кацалап, В. Рахімов та ін. Роль пропаганди у політичних, соціальних та етнічних протистояннях вивчав О. Близнюк. Ю. Сабадаш та С. Пахоменко досліджували роль сучасних мас-медіа у пропаганді та контрпропаганді.

Вплив як соціально-психологічний феномен завжди був предметом наукового інтересу в соціальній психології, адже «під впливом інформаційного середовища змінюється й соціальне середовище» [2, с. 75], змінюється поведінка людей під час взаємодії друг з одним.

Як пише Девід Майєрс у своєму популярному підручнику «Соціальна психологія», через усі питання взаємодії людей «червоною ниткою проходить одна й та сама думка – думка про те, як люди сприймають одне одного та впливають один на одного. Саме на ці питання і намагається відповісти соціальна психологія. Вона вивчає установки та переконання, конформність та незалежність, любов та ненависть. Говорячи формальною мовою, соціальна психологія – це наука про те, як люди думають один про одного, впливають один на одного і ставляться один до одного».

Українські психологи справедливо вказують на те, що вплив асоціюється з дією, яка в психологічній науці є однією із центральних категорій. Її можна сприймати «як «клітину», «осередок» психічного, інваріантну структуру, що надає психічному визначеності, виразності, цілісності, буттєвості» [3, с. 202].

Складність соціально-психологічного феномена «вплив» підтверджується його багатоаспектністю. Так, його можна вважати окремим явищем, але можна вважати і процесом, що включає дії, вчинки, пов'язані між собою змістом, простором та часом [3, с. 203].

Поняття «інформаційно-психологічний вплив» є у науковій психологічній та соціологічній літературі досить затребуваним. У той самий час слід зазначити, що у науковій літературі використовується велика кількість синонімічних понять. Назвемо деякі з них: психологічний вплив, соціальний вплив, комунікативний вплив, інформаційний вплив, маніпулятивний вплив, маніпулювання свідомістю, приховане керування та ін.

Психологічний вплив це вплив на психіку, емоції, почуття, думки людей за допомогою психологічних засобів: вербальних (словесних) чи невербальних (несловесних).

Щодо особливостей психологічного впливу засобів масової інформації на поведінку людей у політичних цілях, то, як вважає А. Сіленко, «цей вплив непомітний, а отже й не існує опору йому з боку реципієнтів. Перебуваючи під впливом препарованої політичної інформації, людина непомітно для себе може перетворитися з опонента влади на її прихильника, голосувати всупереч власним інтересам, усунути від участі в політичному житті» [4, с. 54].

Про значущість громадської думки в житті людей свідчать її функції: аналітична, оцінна, консультативна, регулятивна, інформаційна та ін. Без перебільшення можна сказати, що вони формують потреби, інтереси, переваги, ціннісні настанови та ін. Тобто є агентами впливу на світогляд людини, загалом виконуючи виховну та освітню функції.

Як відомо, громадська думка в основному досліджується соціологічною наукою. Важливість дослідження цього соціального феномена підтверджено тим, що соціологи виділили цілий напрямок у структурі науки, присвячене вивченню громадської думки. Проте, громадська думка це складноструктурний феномен, який, як правильно зазначає Стефанчук, включає соціально-політичні, ідеологічні, етичні та інші елементи [5].

Поняття «суспільна думка» (у перекладі з англ. public opinion) у науковій літературі вперше з'явилося завдяки англійському письменнику лорду Дж. Солсбері. Сталося це у XII ст., коли державний діяч Солсбері спробував оцінити рівень підтримки населенням діяльності англійського парламенту. До XVIII ст. дане поняття стало загальноприйнятим у більшості країн. В Україні наприкінці 80-х років XX ст. завдяки Центру дослідження громадської думки, філії якого відкрилися у великих містах країни, розпочалися перші дослідження громадської думки українських громадян. Активізація досліджень громадської думки була пов'язана з демократичними процесами, що охопили політичний, економічний та культурний простір.

Невеликий екскурс в історію науки показує, що громадська думка була у центрі дослідницького інтересу вже наприкінці XIX століття. Саме тоді були відкриті теорії психології народів та мас та психології натовпу французьких соціологів Г. Тарда та Г. Лебона. У 20–40-х роках. XX століття громадська думка досліджувалась у рамках соціально-психологічних теорій, які подарувала світові американська соціологія в особі її видатних учених У. Ліпмана, Ф. Тьонніса та ін.

