

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА
ДИЗАЙНУ

Навчально-науковий факультет управління та економіки

Кафедра приватного та публічного права

На правах рукопису

Кваліфікаційна робота

на тему

Виборчі технології в Україні

Виконала Студентка групи: БЗППК1-22

Спеціальності 052 «Політологія»

Галянська К.Е..

Науковий Керівник: Кипич І.В..

к.політ. наук. Доцент

Київ 2026

Зміст

Вступ	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ	6
1.1 Поняття та сутність виборчих технологій	6
1.2 Історія розвитку виборчих технологій у світі	9
1.3 Основні інструменти виборчих кампаній	11
1.4 Правові основи проведення виборчої кампанії	13
1.5 Основні етапи виборчого процесу	15
1.6 Суб'єкти виборчої кампанії та їхні функції	20
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ	23
2.1 Етапи розвитку виборчих технологій в Україні	23
2.2 Законодавче регулювання виборчих процесів в Україні	25
2.3 Роль медіа та цифрових технологій у виборчих процесах	27
2.4 Аналіз виборчих кампаній (на прикладі президентських та парламентських виборів)	30
2.5 Маніпулятивні виборчі технології та «чорний PR» у сучасній Україні	32
2.6 Оцінка ефективності виборчих технологій у контексті електоральної поведінки	35
РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ	38
3.1 Основні проблеми застосування виборчих технологій	38
3.2 Європейський досвід застосування виборчих технологій та можливості його імплементації в Україні	40
3.3 Перспективи розвитку виборчих технологій в Україні	42
3.4 Вплив соціальних мереж на трансформацію виборчих процесів	44
3.5 Роль медіаграмотності у забезпеченні демократичності виборчих процесів	47
Висновки	49
Список джерел та використаної літератури	51

Вступ

Сучасний етап розвитку демократичних суспільств характеризується зростанням ролі виборчих процесів як ключового механізму формування органів державної влади та забезпечення легітимності політичної системи. Вибори виступають не лише інструментом реалізації народного суверенітету, але й важливим індикатором рівня демократичності держави, ефективності її інституцій та якості політичної культури суспільства. [9; 10]

У цьому контексті особливого значення набувають виборчі технології, які забезпечують організацію та проведення виборчих кампаній, а також впливають на формування електоральної поведінки громадян. Їх розвиток відображає загальні тенденції трансформації політичних систем, пов'язані з цифровізацією, глобалізацією інформаційного простору та ускладненням механізмів політичної комунікації. [23; 31]

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що в Україні виборчі технології перебувають у стані активної еволюції. З одного боку, спостерігається впровадження сучасних інструментів політичного маркетингу, цифрових платформ та аналітичних методів впливу на виборців. З іншого — зберігаються практики маніпулятивного характеру, що негативно впливають на якість демократичного процесу та рівень довіри громадян до виборів. [23; 29]

Особливу увагу привертає роль медіа та цифрових технологій, які суттєво трансформують характер політичної комунікації. Соціальні мережі, онлайн-платформи та інструменти таргетованого впливу створюють нові можливості для взаємодії з виборцями, але водночас підвищують ризики дезінформації та маніпуляцій. [14; 15]

Ступінь наукової розробки проблеми є достатньо високим, однак сучасні тенденції розвитку виборчих технологій, зокрема в умовах цифровізації, потребують подальшого комплексного аналізу. Український контекст має свою специфіку, що зумовлює необхідність окремого дослідження особливостей застосування виборчих технологій у національній політичній практиці.

Метою даної роботи є комплексний аналіз виборчих технологій в Україні, визначення їх сутності, основних інструментів, особливостей застосування та впливу на політичні процеси.

Для досягнення поставленої мети визначено такі завдання:

- розкрити теоретичні засади виборчих технологій;
- проаналізувати етапи їх розвитку в Україні;
- дослідити роль медіа та цифрових інструментів у виборчих кампаніях;
- здійснити аналіз практичного застосування виборчих технологій;
- визначити основні проблеми та перспективи їх розвитку.

Об'єктом дослідження є виборчий процес як складова політичної системи.

Предметом дослідження є виборчі технології як інструмент впливу на електоральну поведінку. [22; 24]

Методологічну основу дослідження становлять загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема системний аналіз, порівняльний метод, контент-аналіз, а також метод узагальнення наукових джерел.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у комплексному підході до аналізу виборчих технологій в Україні з урахуванням сучасних цифрових трансформацій політичної комунікації. У роботі уточнено підходи до розуміння сутності виборчих технологій, розкрито особливості їх еволюції в українському контексті та визначено ключові тенденції їх розвитку в умовах цифровізації.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання матеріалів дослідження при підготовці навчальних курсів з політології, політичного маркетингу та виборчих технологій, а також у практичній діяльності органів державної влади, політичних партій і громадських організацій з метою вдосконалення виборчих процесів.

Структура роботи зумовлена метою та завданнями дослідження і складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ

1.1 Поняття та сутність виборчих технологій

У сучасній політичній науці поняття «виборчі технології» займає важливе місце, оскільки воно відображає практичну сторону політичної боротьби. Виборчі технології є невід'ємною складовою будь-якої виборчої кампанії та визначають її ефективність.

Під виборчими технологіями зазвичай розуміють сукупність методів, прийомів і засобів впливу на виборців з метою формування їхніх політичних уподобань та забезпечення перемоги певного кандидата або політичної сили. Це комплексна система дій, що включає як відкриті, так і приховані форми впливу. Варто зазначити, що у сучасній науковій літературі відсутній єдиний універсальний підхід до трактування виборчих технологій, що зумовлено складністю та багатовимірністю цього явища. Частина дослідників розглядає їх як сукупність комунікаційних стратегій, інші — як інструмент політичного управління, спрямований на досягнення конкретного результату у виборчому процесі. Така різноманітність підходів свідчить про те, що виборчі технології не можуть бути зведені лише до технічного інструментарію, а мають розглядатися в ширшому соціально-політичному контексті. [23]

Важливо знати, що виборчі технології можуть мати як демократичний, так і маніпулятивний характер. До демократичних належать ті, що сприяють інформуванню виборців і формуванню усвідомленого вибору. Натомість маніпулятивні технології спрямовані на спотворення інформації та введення виборців в оману. Слід підкреслити, що маніпулятивні технології часто виникають у відповідь на жорстку політичну конкуренцію та нерівність ресурсів між учасниками виборчого процесу. В умовах, коли досягнення електорального результату стає пріоритетним, політичні актори можуть вдаватися до використання неетичних або напівлегальних методів впливу. У цьому контексті важливим є питання встановлення чітких меж між допустимими формами політичної комунікації та маніпуляцією, що потребує як

правового регулювання, так і розвитку професійних стандартів у сфері політичного маркетингу. [18]

У науковій літературі існує кілька підходів до класифікації виборчих технологій. Найпоширенішим є поділ на:

1. традиційні (зустрічі з виборцями, друкована агітація);
2. медійні (телебачення, радіо);
3. цифрові (соціальні мережі, таргетована реклама);
4. маніпулятивні («чорний PR», фейки, адміністративний ресурс).

Слід також зауважити, що наведена класифікація є умовною, оскільки в реальних виборчих кампаніях різні типи технологій рідко застосовуються ізольовано. Натомість спостерігається їх інтеграція у комплексні комунікаційні стратегії, що поєднують елементи офлайн- та онлайн-взаємодії. Це дозволяє досягати синергетичного ефекту та забезпечувати більш широкий вплив на електорат. Крім того, у сучасних умовах межа між традиційними та цифровими технологіями поступово стирається, оскільки навіть класичні форми агітації адаптуються до нових медійних реалій. [21]

Особливу роль у сучасних умовах відіграють цифрові технології, які дозволяють здійснювати персоналізований вплив на виборця. Використання алгоритмів, аналізу даних і соціальних мереж значно підвищує ефективність виборчих кампаній. Особливої уваги заслуговує використання аналітичних інструментів, що базуються на обробці великих масивів даних. Такі підходи дозволяють не лише визначати політичні вподобання виборців, але й прогнозувати їхню поведінку. У результаті виборчі кампанії стають більш точними та персоналізованими, що суттєво підвищує їх ефективність. Водночас це актуалізує питання етичності використання персональних даних та необхідності регулювання таких практик. [14]

Таким чином, виборчі технології постають як складне, багаторівневе та динамічне явище, що функціонує на перетині політики, соціології, психології та комунікаційних практик. Їх сучасний розвиток характеризується переходом від переважно інтуїтивних форм впливу до науково обґрунтованих стратегій, що

базуються на аналізі даних, поведінкових моделях та технологіях масової комунікації. [23]

Особливого значення у цьому контексті набуває концепція політичного маркетингу, в межах якої виборчі кампанії розглядаються як процес цілеспрямованого позиціонування політичного продукту на «ринку» електоральних уподобань. Це передбачає не лише адаптацію політичних меседжів до очікувань виборців, але й активне формування цих очікувань через комунікаційні механізми.

