

The Role of Social Media in Influence on the Political Activity of Citizens

UDC 316.4:811.161

DOI: <https://doi.org/10.15421/172674>**Bobro Nataliia****Ph. D., Assoc. Prof., <https://orcid.org/0000-0002-8350-3695>, natashabobro73@gmail.com****Kharkiv National University of Internal Affairs (Kharkiv, Ukraine)**

Abstract.

The article analyzes the growing influence of social media on world politics and communication, with an emphasis on their evolution from simple tools for personal communication to powerful platforms for political influence and manipulation.

Relevance. Social media today act as a key channel for political actors, who use them to actively influence public opinion, mobilize social groups, and quickly disseminate information. The study covers both positive and negative aspects of this phenomenon. Positive aspects include promoting democratic processes, increasing civic engagement and making information accessible to a wide range of people. However, considerable attention is also paid to challenges, in particular problems related to the spread of disinformation, fake news, manipulation of mass consciousness and polarization of society.

Purpose. Based on the analysis of specific examples of the use of social media in key political events, the role of platform algorithms, which not only shape information feeds, but also strengthen the cognitive biases of users, is highlighted. This contributes to the formation of information «bubbles», where people interact mainly with content that corresponds to their own beliefs.

Results. Special attention is paid to the use of bots in spreading disinformation, which raises serious concerns about the transparency of political processes and trust in traditional media. The role of social platforms in the coordination of mass protests and social movements that arise against the background of political or economic crises is also considered. The article emphasizes that social media have a dual nature: they simultaneously serve as a tool for the democratization of information exchange and create new threats to civil society.

Conclusions. Among these risks, the possibility of interference in the internal affairs of states, strengthening of social polarization, manipulation of the consciousness of citizens, and a decrease in the level of trust in the media are highlighted.

Keywords: social media, disinformation, political activism, media literacy, manipulation of citizens' consciousness, artificial intelligence, independent mass media

Роль соціальних медіа у впливі на політичну активність громадян

Бобро Наталія**Харківський національний університет внутрішніх справ (м. Харків, Україна)**

Анотація.

У статті аналізується зростаючий вплив соціальних медіа на світову політику та комунікацію, з акцентом на їхню еволюцію від простих інструментів для персонального спілкування до потужних платформ політичного впливу і маніпуляцій.

Актуальність. Соціальні медіа сьогодні виступають ключовим каналом для політичних акторів, які використовують їх для активного впливу на громадську думку, мобілізації соціальних груп і швидкого поширення інформації. Дослідження охоплює як позитивні, так і негативні аспекти цього явища. Позитивні сторони включають сприяння демократичним процесам, підвищення громадянської активності та забезпечення доступності інформації для широкого кола людей. Однак значна увага приділяється і викликам, зокрема проблемам, пов'язаним із поширенням дезінформації, фейкових новин, маніпуляцією масовою свідомістю та поляризацією суспільства.

Мета дослідження. На основі аналізу конкретних прикладів використання соціальних медіа в ключових політичних подіях висвітлюється роль алгоритмів платформ, які не лише формують інформаційні стрічки, а й підсилюють когнітивні упередження користувачів. Це сприяє утворенню інформаційних «бульбашок», де люди взаємодіють переважно з контентом, що відповідає їхнім власним переконанням.

Результати дослідження. Особливу увагу звернено на використання ботів у розповсюдженні дезінформації, що викликає серйозні побоювання щодо прозорості політичних процесів і довіри до традиційних ЗМІ. Також розглядається роль соціальних платформ у координації масових протестів і соціальних рухів, які виникають на тлі політичних або економічних криз. У статті підкреслюється, що соціальні медіа мають двоїстий характер: вони одночасно слугують інструментом демократизації інформаційного обміну й створюють нові загрози для громадянського суспільства.

Висновки. Серед цих ризиків виділено можливість втручання у внутрішні справи держав, посилення суспільної поляризації, маніпуляції свідомістю громадян і зниження рівня довіри до медіа.

Ключові слова: соціальні медіа, дезінформація, політична активність, медіаграмотність, маніпуляція свідомістю громадян, штучний інтелект, незалежні ЗМІ

Вступ.

У сучасному світі соціальні медіа стали невід'ємною частиною глобальної системи комунікацій, суттєво змінивши способи взаємодії між людьми, державними структурами та громадськими організаціями. Ці платформи не лише сприяють миттєвому обміну інформацією, але й активно впливають на формування громадської думки, відкриваючи нові шляхи для політичного впливу та, на жаль, маніпуляцій. Однак розвиток соціальних мереж супроводжується значними викликами, серед яких – поширення інформаційних «бульбашок», дезінформації та поглиблення цифрової нерівності в суспільстві. Дедалі більша інтеграція соціальних медіа в політичне життя потребує перегляду традиційних підходів до їх регулювання й управління.