У період з 40-х до 70-х років. XX ст. у фокусі наукових досліджень П. Лазарсфельда, Б. Берельсона, Г. Блумера та ін. виявилися питання взаємодії суспільної думки та засобів масової комунікації, методи пропаганди та маніпулювання громадською думкою та ін.

Розглянемо кілька теорій, які стали основоположними у поясненні соціально-психологічних механізмів формування громадської думки. Так, теорія двоступінчастого порогу комунікації соціологів П. Лазарсфельда, Б. Берельсона та Г. Годе (1940 р.) пояснює процес поширення інформації та її впливу на громадську думку. З їхньої точки зору, інформацію від засобів масової інформації спочатку отримують впливові, авторитетні люди, так звані «лідери думок», а потім, на другому етапі, інформація від них передається решті. Отже, з цієї теорії, «лідери думок» є суб'єктом формування громадської думки. «Лідери думок» – це авторитетні у суспільстві люди, політики, державні діячі, науковці, спортсмени, артисти, письменники та ін.

У знаменитій роботі У. Ліпмана «Громадська думка» аналізуються відмінності між «світом зовнішнім та світом у наших головах». Враховуючи ці відмінності, учений висловив думку, згідно з якою середня людина навряд чи зможе орієнтуватися в навколишньому світі. Вчений у своїх наукових дослідженнях керувався оцінками соціальної ситуації, що склалася у 30-х роках XX століття. Люди не мали достатньо інформації, а також багато хто з них не був підготовлений до сприйняття інформації з медіа, ні соціально, ні психологічно. Ліпман вважав, що збирання та поширення інформації повинні здійснюватися під контролем інтелектуальної еліти, так званої, технократії, яка за допомогою наукових методів визначала б одержувачів тієї чи іншої інформації. Крім того, він пропонував створити бюро розслідувань, яке б аналізувало інформацію та приймало рішення, яку інформацію слід поширювати серед громадян, а яку – ні.

Теорія П. Лазарсфельда, яка в науковій літературі згадується як теорія обмежених ефектів, стала результатом великої копіткої роботи вченого зі збору даних, завдяки яким стало зрозуміло, що влада медіа перебільшена, а люди виявляють досить високий рівень спритності, щоб не впливати на медіа. Теорія ґрунтується на трьох важливих положеннях. Перше – кожна підгрупа має своїх лідерів думки. Друге – оскільки лідери думки є представниками різних соціальних верств суспільства, то медіаповідомлення можуть мати різні інтерпретації. І третє – масова аудиторія отримує повідомлення, що пройшли через різні фільтри. Для підвищення рівня розуміння інформації різними соціальними групами повідомлення адаптуються з урахуванням підготовки конкретних груп.

У сучасний період, який розпочався у 70-ті роки XX ст. і продовжується досі, з'явилися теорії, що розкривають сутність громадської думки та особливості процесу її формування та розвитку. Особливий внесок у вивчення цих питань зробили Е. Ноель-Нойман, Н. Луман та ін.

Ідею про те, що громадська думка є проявом масової суспільної свідомості підтримує більшість науковців, у тому числі Н. Руденко і Б. Грушин. Н. Руденко вважає, що «Термін «громадська думка», що є одним із центральних у теорії комунікації, визначає функції, завдання та потенційні загрози сучасних медіа». З погляду Б. Грушина, громадська думка це «спосіб формування і вияву масової свідомості, в якому відображається наявність у соціальної групи спільних уявлень, суджень щодо суспільно важливих подій і фактів» [6, с. 23].

Зарубіжні дослідники розробили модель «стимул-реакція», яка дозволяє спростити для розуміння формування суспільної думки. Виходячи з назви моделі, можна зрозуміти, що вплив засобів на свідомість людей (стимул) викликає їх реакцію. Вчені зафіксували зв'язок між змістом інформації та поведінкою користувачів ЗМІ. Так, М. Шенк вважає, що «ретельно оформлені стимули через ЗМІ однаково досягають кожного індивіда у суспільстві і в результаті в усіх індивідів виникає ідентична реакція» [7, с. 14].

Заслугує на увагу точка зору американської вченої Ф. Фентон, яка вважає громадську думку реакцією на такий стимул, як навіювання. Це процес «за допомогою якого думки, образи, спонукання або будь-які подразники надходять ззовні, впливаючи на стан нервової системи або поведінку... Така трансформація відбувається під впливом стимулу, що має пряму, хоча і не усвідомлену подібність чи ставлення до образу, який надійшов ззовні, чи психічного настрою, від якого значною мірою або повністю залежать наслідки дії, що була навіяна» [6, с. 24].