Крім того, важливо враховувати, що виборчі технології не є нейтральним інструментом, а відображають ціннісні орієнтації політичних акторів та загальний рівень демократичної культури суспільства. (рис. 1.1) У цьому сенсі вони можуть виступати як засобом розвитку демократичних практик, так і інструментом їх деформації. [23]

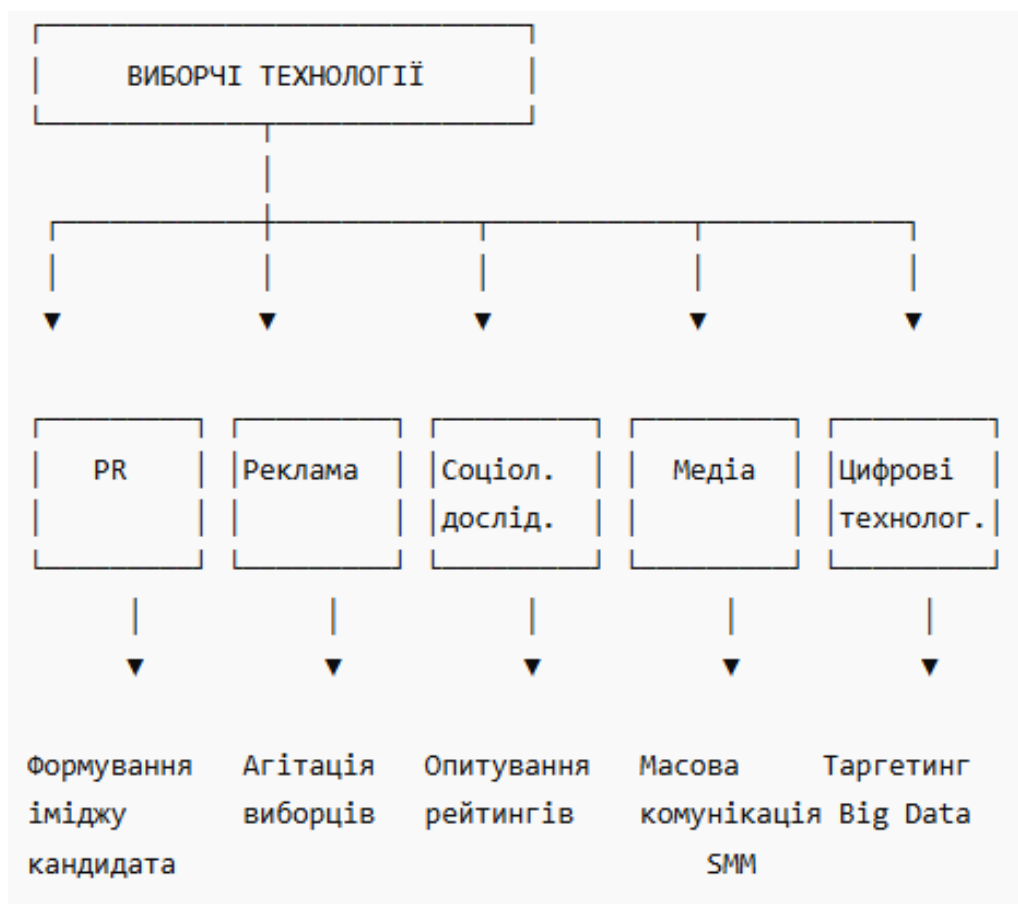


Рис. 1.1. Основні складові виборчих технологій

Таким чином, аналіз сутності виборчих технологій дозволяє розглядати їх не лише як інструмент впливу на виборців, але й як важливий елемент

функціонування політичної системи загалом. Вони відображають рівень розвитку політичної конкуренції, ступінь відкритості інформаційного простору та якість взаємодії між владою і суспільством.

Узагальнюючи, доцільно зазначити, що ефективність і характер застосування виборчих технологій визначаються не лише їх технічними можливостями, але й інституційним середовищем, рівнем політичної свідомості громадян та якістю публічного дискурсу. Саме тому їх дослідження є важливим для розуміння як механізмів політичної конкуренції, так і загальних тенденцій розвитку демократичних систем.

1.2 Історія розвитку виборчих технологій у світі

Історія розвитку виборчих технологій тісно пов'язана з еволюцією демократичних інститутів та засобів масової комунікації. На ранніх етапах становлення виборчих процесів основними інструментами впливу на виборців були особисті зустрічі, публічні виступи та друковані матеріали. Такі форми агітації мали обмежений масштаб, однак забезпечували безпосередній контакт між кандидатом і виборцем. Варто зазначити, що на цьому етапі ключову роль відігравала безпосередня комунікація між кандидатом і виборцем, що дозволяло створити високий рівень персоналізації політичного впливу. Але обмеженість каналів поширення інформації не дозволяла охопити широкі маси населення, що суттєво знижувало масштабність виборчих кампаній. [31]

З розвитком масових медіа у XX столітті виборчі технології зазнали суттєвих змін. Поява радіо, а згодом і телебачення, відкрила нові можливості для політичної комунікації. Кандидати отримали змогу звертатися до широкої аудиторії, формуючи власний імідж та впливаючи на громадську думку. Саме в цей період починає активно використовуватися політична реклама як інструмент впливу на електорат. Саме в цей період відбувається формування політичного іміджу як одного з ключових елементів виборчої кампанії. Кандидати починають активно використовувати візуальні та риторичні засоби впливу, орієнтуючись не лише на зміст політичних програм, але й на емоційне сприйняття аудиторії. [30]

Особливого значення набув розвиток виборчих технологій у другій половині XX століття, коли почали застосовуватися соціологічні дослідження для вивчення настроїв виборців. Використання опитувань дозволило політичним штабам адаптувати свої стратегії відповідно до очікувань електорату, що значно підвищило ефективність кампаній. Застосування соціологічних інструментів сприяло переходу від інтуїтивного до аналітичного підходу у формуванні виборчих стратегій. Політичні штаби отримали можливість не лише фіксувати настрої виборців, але й моделювати їх поведінку, що стало важливим етапом професіоналізації виборчих кампаній. [27]

На початку XXI століття відбувається новий етап розвитку виборчих технологій, пов'язаний із цифровізацією. (рис. 1.2) Інтернет і соціальні мережі стали ключовими платформами політичної комунікації. З'явилися такі інструменти, як таргетована реклама, мікротаргетинг, аналіз великих масивів даних (Big Data), що дозволяють здійснювати індивідуалізований вплив на виборців. Цифрові технології кардинально змінили логіку політичної комунікації, зробивши її більш інтерактивною та децентралізованою. Виборці перестали бути лише пасивними споживачами інформації, набуваючи ролі активних учасників політичного процесу. Це сприяло формуванню нових форматів взаємодії, зокрема онлайн-дискусій, цифрових кампаній та мережевої мобілізації. [14]



Рис. 1.2. Цифровізація процесів в Україні

Водночас розвиток цифрових технологій спричинив появу нових викликів, зокрема поширення дезінформації, фейкових новин і маніпулятивного контенту. Це актуалізувало питання етичності використання виборчих технологій та необхідності їх правового регулювання. Зростання обсягів інформації та швидкості її поширення ускладнює процес перевірки достовірності повідомлень, що створює сприятливі умови для маніпуляцій. У цьому контексті важливого значення набувають механізми інформаційної безпеки та розвиток критичного мислення у суспільстві. [34]

Таким чином, історія розвитку виборчих технологій демонструє перехід від безпосередніх форм агітації до складних цифрових стратегій, що поєднують у собі досягнення різних галузей знань.

1.3 Основні інструменти виборчих кампаній

Сучасні виборчі кампанії характеризуються використанням широкого спектра інструментів, спрямованих на формування позитивного іміджу кандидата та мобілізацію виборців. Ефективність кампанії значною мірою залежить від правильного поєднання цих інструментів. У цьому контексті виборча кампанія постає як комплексна комунікаційна система, у межах якої кожен інструмент виконує визначену функцію та інтегрується у загальну стратегію. Ефективність кампанії значною мірою залежить від узгодженості цих елементів, а також від здатності політичного штабу адаптувати їх до змінного політичного середовища. [23]

Одним із ключових елементів виборчих технологій є політичний PR. Він передбачає створення та підтримку позитивного образу кандидата або партії, формування довіри з боку виборців, а також управління інформаційними потоками. Важливу роль у цьому процесі відіграють медіа, які виступають основним каналом комунікації. Сучасний політичний PR передбачає не лише формування позитивного іміджу, але й управління репутаційними ризиками. У цьому контексті особливого значення набуває здатність оперативно реагувати на інформаційні кризи, що можуть виникати внаслідок медійних атак або

скандалів. Таким чином, PR стає не лише інструментом просування, але й механізмом стабілізації політичного позиціонування. [23]

Політична реклама є ще одним важливим інструментом. Вона може набувати різних форм — від телевізійних роликів до реклами в соціальних мережах. Її основне завдання полягає в донесенні ключових меседжів до виборців та стимулюванні їх до підтримки кандидата. Важливою тенденцією є трансформація політичної реклами у напрямі персоналізації та сегментації аудиторії. Завдяки сучасним технологіям політичні повідомлення можуть адаптуватися до конкретних груп виборців, враховуючи їх соціально-демографічні характеристики та інтереси. Це значно підвищує ефективність комунікації, але водночас створює ризики маніпулятивного впливу. [29]

Соціологічні дослідження дозволяють отримати інформацію про настрої електорату, рівень підтримки кандидатів, а також визначити ключові проблеми, які турбують суспільство. На основі цих даних формуються стратегії виборчих кампаній. Крім того, результати соціологічних досліджень використовуються для коригування виборчої стратегії у реальному часі. Це дозволяє політичним штабам швидко реагувати на зміни суспільних настроїв, оптимізувати комунікаційні меседжі та підвищувати ефективність кампанії в цілому. [27]

Особливого значення набуває робота з виборцями «на місцях». (рис. 1.2) Це включає організацію зустрічей, проведення агітаційних заходів, а також діяльність волонтерів і партійних активістів. Такий підхід сприяє встановленню більш тісного контакту з електоратом. Такі форми взаємодії сприяють підвищенню рівня довіри до кандидата, оскільки забезпечують безпосередній контакт із виборцями. У цьому контексті важливу роль відіграє локальна специфіка, адже ефективність комунікації значною мірою залежить від урахування регіональних особливостей та соціального контексту. [21]



Рис. 1.3. зустріч кандидата з виборцями

У сучасних умовах дедалі більшої ваги набувають цифрові інструменти. Соціальні мережі, онлайн-реклама, месенджери дозволяють оперативно поширювати інформацію та взаємодіяти з виборцями. Крім того, вони забезпечують можливість точного таргетування аудиторії. Цифрові платформи також забезпечують двосторонній характер комунікації, що дозволяє виборцям не лише отримувати інформацію, але й висловлювати власну позицію. Це сприяє підвищенню рівня залученості громадян до політичного процесу, однак водночас ускладнює контроль за якістю інформаційного контенту. [15]

Водночас слід зазначити, що поряд із легітимними інструментами існують і маніпулятивні практики, такі як «чорний PR», використання фейкової інформації та адміністративного ресурсу. Їх застосування негативно впливає на демократичний характер виборчого процесу. Співіснування легітимних та маніпулятивних інструментів створює складну структуру виборчого процесу, у якій межа між етичною та неетичною комунікацією часто є розмитою. Це зумовлює необхідність формування чітких стандартів політичної поведінки та підвищення рівня відповідальності учасників виборчих кампаній. [17]

1.4 Правові основи проведення виборчої кампанії

Виборчий процес в Україні регулюється комплексом нормативно-правових актів, головним серед яких є Конституція України, що визначає принципи народовладдя та закріплює право громадян брати участь у виборах. Безпосередньо організація виборів здійснюється на підставі Виборчого кодексу України, який об'єднав у собі попередні закони про вибори народних депутатів, президента, депутатів місцевих рад і сільських, селищних, міських голів. [1; 2]

Виборчий кодекс визначає такі ключові засади виборчого процесу:

- загальність, рівність і прямість виборчого права;
- таємність голосування;
- свободу агітації та рівні можливості кандидатів;
- відкритість і прозорість виборів;
- фінансову підзвітність суб'єктів виборчого процесу.