Актуальність цієї теми полягає у необхідності дослідження впливу соціальних платформ на формування політичних уподобань і поведінки, а також у розробленні ефективних стратегій для їх зваженого й відповідального використання. Аналіз динаміки та наслідків цих процесів є ключовим для глибшого розуміння механізмів публічного впливу та захисту людських прав у цифрову епоху.

Метою є визначення ролі соціальних медіа як інструменту поширення пропаганди та їхнього впливу на політичну активність суспільних груп. Особлива увага приділяється аналізу механізмів розповсюдження політичного контенту, дослідженню впливу різних типів повідомлень на аудиторію та виявленню ключових чинників, які стимулюють зростання громадянської політичної активності. У дослідженні застосовано системний, міждисциплінарний та дискурсивний підходи, що значно сприяли досягненню окреслених цілей. Задіяні загальнонаукові методи – індукція, дедукція, аналіз, синтез, порівняння, аналогія, узагальнення й абстрагування, а також спеціальні методики, зокрема контент-аналіз і методи деконструкції та реконструкції.

Аналіз попередніх публікацій. Соціальні медіа стали невіддільною частиною сучасної системи комунікацій, здійснивши значний вплив на способи взаємодії між людьми, державними інституціями та громадськими організаціями. Вони надають можливість користувачам швидко отримувати інформацію з різноманітних джерел, що перетворило їх на один із основних каналів поширення новин і політичної інформації. Зараз кількість користувачів соціальних мереж перевищує 3,8 мільярда, і ця цифра продовжує збільшуватися. Миттєве поширення інформації через соціальні платформи не лише формує громадську думку, але й сприяє організації соціальних та політичних рухів. Приклади хештегів, як-от #MeToo чи #BlackLivesMatter, демонструють, як соціальні медіа слугують важелем для координації протестів і активізму. Водночас їхній розвиток

створює нові виклики, зокрема у сферах пропаганди та маніпуляції громадською думкою. Сегментація аудиторії за інтересами, віком чи місцем проживання дає змогу ефективно таргетувати політичну рекламу та використовувати інші методи впливу.

Суттєвий вплив на формування громадської думки мають також лідери думок та інфлюенсери на таких платформах, як Instagram, YouTube, TikTok. Наприклад, блогери з 800 тисячною аудиторією підписників стали настільки впливовими, що їх можна прирівняти до місцевих медіа. Проте їхній вплив може бути як позитивним, так і негативним. З позитивного боку, вони сприяють залученню широких верств населення до суспільних дискусій і розширюють можливості громадської участі у вирішенні важливих проблем. Водночас саме через медіа платформи часто досягають публічності такі соціальні питання, які раніше залишалися невисвітленими. Наприклад, у 2020 році соціальні мережі привернули увагу до антирасистського протестного руху Black Lives Matter в США. Наприклад, Хештег #BlackLivesMatter став ключовим засобом для координації активістів і розповсюдження інформації про випадки насильства та мобілізацію громадськості (Скрипченко, 2020). Також соціальні медіа стали дієвим інструментом для збору коштів на підтримку для сімей постраждалих, громадських ініціатив за допомогою платформи GoFundMe. Однак широке використання соціальних медіа має і негативний бік, сприяючи поляризації суспільства.

Алгоритми рекомендацій можуть формувати інформаційні бульбашки, обмежуючи користувачам доступ до альтернативних точок зору і зміцнюючи вже наявні переконання (Дімура, 2025). Ці алгоритми націлені на підвищення залученості аудиторії, але водночас посилюють сегментацію контенту. Персоналізований підхід у соціальних мережах адаптує потоки інформації відповідно до поведінки користувачів. До уваги беруться параметри, такі як місце проживання, вік чи мова (USAID, 2019). Наприклад, жителі певного регіону отримують новини насамперед про події у своєму районі. Також контент користувача підлаштовується під його активність – перегляди матеріалів та взаємодію з ними формують те, що він бачитиме надалі.

Деякі алгоритми працюють над підвищенням рівня залученості користувачів, аналізуючи їх попередню активність та реакції на різний контент. Коли користувач позитивно взаємодіє з певним типом матеріалів (наприклад, ставить лайки, залишає коментарі або поширює), системи відбору інформації схильні пропонувати схожий контент. Це збільшує ймовірність подальшої взаємодії, але водночас може призводити до формування обмеженого спектру тем і джерел інформації, на яких фокусується увага користувача. Основна проблема таких алгоритмів полягає у створенні

середовища, де користувачі отримують лише ті дані, які підтверджують їхні погляди (Alodat, Al-Qora'n, & Abu Hamoud, 2023; Guarino, Trino, & Celestini, 2020). Це обмежує можливість знайомства з альтернативними думками, чинячи негативний вплив на різноманітність світогляду та сприяючи формуванню так званих інформаційних «бульбашок». У такій ситуації зменшується сприйняття різних точок зору. Ще однією суттєвою проблемою є поширення дезінформації через пріоритет контенту, що викликає сильні емоційні реакції або відповідає загальним стереотипам. Нерідко перевага віддається таким матеріалам, навіть якщо їхня достовірність під сумнівом. З огляду на занепокоєння щодо впливу алгоритмів на сприйняття інформації, деякі соціальні платформи почали впроваджувати заходи для підвищення прозорості своєї роботи. Вони дозволяють користувачам налаштовувати персоналізовані рекомендації контенту. Однак це не завжди повністю вирішує проблему.