Вчені вважають основними методами руйнування розуму людини пропаганду, маніпулювання, дезінформацію та поширення міфів [8, с. 48].

Т. Біркович справедливо зазначає, що «пропаганда стосується переважно психологічної сфери людини, мас чи певних соціальних груп, її методи базуються на соціально-психологічних факторах і найчастіше зводяться до певних прийомів і «брудних технологій» [9, с. 12].

Г. Лассуелл в теорії пропаганди справедливо вказував на те, що в умовах економічних та політичних криз люди більш податливі впливу пропаганди. Цілі країни стають психологічно невірніми та податливими до маніпулювання. У такі моменти інструменти масового переконання можуть на успіх. Таким інструментом є пропаганда. Т. Біркович у зв'язку з цим пише: «пропаганда, що є видом суспільної діяльності, пов'язаним із масовим переконанням у правильності чи неправильності певних ідей, думок, понять і принципів [9, с. 11]. Практика пропаганди вдосконалюється з моменту її виникнення. В умовах розвитку інформаційного суспільства створення пропаганди та її мети стають дедалі витонченішими.

Не менш витонченим методом на громадську думку є маніпулювання. Це поняття, як і інші, має безліч варіантів визначень. Так, на думку американського вченого Г. Шіллера, маніпулювання це «приховане програмування думок, намірів, почуттів, ставлень, установок поведінки» [7, с. 92].

У науковій літературі, присвяченій маніпулюванню за допомогою ЗМІ, описано три етапи інформаційного впливу: 1) формування несистематизованого та масштабного інформаційного потоку, так званого, інформаційного валу, що спрямовується на цільові аудиторії; 2) виникнення помітної довіри до різноманітної інформації, на основі чого інформаційний потік сегментується (вибірковий та дозований характер); 3) розширення обміну інформації «зі «своїми» суб'єктами інформаційного поля та обмежується інформаційний потік для «чужих» («інформаційне партнерство», «інформаційна закритість»)» [10, с. 122].

Дезінформація, як і пропаганда і маніпулювання, є методом психологічного переконання, суть якого в тому, що адресату доставляється хибна інформація. Дезінформація стає причиною моральної деформації, агресії, проявів насильства. Джуліан Ассанж у своїй промові для студентів Кембриджського університету засумнівався в Інтернеті як просторі свободи слова, прав людини та громадянської активності, та назвав його «технологією, яку можна використовувати для створення тоталітарного шпигунського режиму, якого ми досі не бачили» [10, с. 126].

В інформаційному просторі засоби масової інформації часто називають «четвертою владою» після виконавчої, законодавчої та судової влади. Цим наголошується вагома роль ЗМІ у процесі впливу на соціально-політичні процеси, формування громадської думки. Але мало хто пам'ятає, що таку назву пресі дав великий французький письменник О. де Бальзак у 1840 р. Звичайно ж, класик використав художню гіперболу, яку, проте, надалі підхопили багато пострадянських дослідників ролі медіа у суспільних процесах. Ми ж слідом за українським дослідником В. Волянським уточнимо, що «четвертою владою» завжди в усьому світі називали саме громадську думку [11, с. 99].

Проблема захисту свідомості громадян від деструктивного інформаційно-психологічного впливу тісно пов'язана із питанням інформаційно-психологічної безпеки держави та суспільства. Здатність особистості протистояти деструктивному інформаційному впливу визначається такими критеріями, як уміння критично мислити та аналізувати, оцінювати інформацію та формувати на її основі власну точку зору. Все це під силу людині розумній, освіченій. Так, С. Рубінштейн вважав, що зрілий розум

відрізняється здатністю до критичності, а наївний розум, навпаки, некритичний, схильний до віри на слово, легко, не замислюючись, приймає рішення.

Критичному мисленню вчив своїх учнів Сократ. Він ставив їм такі питання, відповісти на які було можливо лише шляхом обґрунтування та аргументації. 2,5 тис років тому з'явилася критична техніка, на основі якої народилася «логіка», яку Аристотель раніше назвав «органомом».

Критичному мисленню присвятили свої праці американські вчені У. Джемс та Дж. Дьюї. У 80-ті роки ХХ ст. розвиток критичного мислення було проголошено однією з освітніх цілей у багатьох американських штатах. У 90-х роках їх приклад наслідували і багато європейських країн.