Юридично виборча кампанія починається з моменту офіційного оголошення виборів відповідним органом (наприклад, Центральною виборчою комісією) і завершується після офіційного оприлюднення результатів. (рис. 1.4) У межах цього періоду закон визначає конкретні етапи: висування кандидатів, реєстрація, передвиборна агітація, день голосування, підрахунок голосів і встановлення результатів. [3; 36]



Рис. 1.4. Причини виборчого права

Особливу роль у правовому забезпеченні виборчої кампанії відіграє Центральна виборча комісія (ЦВК), яка координує діяльність територіальних

виборчих комісій, здійснює контроль за дотриманням законодавства, реєструє кандидатів, розглядає скарги та забезпечує прозорість виборчого процесу.

Важливо зазначити, що останніми роками в Україні активно обговорюються питання удосконалення виборчого законодавства — зокрема, впровадження електронного голосування, посилення контролю за політичною рекламою та фінансуванням партій, а також необхідність підвищення рівня політичної відповідальності кандидатів. [42; 43]

1.5 Основні етапи виборчого процесу

Виборчий процес — це багаторівневий, послідовний і правово врегульований механізм, що забезпечує реалізацію громадянами конституційного права обирати і бути обраними. Його структура відображає логіку демократичної процедури формування органів влади: від офіційного оголошення виборів до оприлюднення результатів та набуття повноважень обраними особами. [1; 2; 3]

У теоретичному плані виборчий процес можна розглядати як ланцюг взаємопов'язаних етапів, де кожен наступний логічно продовжує попередній і водночас створює підґрунтя для наступного. Кожен етап має власну нормативну базу, часові межі, суб'єктів та характерні дії.

Структурно виборчий процес охоплює кілька взаємопов'язаних етапів, кожен з яких має своє функціональне навантаження.

Оголошення виборів — це офіційний початок виборчої кампанії, який визначає часові рамки всіх наступних дій. На цьому етапі формуються виборчі комісії, уточнюються виборчі списки, визначаються територіальні округи. [1]

Цей етап є стартовою точкою всього виборчого процесу. Офіційне оголошення виборів здійснюється відповідним органом влади:

- Верховною Радою — для президентських або парламентських виборів;
- Центральною виборчою комісією — для місцевих виборів або позачергових кампаній.

Після оголошення виборів ЦВК затверджує календарний план, створює територіальні виборчі комісії, визначає виборчі округи та уточнює списки виборців. Важливо, що саме з цього моменту починає відраховуватися офіційний термін виборчої кампанії, який має чіткі часові межі, встановлені законодавством.

На практиці цей період характеризується активізацією політичних партій, аналітичних центрів та соціологічних служб, які починають оцінювати політичні настрої населення, розробляти стратегії та формувати команди. Неформально кандидати можуть розпочинати підготовку ще до офіційного старту — так звану «попередню агітацію», що полягає у підвищенні впізнаваності особи чи партії. [3]

Наступним важливим етапом є висування кандидатів. Це може бути:

- партійне висування (через рішення політичної партії або виборчого з'їзду),
- самовисування (особа подає документи від власного імені).

На цьому етапі відбувається формування списків кандидатів, збір необхідних документів, декларацій, застав, а також офіційне подання до виборчої комісії. Комісія, у свою чергу, перевіряє законність документів, достовірність поданих даних та відповідність вимогам законодавства (вік, громадянство, відсутність судимостей тощо). [13]

Після перевірки ЦВК ухвалює рішення про реєстрацію кандидата або партійного списку. З цього моменту суб'єкт набуває офіційного статусу учасника виборів і отримує право на ведення агітації, відкриття виборчих фондів, отримання ефірного часу тощо.

Цей етап є критичним для подальшого успіху кампанії, адже від своєчасної та правильної подачі документів, внутрішньої дисципліни штабу й готовності до юридичних перевірок залежить можливість подальшої участі у виборах. Передвиборна агітація є найбільш активною та видимою частиною виборчої кампанії. Вона включає комунікаційні, інформаційні та маркетингові

заходи, спрямовані на формування позитивного іміджу кандидата, мобілізацію прихильників та переконання невизначених виборців.

Формування виборчих штабів і планування кампанії. Хоча офіційно це не завжди виділяється як окремий етап, з практичної точки зору він є фундаментом усієї кампанії. Виборчий штаб — це організаційна структура, яка здійснює керівництво, планування, контроль і координацію дій усіх учасників. [17]

На цьому етапі відбувається:

- визначення загальної стратегії кампанії (позиціонування, меседжі, цільові аудиторії);
- розробка календарного плану дій (етапи, дедлайни, події);
- розподіл функцій між командами (аналітика, польові команди, комунікації, фінанси, PR, робота з волонтерами);
- створення візуальної та комунікаційної концепції (логотип, слоган, кольори, візуальний стиль);
- підготовка матеріалів для ЗМІ, соціальних мереж і зовнішньої реклами.

Ефективне планування кампанії дозволяє уникнути хаотичних дій, забезпечує узгодженість та контроль за використанням ресурсів. (рис. 1.5) Помилки на цьому етапі часто призводять до неефективності всієї кампанії.



Рис. 1.5. Планування виборчої кампанії

Передвиборна агітація є центральним і найдовшим етапом виборчої кампанії, під час якого суб'єкти виборчого процесу безпосередньо працюють із виборцями з метою переконати їх підтримати певного кандидата чи політичну силу. Законодавство України чітко регламентує терміни агітації — вона починається після офіційної реєстрації кандидата і завершується о 00:00 за день до виборів (так званий «день тиші»). Порушення цього правила тягне за собою адміністративну або навіть кримінальну відповідальність. [1]

Передвиборна агітація має не лише інформаційний, але й емоційно-психологічний вплив: саме на цьому етапі формується імідж кандидата, його політична ідентичність, рівень довіри та впізнаваності серед виборців.

Голосування. Центральний етап виборів, під час якого громадяни реалізують своє право вибору. Законодавство гарантує таємницю голосування і рівні умови для всіх учасників. (рис. 1.6) День голосування — кульмінаційний момент виборчої кампанії, коли громадяни безпосередньо реалізують своє конституційне право вибору. Цей етап характеризується високим рівнем правового регулювання, адже забезпечення таємниці голосування, рівності можливостей та чесності процесу є обов'язковою умовою демократичності виборів.



Рис. 1.6. Голосування громадян

Голосування проводиться у визначений законом день, зазвичай — у неділю, з 8:00 до 20:00. Виборець отримує бюлетень, робить позначку навпроти

обраного кандидата або партії та опускає його до виборчої скриньки. Для контролю за чесністю процесу присутні офіційні спостерігачі, представники ЗМІ, міжнародні місії.

Підрахунок голосів і встановлення результатів. Цей етап визначає переможців виборів і завершує офіційну кампанію. Його результати можуть бути оскаржені у встановленому порядку. Кожен із цих етапів вимагає узгодженої роботи штабу, належної організації та дотримання законодавчих норм, оскільки будь-які порушення можуть призвести до втрати довіри виборців або анулювання результатів. [6]

Після закриття виборчих дільниць починається підрахунок голосів. Цей етап має надзвичайно важливе значення, адже саме він визначає легітимність результатів. Підрахунок здійснюється безперервно дільничними виборчими комісіями у присутності спостерігачів. Потім результати передаються до територіальних і центральної виборчої комісії.

Основні вимоги до підрахунку голосів — прозорість, відкритість і точність. Після перевірки протоколів ЦВК офіційно оголошує результати виборів і публікує їх у державних засобах масової інформації. На цьому етапі можливе подання скарг та оскарження результатів у судовому порядку. У разі підтвердження порушень вибори на окремих дільницях або в округах можуть бути визнані недійсними, що спричиняє проведення повторного голосування. [2]

Остаточним етапом є офіційне оприлюднення результатів та набуття повноважень обраними особами. (рис. 1.7) Після цього Центральна виборча комісія закриває виборчий процес, а фінансові фонди кандидатів підлягають звітності та перевірці.



Рис. 1.7. Оприлюднення результатів виборів

Завершення виборчої кампанії не означає завершення політичної діяльності — навпаки, воно відкриває новий етап: аналіз результатів, роботу з виборцями, підтримання політичного іміджу, підготовку до наступного виборчого циклу. Суб'єкти виборчої кампанії та їхні функції

1.6 Суб'єкти виборчої кампанії та їхні функції

Виборча кампанія — це не лише діяльність кандидата, а взаємодія цілої системи суб'єктів, які забезпечують її проведення. До них належать:

Кандидати та політичні партії, що є головними суб'єктами, формують стратегію кампанії, визначають меседжі, програму дій та основні напрями комунікації з виборцями. [4; 21]

Виборчі штаби — організаційні центри управління кампанією, які займаються плануванням, координацією, фінансами, зв'язками з медіа, проведенням заходів тощо. [23; 29]

Засоби масової інформації, які відіграють ключову роль у поширенні інформації, формуванні громадської думки, створенні іміджу кандидатів. [24; 31]

Виборчі комісії, які забезпечують законність і прозорість виборчого процесу. Громадські організації та спостерігачі, що здійснюють моніторинг і контроль за дотриманням демократичних стандартів. (рис. 1.8) Виборці, які є кінцевими адресатами виборчої комунікації та визначають результат кампанії. [39; 40; 41]



Рис. 1.8. Громадська організація: виборча комісія

Сучасна виборча кампанія часто виходить за межі традиційних структур, залучаючи PR-агентства, аналітичні центри, політтехнологів, маркетологів, SMM-фахівців, які спеціалізуються на цифрових технологіях впливу. Це формує мережевий тип організації кампанії, де інформаційні та комунікаційні ресурси мають вирішальне значення. [39; 40; 41]

У результаті теоретичного аналізу з'ясовано, що виборча кампанія є багатокомпонентним процесом, який поєднує політичну, правову, соціальну та комунікаційну складові. Її структура визначається поєднанням законодавчих вимог та стратегічних рішень, спрямованих на здобуття електоральної підтримки. [39; 40; 41]

Виборчий процес в Україні функціонує на основі демократичних принципів, закріплених у Конституції та Виборчому кодексі. Водночас ефективність кампанії залежить не лише від дотримання правових норм, а й від здатності штабу забезпечити узгодженість усіх елементів її структури — від планування до комунікацій із виборцями.