Розмірковуючи про проблему протидії інформаційним впливам, Т. Марусяк вважає, що це можливо на трьох рівнях: макро-, мезо- та мікрорівні. Макрорівень – це державна інформаційна політика, яка має бути орієнтована на розвиток незалежних ЗМІ, свободи слова, боротьбу з фейковою інформацією тощо. Мезорівень – відсутність маніпулювання у діяльності ЗМІ, принципами якої мають бути істинність, об'єктивність у поданні інформації. Мікрорівень – це активність самих громадян та соціальних груп [7, с. 93].

Однією з ефективних рекомендацій, як протидіяти інформаційному впливу, є використання інформації з багатьох різноманітних джерел. На основі аналізу цієї інформації формується індивідуальна думка.

Т. Біркович вважає, що протистояти можна найпотужнішому інформаційно-психологічному впливу. Але на це має бути спрямована інформаційно-просвітницька робота [9, с. 12].

**Висновки.** Останніми роками з'явилося чимало наукових праць, присвячених інформаційно-психологічному впливу формування громадської думки, проте це питання продовжує бути у центрі дослідницької уваги сучасних зарубіжних і вітчизняних учених.

Розглянувши феномен інформаційно-психологічного впливу громадську думку, можна дійти висновку що з найважливіших його завдань є зміна світогляду і поведінки окремих осіб, і соціальних груп.

Аналіз наукових підходів свідчить про дві яскраво виражені тенденції: процес розвитку громадської думки визнається природним, що підтверджується дослідженням соціально-психологічних чинників, які впливають на його формування. У фокусі дослідження теоретиків громадської думки знаходяться фактори ідентифікації, конформізму, спілкування та ін. як пропаганда, маніпулювання, дезінформація та ін.

В результаті дослідження сформульовано визначення суспільної думки та інформаційно-психологічного впливу на громадську думку. На наш погляд, громадська думка це продукт суспільної свідомості, що є сукупністю думок членів великих соціальних груп про прояви соціального життя (факти, явища, процеси та ін.), який впливає на соціально-політичні процеси в суспільстві та державі.

Інформаційно-психологічний вплив на громадську думку – це спрямованість інформаційно-психологічних способів на суспільну свідомість, внаслідок якої думки, погляди, уподобання, ціннісні орієнтації, а також поведінка об'єкта впливу змінюються відповідно до цілей суб'єкта впливу.

### Література:

1. Оссовський В. Л. Громадська думка: спроби соціологічної інтерпретації. Київ : Інститут соціології НАНУ, 1999. 137 с.
2. Сіленко А. Електронна Україна. *Політичний менеджмент*. 2003. № 3. С. 71–81.
3. П.П. Горностай, М.М. Слюсаревський, В.О. Татенко, Т.М. Титаренко, Н.В. Хазратова та ін. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / за ред. М.М. Слюсаревського. Київ : Талком, 2018. 580 с.
4. Сіленко, А. *Політичний вплив технологій інформаційного суспільства. Соціальна психологія*. 2007. Спеціальний випуск. С. 53–61.
5. Стефанчук У. Зміст поняття «громадська думка»: основні підходи до визначення та розуміння. 2007. URL: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Stefanchuk\\_Ustyna/Zmist\\_poniattia\\_hromadska\\_dumka\\_osnovni\\_pidkhody\\_do\\_vyznachennia\\_ta\\_rozuminnia.pdf?PHPSESSID=chf1dockoherb0na03bpk3i0q5](https://shron1.chtyvo.org.ua/Stefanchuk_Ustyna/Zmist_poniattia_hromadska_dumka_osnovni_pidkhody_do_vyznachennia_ta_rozuminnia.pdf?PHPSESSID=chf1dockoherb0na03bpk3i0q5)
6. Руденко Н.В. Сугестія як засіб формування громадської думки в сучасних англійських інтернет-виданнях: інформаційно-комунікаційні стратегії та способи їх реалізації : дис. ... докт філ. в галузі журналістики : 061 «Журналістика» Галузь знань – журналістика. Суми, 2022. 235 с.
7. Марусяк Т.С. Методи та форми впливу на громадську думку у сучасному українському суспільстві. *Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право*. 2014. Випуск 2 (22). С. 90–94.
8. Рущенко І. П. Російсько-українська війна: міжцивілізаційна складова конфлікту. *Вісник Львівського університету. Серія соціологія*. 2018. Вип. 12. С. 48–65.
9. Біркович Т. Технології впливу на масову свідомість в умовах інформаційної гібридної війни: соціокультурний аспект. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2023. № 1. С. 9–14.
10. Марунченко О.П. Інформаційна війна в сучасному політичному просторі : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 – політичні інститути та процеси. Одеса, 2013. 209 с.
11. Волянський В.В. Медіаполітика у демократичному суспільстві: сучасні тенденції та перспективи розвитку : дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02 – політичні інститути та процеси. Одеса, 2013. 202 с.