Таким чином, теоретико-методологічні засади виборчої кампанії створюють основу для подальшого аналізу її структури, організаційних механізмів та практичної реалізації в умовах сучасної України.

Отже, сучасні виборчі кампанії є складними багаторівневими системами, що поєднують традиційні та інноваційні інструменти впливу. Таким чином, інструменти виборчих кампаній утворюють цілісну систему впливу на

електоральну поведінку, ефективність якої визначається не лише їх кількістю, але й якістю інтеграції у загальну стратегію.

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ ТА ЇЇ ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ

2.1 Етапи розвитку виборчих технологій в Україні

Розвиток виборчих технологій в Україні відбувався паралельно зі становленням незалежної держави та її політичної системи. Кожен етап цього процесу має свої характерні особливості. Цей процес відображає загальні закономірності трансформації пострадянських політичних систем, у межах яких формування демократичних інститутів супроводжується пошуком ефективних механізмів політичної конкуренції. Виборчі технології у цьому контексті виступають не лише інструментом боротьби за владу, але й показником рівня інституційної зрілості політичної системи. [21]

Перший етап охоплює 1990-ті роки і характеризується формуванням базових механізмів виборчого процесу. У цей період виборчі технології були відносно простими та базувалися переважно на особистому авторитеті кандидатів, а також використанні традиційних форм агітації. Водночас уже тоді почали з'являтися елементи маніпулятивних практик. Характерною рисою цього періоду була також відсутність чітко сформованих політичних стратегій, що зумовлювало домінування ситуативних рішень. Виборчі кампанії значною мірою залежали від особистих ресурсів кандидатів, а не від системного підходу до організації політичної комунікації. [25]

Другий етап, що припадає на 2000–2010-ті роки, пов'язаний із інституціоналізацією виборчих технологій. У цей період значно зростає роль медіа, особливо телебачення, яке стає основним інструментом впливу на виборців. Виборчі кампанії стають більш професійними, до їх організації залучаються політтехнологи, соціологи та PR-фахівці. У цей період також відбувається посилення ролі медіа як ключового інструменту впливу на електорат. Формується залежність політичного процесу від інформаційного середовища, що сприяє зростанню значення іміджевих технологій та медійних стратегій. (рис. 2.1) [24]

Третій етап — сучасний — характеризується активним використанням цифрових технологій. Соціальні мережі, онлайн-платформи та нові медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки. Виборчі кампанії стають більш динамічними та персоналізованими. Сучасний етап також відзначається підвищенням рівня конкуренції у цифровому просторі, де політичні актори змагаються за увагу виборців у умовах інформаційного перенасичення. Це зумовлює необхідність використання більш складних комунікаційних стратегій та інноваційних підходів до організації виборчих кампаній. [14]



Рис. 2.1. Робота PR відділу

Водночас сучасний етап розвитку виборчих технологій в Україні супроводжується низкою проблем, зокрема поширенням дезінформації, використанням маніпулятивних методів та зниженням рівня довіри до виборчих процесів. Ці проблеми мають системний характер і свідчать про те, що розвиток виборчих технологій відбувається швидше, ніж формування ефективних механізмів їх регулювання. У результаті виникає дисбаланс між технологічними можливостями впливу та інституційною спроможністю забезпечити їх контроль. [34]

Таким чином, еволюція виборчих технологій в Україні відображає поступовий перехід від простих форм політичної мобілізації до складних систем комунікаційного впливу, що інтегрують як традиційні, так і цифрові інструменти. [21]

2.2 Законодавче регулювання виборчих процесів в Україні

Законодавче регулювання виборчих процесів є одним із ключових факторів, що визначає характер і межі застосування виборчих технологій. В Україні правова база виборів сформована на основі Конституції України та спеціального виборчого законодавства, яке постійно вдосконалюється відповідно до демократичних стандартів. Законодавча база виборчих процесів в Україні формувалася поступово та відображає загальні тенденції політичної трансформації держави. Її розвиток супроводжувався численними змінами виборчих правил, що, з одного боку, свідчить про пошук оптимальної моделі виборчої системи, а з іншого — створює певну нестабільність нормативного середовища. Часта зміна правил гри може впливати на передбачуваність виборчого процесу та знижувати рівень довіри до нього з боку громадян. [1; 2]

Основним нормативно-правовим актом, що регулює проведення виборів, є Виборчий кодекс України. Його ухвалення стало важливим кроком у систематизації виборчого законодавства, оскільки він об'єднав норми, які раніше містилися в окремих законах щодо президентських, парламентських та місцевих виборів. Кодекс визначає порядок організації та проведення виборів, права і обов'язки учасників виборчого процесу, а також встановлює вимоги до ведення передвиборчої агітації. Водночас, попри систематизацію виборчого законодавства, окремі положення Кодексу залишаються предметом наукових дискусій. Зокрема, це стосується питань виборчих систем, механізмів формування списків кандидатів та процедур оскарження результатів виборів. Наявність таких дискусій свідчить про незавершеність процесу інституційного становлення виборчої системи. (рис 2.2) [42; 43]

Особливу увагу законодавство приділяє регулюванню фінансування виборчих кампаній. Встановлюються обмеження щодо джерел фінансування, розмірів виборчих фондів, а також передбачено механізми фінансового контролю. Це спрямовано на зменшення впливу великого капіталу на політичний процес і забезпечення більш рівних умов для всіх учасників виборів. [2; 39]

Важливим аспектом у цій сфері є забезпечення прозорості фінансових потоків, пов'язаних із виборчими кампаніями. Наявність ефективних механізмів звітності та контролю дозволяє зменшити ризики тіньового фінансування та прихованого впливу на результати виборів. Водночас практика свідчить, що формальне дотримання вимог не завжди гарантує їх фактичне виконання, що зумовлює необхідність посилення інституційного контролю. [2; 5]



Рис. 2.2. Виборчий Кодекс України

Одним із важливих аспектів також є регулювання передвиборчої агітації. Законодавство визначає допустимі форми агітації, строки її проведення, а також встановлює заборони, зокрема щодо підкупу виборців, використання адміністративного ресурсу та поширення неправдивої інформації. Однак на практиці ці норми не завжди дотримуються, що створює передумови для застосування маніпулятивних технологій. Особливої актуальності це питання набуває в умовах розвитку цифрових медіа, де традиційні механізми контролю виявляються менш ефективними. Онлайн-простір створює нові можливості для прихованої агітації, що ускладнює її ідентифікацію та правову оцінку. Це

ставить перед законодавцем завдання адаптації нормативної бази до нових форм політичної комунікації. [6; 46]

Окремо слід відзначити роль органів, що забезпечують контроль за дотриманням виборчого законодавства. Центральна виборча комісія здійснює організацію виборчого процесу, тоді як судові органи розглядають спори, пов'язані з порушеннями виборчих прав. Крім того, важливу функцію виконують громадські організації та міжнародні спостерігачі, які здійснюють незалежний моніторинг виборів. Ефективність діяльності цих інституцій значною мірою залежить від рівня їх незалежності та професійності. У разі політизації контролюючих органів виникають ризики вибіркового застосування законодавства, що негативно впливає на сприйняття виборчого процесу як справедливого та прозорого. [3; 36; 41]

Попри наявність розвиненої правової бази, в Україні зберігаються проблеми, пов'язані з її реалізацією. Серед них можна виділити недостатню ефективність контролю за фінансуванням виборчих кампаній, складність доведення фактів маніпуляцій, а також політичний вплив на окремі інституції. [39; 40; 44]

Отже, законодавче регулювання створює формальні рамки для застосування виборчих технологій, однак ефективність цих норм значною мірою залежить від рівня їх дотримання та контролю. [2; 42]

2.3 Роль медіа та цифрових технологій у виборчих процесах

У сучасних умовах медіа та цифрові технології відіграють визначальну роль у формуванні громадської думки та організації виборчих кампаній. В Україні цей вплив є особливо значним, що зумовлено високим рівнем споживання медіаконтенту та активним використанням соціальних мереж. Медіа у цьому контексті виконують не лише функцію передачі інформації, але й виступають активними учасниками політичного процесу, формуючи порядок денний та інтерпретацію політичних подій. Це зумовлює зростання їх впливу на електоральні настрої та поведінку громадян. [24]

Традиційні медіа, зокрема телебачення, тривалий час залишалися основним каналом політичної комунікації. Телевізійні ефіри, політична реклама, ток-шоу та новинні програми формували образи кандидатів і впливали на сприйняття виборцями політичних подій. Водночас значна частина українських медіа перебуває під впливом великих бізнес-груп, що зумовлює їхню політичну заангажованість. Домінування телебачення протягом тривалого часу сприяло централізації політичної комунікації, оскільки доступ до ефіру часто залежав від фінансових та політичних ресурсів. Це створювало нерівні умови для учасників виборчого процесу та посилювало вплив великих медіавласників. [24]

Із розвитком інтернету та соціальних мереж ситуація суттєво змінилася. Такі платформи, як Facebook, YouTube, Telegram та інші, стали важливими інструментами виборчих кампаній. (рис 2.3). Вони дозволяють кандидатам безпосередньо взаємодіяти з виборцями, оперативно поширювати інформацію та реагувати на актуальні події. Соціальні мережі також сприяють децентралізації інформаційного простору, надаючи можливість новим політичним акторам виходити на широку аудиторію без значних фінансових витрат. Це знижує бар'єри входу у політичний процес, але водночас ускладнює контроль за достовірністю інформації. [14]



Рис. 2.3. Соціальні мережі як інструмент виборчого процесу

Однією з ключових особливостей цифрових технологій є можливість таргетування аудиторії. Завдяки збору та аналізу даних політичні штаби можуть

створювати персоналізовані повідомлення, орієнтовані на конкретні групи виборців. Це значно підвищує ефективність агітації, але водночас створює ризики маніпуляцій. Використання таких технологій створює нову модель політичної комунікації, у межах якої різні групи виборців отримують відмінні за змістом повідомлення. Також гарантовано підвищення ефективності впливу, оскільки дозволяє адаптувати політичні меседжі до специфіки цільової аудиторії, враховуючи її соціально-демографічні характеристики, ціннісні орієнтації та інформаційні запити. [32]