**References:**

1. Ossovskiy V. L. (1999). Hromadska dumka: sprobly sotsiologichnoi interpretatsii [Public opinion: attempts at sociological interpretation]. K., Instytut sotsiologii NANU. 137 s. [in Ukrainian].
2. Silenko A. (2003). Elektronna Ukraina [Electronic Ukraine]. *Politychnyi menedzhment*. № 3. S. 71–81 [in Ukrainian].
3. P.P. Hornostai, M.M. Sliusarevskiy, V.O. Tatenko, T.M. Tytarenko, N.V. Khazratova and other (2018). Osnovy sotsialnoi psykholohii : pidruchnyk dlia zakladiv vyshchoi osvity [Basics of social psychology: a textbook for institutions of higher education]. Za red. M.M. Sliusarevskoho. Kyiv: Talkom. 580 s. [in Ukrainian].
4. Silenko, A. (2007). Politychnyi vplyv tekhnolohii informatsiinoho suspilstva [Political influence of information society technologies]. *Sotsialna psykholohiia*. Spetsialnyi vypusk. S. 53–61. [in Ukrainian].
5. Stefanchuk U. (2007). Zmist poniattia “hromadska humka”: osnovni pidkhody do vyznachennia ta rozuminnia [The content of the concept of “public eraser”: the main approaches to definition and understanding]. Retrieved from: [https://shron1.chtyvo.org.ua/Stefanchuk\\_Ustyna/Zmist\\_poniattia\\_hromadska\\_dumka\\_osnovni\\_pidkhody\\_do\\_vyznachennia\\_ta\\_rozuminnia.pdf?PHPSESSID=chf1dckohep6ona03bpbk3i0q5](https://shron1.chtyvo.org.ua/Stefanchuk_Ustyna/Zmist_poniattia_hromadska_dumka_osnovni_pidkhody_do_vyznachennia_ta_rozuminnia.pdf?PHPSESSID=chf1dckohep6ona03bpbk3i0q5) [in Ukrainian].
6. Rudenko N.V. (2002). Suhestiia yak zasib formuvannia hromadskoi dumky v suchasnykh anhlovnykh internet-vydanniakh: informatsiino-komunikatsiini stratehii ta sposoby yikh realizatsii [Suggestion as a means of forming public opinion in modern English-language online publications: information and communication strategies and methods of their implementation]. Dys. ... dokt fil. v haluzi zhurnalistyky. Spets. 061 “Zhurnalistyka” Haluz znan – zhurnalistyka. Sumy. 235 s. [in Ukrainian].
7. Marusiak T.S. (2014). Metody ta formy vplyvu na hromadsku dumku u suchasnomu ukrainskomu suspilstvi [Methods and forms of influence on public opinion in modern Ukrainian society]. *Visnyk NTUU “KPI”. Politolohiia. Sotsiologhiia. Pravo*. Vyp. 2 (22). S. 90–94 [in Ukrainian].
8. Rushchenko I. P. (2018). Rosiisko-ukrainska viina: mizhtsyvilizatsiina skladova konfliktu [The Russian-Ukrainian war: an intercivilizational component of the conflict]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriia sotsiologhiia*. Vyp. 12. S. 48–65. [in Ukrainian].
9. Byrkovych T. (2023). Tekhnolohii vplyvu na masovu svidomist v umovakh informatsiinoi hibrydnoi viiny: sotsiokulturnyi aspekt [Technologies of influence on mass consciousness in the conditions of informational hybrid war: sociocultural aspect]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv*. № 1. S. 9-14. [in Ukrainian].
10. Marunchenko O.P. (2013). Informatsiina viina v suchasnomu politychnomu prostori [Information warfare in the modern political space]. Dys... kand. polit. nauk. Spets. 23.00.02 – politychni instytuty ta protsesy. Odesa. 209 s. [in Ukrainian].
11. Volianskyi V.V. (2013). Mediapolityka u demokratychnomu suspilstvi: suchasni tendentsii ta perspektyvy rozvytku [Media politics in a democratic society: modern trends and development prospects]. Dys... kand. polit. nauk. Spets. 23.00.02 – politychni instytuty ta protsesy. Odesa. 202 s. [in Ukrainian].