Водночас така модель комунікації може призводити до фрагментації політичного простору та формування так званих «інформаційних бульбашок», у межах яких виборці отримують переважно однорідну інформацію, що підтверджує їхні вже наявні переконання. Це обмежує доступ до альтернативних точок зору та ускладнює формування збалансованого політичного вибору. У результаті відбувається посилення поляризації суспільства, що негативно впливає на якість політичного діалогу та ускладнює досягнення суспільного консенсусу з ключових питань розвитку держави[33]

Важливим явищем сучасних виборчих процесів є поширення дезінформації. Фейкові новини, маніпулятивні матеріали та інформаційні кампанії можуть суттєво впливати на результати виборів. Особливо небезпечним є використання ботів і тролів для штучного формування громадської думки. Дезінформація може використовуватися як інструмент цілеспрямованого впливу на громадську думку, зокрема шляхом дискредитації політичних опонентів або створення штучних конфліктів. Це підвищує рівень напруженості у суспільстві та ускладнює формування об'єктивного політичного вибору. [34]

Прикладом ефективного використання цифрових технологій є виборча кампанія 2019 року, під час якої значна частина агітації здійснювалася через соціальні мережі. Це дозволило залучити молодь і підвищити рівень політичної участі. Зазначена кампанія продемонструвала зміну балансу між традиційними та цифровими каналами комунікації, де останні почали відігравати домінуючу

роль. Це свідчить про формування нової моделі політичної взаємодії, у якій швидкість, креативність та адаптивність стають ключовими факторами успіху. [36; 40]

Водночас зростає роль медіаграмотності населення, оскільки здатність критично оцінювати інформацію стає важливим фактором протидії маніпуляціям. Підвищення рівня медіаграмотності є важливою умовою формування стійкої демократичної культури, оскільки дозволяє громадянам більш критично оцінювати інформаційні потоки та знижує ефективність маніпулятивних технологій. [48; 50]

Таким чином, медіа та цифрові технології є потужним інструментом впливу на виборців, який може використовуватися як для розвитку демократії, так і для її підриву. Медіа та цифрові технології формують сучасне інформаційне середовище виборчих процесів, у межах якого відбувається взаємодія між політичними акторами та громадянами. Їх вплив є комплексним і охоплює як позитивні, так і негативні аспекти розвитку демократії. [15; 32; 34]

2.4 Аналіз виборчих кампаній (на прикладі президентських та парламентських виборів)

Аналіз виборчих кампаній в Україні дозволяє виявити специфіку практичного застосування виборчих технологій та оцінити їх вплив на формування електоральної поведінки. У цьому контексті особливо показовими є президентські та парламентські вибори останніх років, які відображають ключові тенденції трансформації політичної комунікації. [36; 40]

Сучасні виборчі кампанії в Україні характеризуються високим рівнем персоналізації політики. Основний акцент робиться не стільки на програмних засадах політичних сил, скільки на формуванні привабливого образу лідера. Такий підхід зумовлює зміщення фокусу з раціонального аналізу політичних пропозицій на емоційне сприйняття кандидатів. У результаті політична конкуренція набуває рис символічного протистояння, де вирішальну роль відіграє імідж, стиль комунікації та здатність до медійної репрезентації. [23]

Особливу роль у цьому процесі відіграє медіатизація політики, яка передбачає домінування медійної логіки у формуванні політичного порядку денного. Телебачення тривалий час залишалося основним каналом впливу на виборців, однак у сучасних умовах його значення поступово зменшується на користь цифрових платформ. Соціальні мережі дозволяють кандидатам здійснювати безпосередню комунікацію з електоратом, формувати альтернативні канали поширення інформації та оперативно реагувати на суспільні настрої. [31]

Важливою тенденцією є використання технологій мікротаргетингу, які базуються на аналізі великих масивів даних. (рис 2.3). Це дозволяє політичним штабам сегментувати електорат за соціально-демографічними та поведінковими характеристиками і адаптувати комунікаційні повідомлення відповідно до потреб конкретних груп виборців. Такий підхід значно підвищує ефективність агітації, однак водночас породжує питання щодо етичності використання персональних даних. [32]



Рис. 2.3. Мікротаргетинг

Не менш значущим є зростання ролі неформальних каналів комунікації, зокрема месенджерів, які використовуються для поширення політичного контенту. Їх специфіка полягає у високому рівні довіри з боку користувачів, що робить їх ефективним інструментом мобілізації виборців, але також створює сприятливі умови для поширення дезінформації. [15]

Практичний аналіз виборчих кампаній також свідчить про активне використання емоційних наративів, які апелюють до базових цінностей, страхів та очікувань громадян. Це сприяє підвищенню залученості виборців, однак водночас спрощує політичний дискурс, зводячи складні соціально-економічні питання до символічних протиставлень. [18]

Водночас слід відзначити, що сучасні виборчі кампанії в Україні демонструють високий рівень адаптивності. Політичні актори швидко реагують на зміни у медійному середовищі, використовують нові формати комунікації та експериментують із різними стратегіями впливу. Це свідчить про поступове професіоналізацію політичного консалтингу та підвищення рівня організації виборчих процесів. [23]

Разом із тим, ефективність виборчих технологій у практичному вимірі залишається неоднозначною. З одного боку, вони забезпечують високий рівень мобілізації електорату та дозволяють досягати швидких політичних результатів. З іншого — їх надмірна орієнтація на емоційний вплив і короткострокові ефекти може призводити до зниження якості політичного представництва. [40; 41]

Отже, аналіз виборчих кампаній в Україні свідчить про їх трансформацію у складні комунікаційні системи, що поєднують традиційні та цифрові інструменти впливу. Водночас подальший розвиток цих процесів потребує переосмислення ролі виборчих технологій у контексті забезпечення демократичних стандартів та підвищення якості політичного процесу. [36; 45]

2.5 Маніпулятивні виборчі технології та «чорний PR» у сучасній Україні

Маніпулятивні виборчі технології є невід’ємною складовою сучасного політичного процесу, особливо в умовах трансформаційних демократій, до яких належить Україна. Їх застосування обумовлене високим рівнем політичної конкуренції, асиметрією ресурсів між учасниками виборчого процесу, а також недостатньою ефективністю інституційного контролю. У цьому контексті маніпулятивні практики виступають інструментом досягнення

короткострокових політичних цілей шляхом прихованого впливу на масову свідомість. [17]

У науковій площині маніпулятивні технології визначаються як сукупність методів інформаційно-психологічного впливу, спрямованих на зміну поведінкових установок виборців без їх усвідомленої згоди. Ключовою ознакою таких технологій є латентність, тобто прихований характер впливу, що ускладнює їх виявлення та протидію. Вони апелюють не до раціонального вибору, а до емоцій, стереотипів і когнітивних спрощень, що робить їх особливо ефективними в умовах інформаційного перевантаження. [17]

Однією з найбільш поширених форм маніпулятивного впливу є так званий «чорний PR», який включає системні кампанії з дискредитації політичних опонентів. (рис 2.4). Його інструментарій охоплює широкий спектр методів: від поширення недостовірної або частково викривленої інформації до створення штучних інформаційних приводів, спрямованих на формування негативного іміджу конкурента. Важливим елементом є також використання компрометуючих матеріалів, достовірність яких часто є сумнівною, однак їх інформаційний ефект може бути значним. [18]



Рис. 2.4. PR та чорний PR у виборчих технологіях

У сучасних умовах особливого значення набуває цифровий вимір маніпулятивних технологій. Соціальні мережі та онлайн-платформи створюють сприятливе середовище для швидкого поширення дезінформації, що ускладнює

її спростування. Використання бот-мереж та алгоритмічного просування контенту дозволяє штучно формувати інформаційний порядок денний, створюючи ілюзію суспільної підтримки певних політичних позицій. [34]

Важливою складовою маніпулятивних технологій є також застосування механізмів «agenda-setting» та «framing». У першому випадку йдеться про нав'язування суспільству певних тем як пріоритетних для обговорення, у другому — про подачу інформації у вигідному інтерпретаційному контексті. Таким чином, політичні актори отримують можливість не лише впливати на оцінку подій, але й визначати саму логіку їх сприйняття. [31]

Окремої уваги заслуговує використання адміністративного ресурсу, який хоча й має іншу природу, ніж інформаційні маніпуляції, однак часто поєднується з ними. Це проявляється у використанні державних інституцій, бюджетних ресурсів або посадових повноважень у виборчих цілях, що суттєво порушує принципи чесної конкуренції. [39; 40]

У контексті українських виборів також поширеною є практика «джинси», тобто прихованої політичної реклами, що маскується під журналістський контент. Така форма комунікації підриває довіру до медіа як інституту та сприяє розмиванню межі між інформацією та пропагандою. [24]

Незважаючи на високу ефективність маніпулятивних технологій у короткостроковій перспективі, їх системне використання має негативні наслідки для демократичного розвитку. Воно призводить до деформації політичного дискурсу, зниження рівня інституційної довіри та посилення політичної апатії серед громадян. У довгостроковій перспективі це може спричинити кризу легітимності влади та делегітимацію виборчих процедур. [44; 45]

Водночас ефективність маніпулятивних технологій не є абсолютною і значною мірою залежить від рівня політичної культури суспільства. У середовищах із розвиненим критичним мисленням та високим рівнем медіаграмотності їх вплив суттєво знижується. Це свідчить про те, що протидія

маніпуляціям має здійснюватися не лише через правові механізми, але й через розвиток громадянської освіти. [8]

Отже, маніпулятивні виборчі технології в Україні виступають складним і багатовимірним явищем, яке поєднує інформаційні, психологічні та інституційні аспекти впливу. Їх дослідження є важливим для розуміння сучасних політичних процесів, а також для формування ефективних механізмів захисту демократичних інститутів. [17; 18; 44]

2.6 Оцінка ефективності виборчих технологій у контексті електоральної поведінки

Оцінка ефективності виборчих технологій є складним багатовимірним процесом, що передбачає врахування як безпосередніх результатів виборів, так і довгострокових наслідків їх впливу на політичну систему. У цьому контексті ефективність не може зводитися виключно до досягнення перемоги на виборах, оскільки вона також охоплює питання якості політичного представництва, рівня довіри до інститутів та стабільності демократичних процесів. [16]

У сучасній політичній практиці ефективність виборчих технологій часто оцінюється через їх здатність мобілізувати електорат та впливати на результати голосування.

Використання інструментів політичного маркетингу, таргетованої реклами та медійних стратегій дозволяє досягати значного короткострокового ефекту, що проявляється у підвищенні впізнаваності кандидатів і формуванні позитивного іміджу. Особливо це характерно для умов високої конкуренції, де вирішальну роль відіграє швидкість та інтенсивність комунікації. [23]

Водночас короткострокова ефективність не завжди корелює з довгостроковою результативністю. Технології, що базуються на емоційному впливі або маніпулятивних практиках, можуть забезпечити тимчасову підтримку, однак не сприяють формуванню стійкої політичної ідентичності виборців. (рис 2.5).

У результаті політична підтримка набуває нестабільного характеру, що ускладнює процес інституційного розвитку. [31]



Рис. 2.5. Інформаційний та психологічний вплив на виборців

Важливим критерієм оцінки ефективності є здатність виборчих технологій формувати усвідомлений вибір громадян. У цьому контексті більш значущими є ті інструменти, які сприяють інформуванню виборців, розвитку політичного діалогу та підвищенню рівня участі у політичному процесі. Натомість надмірна орієнтація на маніпулятивні методи призводить до спрощення політичного дискурсу та зниження якості демократичного врядування. [9]

У контексті українських реалій ефективність виборчих технологій значною мірою залежить від рівня політичної культури та медіаграмотності населення. У суспільствах із низьким рівнем критичного мислення інформаційний вплив має більш виражений ефект, що створює сприятливі умови для використання маніпулятивних практик. Водночас із підвищенням рівня громадянської освіти спостерігається поступове зниження ефективності таких технологій. [8]

Не менш важливим фактором є рівень довіри до політичних інститутів. Виборчі технології, що ґрунтуються на прозорості, відкритості та послідовності, сприяють зміцненню цієї довіри. Натомість використання

недобросовісних практик має зворотний ефект, посилюючи скептицизм і політичну апатію серед громадян. [20; 44]

Слід також враховувати вплив цифровізації на ефективність виборчих технологій. З одного боку, цифрові інструменти значно розширюють можливості комунікації та дозволяють здійснювати більш точний вплив на цільові аудиторії. З іншого — вони створюють нові ризики, пов'язані з поширенням дезінформації та інформаційною фрагментацією суспільства. [15]

Таким чином, ефективність виборчих технологій має амбівалентний характер. Вони здатні забезпечувати значні короткострокові політичні результати, однак їх вплив на довгострокову стабільність політичної системи є неоднозначним. У цьому контексті ключовим завданням є переорієнтація виборчих технологій з інструментів маніпуляції на механізми комунікації, що сприяють розвитку демократичних інститутів. [33]

Отже, оцінка ефективності виборчих технологій повинна здійснюватися з урахуванням не лише їх функціональної результативності, але й їх впливу на якість політичного процесу, рівень громадянської участі та перспективи демократичного розвитку. [9; 21; 22]

РОЗДІЛ 3 ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИБОРЧИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УКРАЇНІ

3.1 Основні проблеми застосування виборчих технологій

Сучасний стан розвитку виборчих технологій в Україні характеризується наявністю низки системних проблем, що обмежують їх позитивний вплив на демократичні процеси. Ці проблеми мають як інституційний, так і соціокультурний характер. Ці проблеми є наслідком як історичних особливостей становлення політичної системи, так і сучасних викликів, пов'язаних із цифровізацією та глобалізацією інформаційного простору. У результаті формується складне середовище, у якому традиційні механізми регулювання не завжди встигають за темпами розвитку технологій. [21]

Однією з ключових проблем є високий рівень поширення маніпулятивних практик. Використання дезінформації, «чорного PR» та інших форм прихованого впливу свідчить про недостатню ефективність механізмів контролю та відповідальності. Це підриває принципи прозорості та конкурентності виборчого процесу. Поширення таких практик свідчить про наявність дефіциту ефективних механізмів відповідальності, а також про недостатній рівень професійних стандартів у сфері політичної комунікації. У довгостроковій перспективі це призводить до деградації політичного дискурсу та зниження якості демократичних процедур. [17]

Іншою важливою проблемою є нерівність доступу до ресурсів. Політичні сили, що мають значні фінансові та медійні ресурси, отримують суттєві переваги у виборчій боротьбі. Це суперечить принципу рівності можливостей і обмежує реальну політичну конкуренцію. Така нерівність не лише впливає на результати виборів, але й обмежує можливості нових політичних акторів для участі у виборчому процесі. Це сприяє консервації політичної системи та знижує рівень її відкритості. [39; 40]

Суттєвим викликом залишається низький рівень довіри громадян до виборчих інститутів. Це пов'язано як із історичним досвідом порушень, так і з сучасними інформаційними впливами. Недовіра знижує рівень участі у виборах

і негативно впливає на легітимність влади. Недовіра до виборчих інститутів формує замкнене коло, у межах якого зниження участі громадян у виборах призводить до подальшого ослаблення демократичних механізмів. Це створює ризики політичної апатії та зменшує легітимність влади. [20; 44]

Окремо слід відзначити проблему недостатнього рівня медіаграмотності населення. (рис 3.1). Умови інформаційного перенасичення ускладнюють здатність громадян критично оцінювати отриману інформацію, що робить їх більш вразливими до маніпуляцій. У сучасних умовах інформаційного перенасичення здатність громадян критично оцінювати інформацію стає ключовим фактором стійкості демократичної системи. Відсутність таких навичок підвищує вразливість суспільства до інформаційних маніпуляцій. [48; 50]



Рис. 3.1. Медіаграмотність, важлива навичка населення

Ще однією проблемою є недостатній рівень адаптації законодавства до нових форм цифрової політичної комунікації. Швидкий розвиток онлайн-платформ створює ситуацію, коли значна частина політичної агітації фактично виходить за межі традиційного правового регулювання, що ускладнює контроль за її змістом і формами. [2; 6; 46]

Наявні проблеми свідчать про необхідність комплексного вдосконалення як нормативно-правової бази, так і практик застосування виборчих технологій. Окреслені проблеми свідчать про наявність системних дисбалансів у сфері

застосування виборчих технологій, що потребують комплексного підходу до їх вирішення. [44; 45]

3.2 Європейський досвід застосування виборчих технологій та можливості його імплементації в Україні

Дослідження європейського досвіду застосування виборчих технологій дозволяє визначити ефективні механізми забезпечення прозорості, конкурентності та демократичності виборчого процесу. Країни Європейського Союзу характеризуються високим рівнем інституційної стабільності, що створює сприятливі умови для функціонування виборчих систем. Європейський досвід є особливо цінним для України з огляду на євроінтеграційний вектор розвитку держави. Він дозволяє не лише запозичувати ефективні практики, але й формувати власну модель виборчого процесу з урахуванням міжнародних стандартів та національної специфіки. [42; 43; 45]

Однією з ключових особливостей європейських виборчих практик є чітке нормативно-правове регулювання передвиборчої агітації. (рис 3.2). У більшості країн встановлено жорсткі обмеження щодо фінансування політичних кампаній, зокрема запроваджено прозорі механізми звітності та контролю за витратами. Це суттєво знижує ризики корупційного впливу та забезпечує більш рівні умови для учасників виборчого процесу. Серйозним аспектом є також стабільність виборчого законодавства, що забезпечує передбачуваність політичного процесу. На відміну від української практики, де зміни виборчих правил можуть відбуватися досить часто, у країнах ЄС такі зміни є більш виваженими та системними. [42; 45]

Важливу роль відіграють незалежні регуляторні органи, які здійснюють контроль за дотриманням виборчого законодавства. Їх діяльність базується на принципах політичної неупередженості та інституційної автономії, що підвищує довіру громадян до виборчих процедур. Це дозволяє мінімізувати політичний вплив на виборчий процес та підвищує рівень довіри громадян до результатів виборів. У цьому контексті важливим є не лише формальне існування таких органів, але й реальна незалежність їх діяльності. [41; 42]



Рис. 3.2. Передвиборча агітація

У контексті використання медіа значна увага приділяється забезпеченню плюралізму та недопущенню монополізації інформаційного простору. У багатьох країнах існують спеціальні правила, що регулюють доступ політичних сил до ефірного часу, а також обмежують поширення маніпулятивного контенту. Регулювання медіапростору в країнах ЄС також включає механізми протидії дезінформації, що набули особливої актуальності в умовах цифровізації. Це дозволяє зменшити вплив маніпулятивних технологій та підвищити якість політичного дискурсу. [43; 46]

Окремо слід відзначити високий рівень розвитку медіаграмотності населення, що сприяє критичному сприйняттю інформації та зменшує ефективність маніпулятивних технологій. Освітні програми та громадські ініціативи у цій сфері є важливим елементом демократичної культури. Системний підхід до розвитку медіаграмотності включає освітні програми, громадські ініціативи та державну підтримку інформаційної безпеки. Це створює стійке середовище, у якому маніпулятивні технології мають обмежений вплив. [43; 50]

Для України імплементація європейського досвіду передбачає адаптацію найкращих практик з урахуванням національних особливостей. Зокрема, доцільним є посилення контролю за фінансуванням виборчих кампаній, забезпечення реальної незалежності регуляторних органів, а також розвиток

інструментів протидії дезінформації. Водночас механічне перенесення європейських практик без урахування національного контексту може виявитися неефективним. Українська політична система має власні особливості, зокрема рівень довіри до інституцій, структуру медіаринку та специфіку політичної культури, що необхідно враховувати при адаптації міжнародного досвіду. [42; 45]

Ключовою відмінністю європейського підходу є поєднання ефективного правового регулювання, інституційної незалежності та високого рівня громадянської культури. Саме ця комплексність забезпечує стабільність виборчих процесів і мінімізує можливості для зловживань. [43; 45]

Європейський досвід може слугувати орієнтиром для вдосконалення виборчих технологій в Україні, однак його запозичення потребує системного підходу та інституційної готовності. [42; 43]

3.3 Перспективи розвитку виборчих технологій в Україні

Подальший розвиток виборчих технологій в Україні визначатиметься поєднанням глобальних тенденцій цифровізації та внутрішніх трансформацій політичної системи. У цьому контексті можна виокремити кілька ключових напрямів. Ці процеси відбуватимуться у контексті глобальної трансформації політичної комунікації, що передбачає поступовий перехід до цифрових форматів взаємодії між владою та суспільством. У результаті змінюється не лише інструментарій виборчих кампаній, але й сама логіка політичної участі громадян. [45; 46]

По-перше, зростатиме роль цифрових платформ як основного каналу політичної комунікації. Використання соціальних мереж, аналітики даних та алгоритмів штучного інтелекту дозволить здійснювати більш точне сегментування електорату та персоналізацію політичних повідомлень. Це підвищуватиме ефективність виборчих кампаній, але водночас вимагатиме посилення регулювання. Водночас використання таких технологій потребує формування чітких етичних стандартів, оскільки їх потенціал може застосовуватися як для підвищення ефективності комунікації, так і для

маніпулятивного впливу на виборців. Це актуалізує питання регулювання цифрового політичного простору. [15]

По-друге, актуалізується проблема інформаційної безпеки. (рис 3.3). В умовах гібридних загроз особливого значення набуває захист інформаційного простору від зовнішнього втручання та дезінформаційних кампаній. Це потребує розвитку як державних, так і громадських механізмів протидії інформаційним загрозам. Забезпечення інформаційної безпеки передбачає не лише технічні заходи, але й розвиток інституційних механізмів протидії дезінформації. Важливу роль у цьому процесі відіграє взаємодія держави, громадянського суспільства та міжнародних організацій.[34]



Рис. 3.3. Інформаційна безпека

По-третє, зростатиме значення етичних стандартів у використанні виборчих технологій. Формування культури відповідального політичного маркетингу є необхідною умовою зміцнення демократичних інститутів. Формування таких стандартів сприятиме підвищенню відповідальності політичних акторів та створенню більш прозорого інформаційного середовища. Це, у свою чергу, може позитивно вплинути на рівень довіри до виборчих процесів. [18]

По-четверте, перспективним напрямом є підвищення рівня політичної участі громадян через використання цифрових інструментів, зокрема електронних платформ для комунікації з виборцями. Це сприятиме більшій відкритості політичного процесу. Розширення можливостей участі громадян у політичному процесі сприятиме формуванню більш інклюзивної демократії, у

якій виборці виступають не лише як об'єкти впливу, але й як активні суб'єкти політичного життя. [46; 50]

Водночас ефективність розвитку виборчих технологій значною мірою залежатиме від рівня довіри до інституцій та якості правозастосування. Без належного інституційного забезпечення навіть найсучасніші технології можуть використовуватися у маніпулятивних цілях. [20; 44]

Отже, перспективи розвитку виборчих технологій в Україні мають амбівалентний характер: вони відкривають нові можливості для демократизації, але водночас створюють нові виклики, що потребують своєчасного реагування. Також перспективи розвитку виборчих технологій в Україні визначаються поєднанням інноваційних підходів та необхідності їх належного регулювання. Від того, наскільки ефективно буде забезпечено цей баланс, залежатиме якість демократичних процесів у державі. [45; 46; 50]

3.4 Вплив соціальних мереж на трансформацію виборчих процесів

Сучасний розвиток цифрових технологій суттєво трансформував характер політичної комунікації та механізми взаємодії між політичними акторами і громадянами. У цьому контексті соціальні мережі стали одним із ключових інструментів впливу на електоральну поведінку, змінивши традиційні підходи до організації виборчих кампаній. Їх використання сприяло переходу від односторонньої моделі політичної комунікації до інтерактивного формату, у межах якого виборці отримали можливість безпосередньо взаємодіяти з кандидатами та політичними силами. [14]

Особливість соціальних мереж полягає у високій швидкості поширення інформації та широких можливостях персоналізації контенту. Політичні актори отримують змогу оперативно реагувати на суспільні настрої, адаптувати комунікаційні повідомлення до конкретних груп виборців та формувати власний інформаційний порядок денний. У результаті соціальні мережі перетворюються не лише на канал поширення політичної інформації, але й на окреме середовище формування політичної реальності. [32]

Важливу роль у сучасних виборчих кампаніях відіграють алгоритми цифрових платформ, які визначають видимість інформаційного контенту для користувачів. Завдяки аналізу поведінкових характеристик соціальні мережі здатні формувати індивідуалізовані інформаційні потоки, що значно підвищує ефективність політичного впливу. Водночас це створює ризики інформаційної ізоляції, коли користувачі переважно отримують інформацію, що відповідає їхнім уже сформованим поглядам. [32]

У науковому дискурсі це явище визначається як формування «інформаційних бульбашок», які сприяють посиленню політичної поляризації суспільства. (рис 3.4). Виборці дедалі рідше стикаються з альтернативними позиціями, що ускладнює формування збалансованого політичного вибору та поглиблює суспільні суперечності. У таких умовах політичний дискурс часто набуває конфронтаційного характеру. [33]

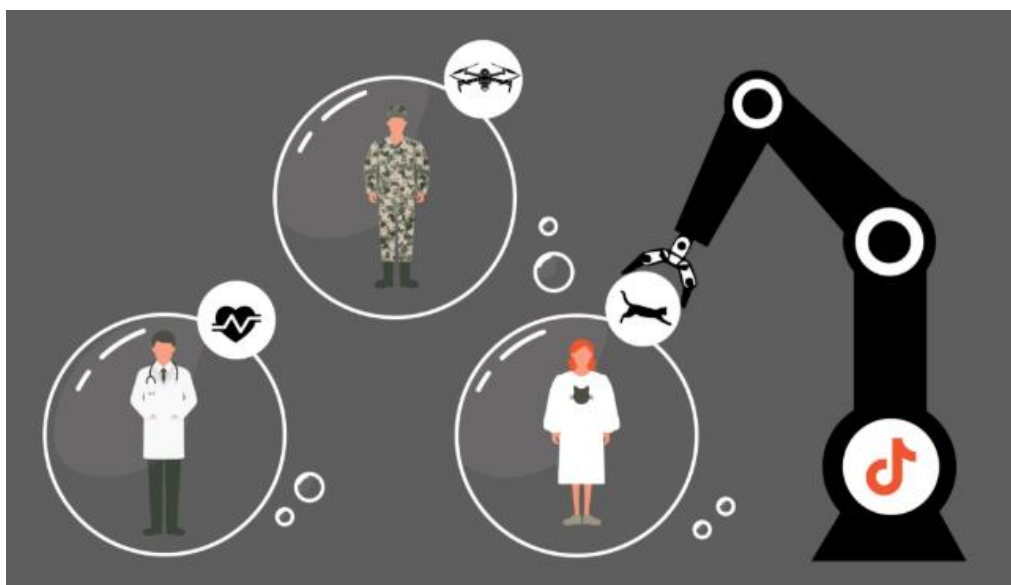


Рис. 3.4. Вплив інформаційних бульбашок на людей

Окремого значення набуває використання соціальних мереж як інструменту мобілізації електорату. Онлайн-платформи дозволяють швидко організовувати політичні кампанії, поширювати агітаційні матеріали та залучати громадян до політичної активності. Особливо помітним це стало під час виборчих кампаній останніх років, коли цифрові інструменти фактично стали одним із основних засобів взаємодії з виборцями. [47; 48]

Водночас соціальні мережі створюють сприятливі умови для поширення дезінформації та маніпулятивного контенту. Висока швидкість поширення інформації ускладнює перевірку її достовірності, а анонімність окремих платформ сприяє використанню бот-мереж та фейкових акаунтів. Це дозволяє штучно формувати громадську думку та створювати ілюзію масової підтримки певних політичних позицій. [34]

Особливу небезпеку становить використання технологій емоційного впливу, що базуються на поширенні контенту, який апелює до страхів, конфліктів та соціальної напруги. Такий підхід забезпечує високий рівень залученості аудиторії, однак негативно впливає на якість політичного дискурсу та раціональність електорального вибору. [18]

Крім того, соціальні мережі сприяють персоналізації політики, коли основна увага зосереджується не на програмних положеннях політичних сил, а на образі лідера. Це посилює роль емоційної складової у виборчому процесі та перетворює політичну комунікацію на елемент медійного споживання. [31]

У контексті українського політичного процесу вплив соціальних мереж є особливо відчутним через високий рівень цифровізації суспільства та активне використання онлайн-платформ молоддю. Соціальні мережі стали важливим фактором трансформації політичної участі, оскільки дозволяють громадянам швидше долучатися до обговорення суспільно-політичних питань та брати участь у формуванні громадської думки. [40; 44]

Разом із тим подальше зростання ролі соціальних мереж у виборчих процесах потребує формування ефективних механізмів регулювання цифрового простору та підвищення рівня медіаграмотності населення. Без належного контролю та розвитку критичного мислення соціальні мережі можуть перетворюватися з інструменту демократизації на механізм маніпулятивного впливу.

Таким чином, соціальні мережі стали одним із визначальних чинників трансформації сучасних виборчих процесів. Вони суттєво розширюють можливості політичної комунікації та громадянської участі, однак одночасно

створюють нові виклики для забезпечення прозорості, об'єктивності та демократичності виборчого процесу. [32; 33; 47]

3.5 Роль медіаграмотності у забезпеченні демократичності виборчих процесів

У сучасних умовах розвитку інформаційного суспільства медіаграмотність стає одним із ключових чинників забезпечення демократичного характеру виборчих процесів. Зростання обсягів інформації, активне використання цифрових платформ та поширення маніпулятивних технологій суттєво ускладнюють процес формування об'єктивного політичного вибору. У таких умовах здатність громадян критично оцінювати інформацію набуває особливого значення. [48; 50]

Медіаграмотність передбачає сукупність знань і навичок, які дозволяють людині аналізувати інформаційний контент, визначати його достовірність, розпізнавати маніпулятивні повідомлення та усвідомлено сприймати політичну інформацію. У контексті виборчих процесів це сприяє формуванню більш відповідального та раціонального електорального вибору. [48]

Особливої актуальності проблема медіаграмотності набуває в умовах цифровізації політичної комунікації. Соціальні мережі та онлайн-платформи значно спрощують поширення інформації, однак одночасно створюють сприятливі умови для дезінформації, маніпуляцій та інформаційного впливу. Висока швидкість поширення контенту ускладнює перевірку його достовірності, що підвищує вразливість суспільства до інформаційних атак. [34; 44]

У сучасному політичному середовищі маніпулятивні технології дедалі частіше базуються не на прямому нав'язуванні позицій, а на прихованому емоційному впливі. Використання сенсаційного контенту, емоційно забарвлених повідомлень та спрощених політичних наративів дозволяє ефективно впливати на громадську думку. У таких умовах медіаграмотність виступає важливим механізмом захисту від маніпуляцій. [17]

Важливим аспектом є також формування навичок критичного мислення, які дозволяють громадянам аналізувати джерела інформації, порівнювати різні точки зору та уникати некритичного сприйняття політичного контенту. Це сприяє підвищенню рівня політичної культури суспільства та формуванню більш стійких демократичних інститутів. [8]

Особливу роль у розвитку медіаграмотності відіграють освітні установи, громадські організації та засоби масової інформації. Освітні програми, спрямовані на розвиток навичок критичного аналізу інформації, є важливим елементом формування громадянської свідомості. Крім того, значення має підтримка незалежних медіа, які забезпечують доступ до якісної та об'єктивної інформації. [48; 50]

У країнах Європейського Союзу розвиток медіаграмотності є одним із пріоритетних напрямів державної політики у сфері інформаційної безпеки. Такий підхід дозволяє підвищувати стійкість суспільства до маніпулятивних технологій та забезпечувати більш високий рівень довіри до демократичних інститутів. Для України цей досвід є особливо актуальним у контексті сучасних інформаційних викликів. [43; 50]

Водночас слід зазначити, що підвищення рівня медіаграмотності є довготривалим процесом, який потребує системного підходу. Формування критичного мислення неможливе виключно через законодавчі механізми, оскільки воно безпосередньо пов'язане з рівнем освіти, політичної культури та загального розвитку громадянського суспільства. [8; 20]

У контексті виборчих процесів медіаграмотність має не лише індивідуальний, але й суспільний вимір. Чим вищий рівень здатності громадян критично оцінювати інформацію, тим менш ефективними стають маніпулятивні технології та інформаційні кампанії. Це сприяє формуванню більш прозорого та конкурентного політичного середовища. [44; 50]

Таким чином, медіаграмотність є важливою передумовою забезпечення демократичності виборчих процесів та стійкості суспільства до інформаційних маніпуляцій. Її розвиток має розглядатися як один із ключових напрямів

удосконалення сучасної політичної системи України в умовах цифрової трансформації інформаційного простору. [48; 50]

Висновки

У результаті проведеного дослідження було здійснено комплексний аналіз виборчих технологій в Україні як важливого елементу сучасного політичного процесу. Проведене дослідження дозволяє розглядати виборчі технології не лише як сукупність інструментів політичної боротьби, але і як складний багаторівневий механізм впливу на електоральну поведінку та формування політичної реальності.

У теоретичному вимірі встановлено, що виборчі технології мають міждисциплінарний характер і поєднують у собі елементи політичної науки, соціології, психології та комунікаційних практик. Їх еволюція відображає загальні тенденції розвитку політичних систем — від традиційних форм агітації до високотехнологічних цифрових стратегій, що базуються на аналізі даних та персоналізованій комунікації.

Аналіз розвитку виборчих технологій в Україні засвідчив їх гібридний характер. З одного боку, спостерігається активне впровадження сучасних інструментів політичного маркетингу та цифрових платформ, з іншого — зберігаються практики маніпулятивного впливу та неформальні механізми політичної конкуренції. Це свідчить про незавершеність процесу інституційного становлення демократичної системи.

Дослідження ролі медіа та цифрових технологій показало, що сучасна політична комунікація набуває інтерактивного та персоналізованого характеру. Водночас розвиток цифрових платформ супроводжується новими викликами, зокрема поширенням дезінформації, формуванням «інформаційних бульбашок» та зростанням рівня поляризації суспільства.

Практичний аналіз виборчих кампаній в Україні дозволив встановити, що сучасні виборчі технології забезпечують високий рівень мобілізації електорату, однак часто орієнтовані на досягнення короткострокових результатів. У цьому

контексті маніпулятивні практики виступають системним елементом політичної конкуренції, що негативно впливає на якість демократичного процесу.

Оцінка ефективності виборчих технологій засвідчила їх амбівалентний характер. З одного боку, вони дозволяють досягати значних політичних результатів, з іншого — можуть призводити до зниження рівня довіри до політичних інститутів та спрощення політичного дискурсу.

Аналіз основних проблем застосування виборчих технологій в Україні показав, що ключовими викликами є поширення маніпулятивних практик, нерівність доступу до ресурсів, низький рівень довіри громадян та недостатня ефективність механізмів правового регулювання. Ці проблеми мають системний характер і потребують комплексного вирішення.

Дослідження європейського досвіду дозволило визначити основні напрями вдосконалення виборчих технологій, серед яких особливе значення мають стабільність законодавства, незалежність інституцій контролю, прозорість фінансування та високий рівень медіаграмотності населення. Водночас імплементація цих практик в Україні потребує врахування національної специфіки.

Перспективи розвитку виборчих технологій в Україні пов'язані з подальшою цифровізацією політичної комунікації, використанням аналітичних інструментів та підвищенням рівня залученості громадян до політичного процесу. Однак ефективність цих змін залежатиме від здатності забезпечити баланс між технологічними можливостями та дотриманням демократичних принципів.

Узагальнюючи результати дослідження, доцільно зазначити, що виборчі технології в Україні перебувають на етапі активної трансформації, у межах якої поєднуються інноваційні підходи та наявні системні проблеми. Подальший розвиток цієї сфери має здійснюватися у напрямі підвищення прозорості, відповідальності та ефективності виборчого процесу.

Отже, забезпечення демократичного характеру виборчих технологій є одним із ключових завдань розвитку політичної системи України, від вирішення якого значною мірою залежить рівень довіри громадян до держави та стабільність її політичного розвитку.

Список джерел та використаної літератури

1. Конституція України : Закон України від 28 черв. 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: Законодавство України (дата звернення: 12.02.2026).
2. Виборчий кодекс України : Закон України від 19 груд. 2019 р. № 396-IX. URL: [Законодавство України](#) (дата звернення: 15.02.2026).
3. Про Центральну виборчу комісію : Закон України від 30 черв. 2004 р. № 1932-IV. URL: [Законодавство України](#) (дата звернення: 15.02.2026).
4. Про політичні партії в Україні : Закон України від 05 квіт. 2001 р. № 2365-III. URL: [Законодавство України](#) (дата звернення: 16.02.2026).
5. Про інформацію : Закон України від 02 жовт. 1992 р. № 2657-XII. URL: [Законодавство України](#) (дата звернення: 19.02.2026).
6. Про медіа : Закон України від 13 груд. 2022 р. № 2849-IX. URL: [Законодавство України](#) (дата звернення: 22.02.2026).
7. Дюверже М. Політичні партії. Київ : Основи, 2005. 544 с.
8. Алмонд Г., Верба С. Громадянська культура. Київ : Основи, 2001. 528 с.
9. Даль Р. Про демократію. Київ : Основи, 2000. 312 с.
10. Гантінгтон С. Третя хвиля демократизації наприкінці ХХ століття. Київ : Альтернативи, 2004. 368 с.
11. Ліпсет С. Політична людина. Соціальні основи політики. Київ : Ніка-Центр, 2010. 608 с.
12. Маннгейм К. Ідеологія та утопія. Київ : Дух і Літера, 2008. 370 с.
13. Тоффлер Е. Третя хвиля. Київ : Всесвіт, 2000. 480 с.
14. Кастельс М. Інтернет-галактика. Київ : Ваклер, 2007. 304 с.
15. Кастельс М. Влада комунікації. Київ : Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2016. 592 с.
16. Почепцов Г. Г. Інформаційна політика. Київ : Знання, 2008. 663 с.

- 17.Почепцов Г. Г. Сучасні інформаційні війни. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 498 с.
- 18.Почепцов Г. Г. Комунікаційні технології XXI століття. Київ : Центр вільної преси, 2021. 352 с.
- 19.Рябчук М. Україна: від Малоросії до Європи. Київ : Критика, 2010. 360 с.
- 20.Головаха Є., Паніна Н. Українське суспільство: соціологічний моніторинг. Київ : Інститут соціології НАН України, 2021. 576 с.
- 21.Бебик В. М. Політологія. Київ : Академія, 2018. 640 с.
- 22.Шляхтун П. П. Політологія: теорія та історія політичної науки. Київ : Либідь, 2019. 576 с.
- 23.Балабан Р. В. Політичний маркетинг і менеджмент. Київ : Професіонал, 2017. 336 с.
- 24.Городенко Л. М. Політичні комунікації в сучасному суспільстві. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 284 с.
- 25.Бойко О. Д. Історія України. Київ : Академвидав, 2021. 720 с.
- 26.Norris P. Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior. Cambridge : Cambridge University Press, 2004. 375 p.
- 27.Norris P. Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty and the Internet Worldwide. Cambridge : Cambridge University Press, 2001. 320 p.
- 28.Farrell D. M. Political Marketing and Political Communication. London : Routledge, 2012. 256 p.
- 29.Lees-Marshment J. Political Marketing: Principles and Applications. London : Routledge, 2014. 312 p.
- 30.Newman B. The Marketing of the President. London : Sage Publications, 1999. 192 p.
- 31.McNair B. An Introduction to Political Communication. 6th ed. London : Routledge, 2017. 328 p.
- 32.Chadwick A. The Hybrid Media System: Politics and Power. 2nd ed. Oxford : Oxford University Press, 2017. 384 p.
- 33.Sunstein C. #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. Princeton : Princeton University Press, 2018. 320 p.

34. Bennett W., Livingston S. The Disinformation Age. Cambridge : Cambridge University Press, 2020. 376 p.
35. Howard P. Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations and Political Operatives. New Haven : Yale University Press, 2020. 288 p.
36. [Центральна виборча комісія](#) (дата звернення: 14.04.2026).
37. [Національний інститут стратегічних досліджень](#) (дата звернення: 16.04.2026).
38. [Інститут політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України](#) (дата звернення: 20.04.2026).
39. [Комітет виборців України](#) (дата звернення: 20.04.2026).
40. [Громадянська мережа «ОПОРА»](#) (дата звернення: 13.04.2026).
41. [OSCE Office for Democratic Institutions and Human Rights \(ODIHR\)](#) (дата звернення: 10.03.2026).
42. [European Commission for Democracy through Law \(Venice Commission\)](#) (дата звернення: 29.02.2026).
43. [Council of Europe](#) (дата звернення: 02.02.2026).
44. [Freedom House](#) (дата звернення: 16.05.2026).
45. [International IDEA](#) (дата звернення: 03.05.2026).
46. [European Parliament Think Tank](#) (дата звернення: 23.04.2026).
47. [Pew Research Center](#) (дата звернення: 07.03.2026).
48. [Reuters Institute for the Study of Journalism](#) (дата звернення: 16.05.2026).
49. [World Values Survey](#) (дата звернення: 01.04.2026).
50. [United Nations Development Programme \(UNDP\)](#) (дата звернення: 18.03.2026).