Наприклад, під час президентських виборів у США 2020 року спостерігали тенденцію, коли прихильники різних кандидатів отримували інформацію, що підтверджувала їхні переконання. Це сприяло ускладненню сприйняття протилежних аргументів і поглиблювало розкол у суспільстві. Не менш яскравим прикладом впливу соціальних мереж на політичні процеси стали президентські вибори у США 2016 року. Ця подія стала наочною демонстрацією того, як цифрові платформи можуть використовуватись для маніпуляцій зі свідомістю виборців і підриву демократичних процесів. Мережі на кшталт Facebook, Twitter та YouTube стали аренами для поширення фейкової інформації та емоційних маніпуляцій. Політичні сили активно використовували ці канали для просування своїх наративів, дискредитації опонентів і впливу на емоційний стан виборців. Особливістю кампанії 2016 року стало використання фейкових новин та явища «постправди», за якого об'єктивні факти втрачали значення перед емоційними закликами і суб'єктивними переконаннями.

У дослідженні Стенфордського університету було зазначено, що фейкові новини у Facebook отримували більше переглядів і поширень, ніж правдива інформація з традиційних медіа. Зокрема, однією з найпопулярніших фейкових новин стало повідомлення про підтримку Дональда Трампа Папою Римським, яке отримало понад 960 тисяч взаємодій. Ця передвиборча кампанія в черговий раз підкреслила вразливість демократичних інститутів до маніпуляцій через соціальні медіа. Боти й тролі відіграли ключову роль у поширенні дезінформації та створенні інформаційних «бульбашок», які ізолювали користувачів у межах їхніх ідейних переконань (Chen, 2023; Stryker, 2020).

Виборча кампанія 2016 року яскраво

продемонструвала вразливість демократичних процесів до зовнішніх впливів через соціальні мережі. Політичні діячі активно використовували цифрові платформи для поширення викривленої інформації, що значно впливала на думки виборців. Це створило середовище для формування так званих інформаційних «бульбашок», де користувачі отримували контент, який відповідав їхнім існуючим переконанням. Такий підхід суттєво знижував здатність людей критично аналізувати альтернативні точки зору. У результаті соціальні медіа не тільки стали інструментом політичної мобілізації, але й перетворилися на платформу для дезінформації й підриву суспільної довіри до демократичних інститутів.

Дослідження, проведене Оксфордським університетом, виявило, що близько 19% твітів, пов'язаних із президентськими виборами в США 2016 року, були створені автоматизованими акаунтами (ботами) (Shao, Ciampaglia, Varol, Flammini & Menczer, 2018). Ці боти не лише поширювали фейкові новини, а й створювали ілюзію широкої підтримки чи неприйняття окремих кандидатів. Значна частина таких акаунтів, включаючи тролів, була пов'язана з Росією і мала на меті посилення політичної поляризації, створення відчуття глибокого розколу в суспільстві та дискредитацію опонентів і їхніх прихильників. Мета цих дій полягала у підірванні довіри до демократичних інститутів і легітимності виборчих процесів. Крім того, дослідження Південної Каліфорнійської школи комунікації показало, що автоматизовані акаунти активно використовувалися для розповсюдження хештегів на підтримку Дональда Трампа, таких як #MAGA (Make America Great Again), а також для поширення дезінформації про його конкурентку Гіларі Клінтон (Oxford report, 2021). Аналіз продемонстрував, що ці боти значно посприяли вірусному поширенню зазначених хештегів, формуючи негативний імідж опонентів Трампа.

У періоди найбільшої активності автоматизовані акаунти генерували до 25% усіх політичних твітів, що помітно впливало на інформаційний простір соціальних мереж. Президентські вибори 2016 року яскраво показали, як соціальні медіа можуть використовуватись для маніпуляцій громадською думкою та дестабілізації демократичних процесів. Завдяки діяльності ботів і автоматизованих акаунтів створювався ефект масової підтримки або неприйняття певних політичних кандидатів. Це посилювало поляризацію суспільства та поглиблювало розкол між різними групами населення. Ситуація лише підкреслила важливість сучасного моніторингу та аналізу впливу цифрових платформ на політичні процеси. Також є нагальна потреба у розробці технологій для виявлення та блокування дезінформації, яка може негативно

позначитися на демократії. Важливість впливу соціальних мереж можна було побачити й у процесах навколо референдуму щодо виходу Великої Британії з Європейського Союзу (Brexit) у 2016 році. Ця кампанія також супроводжувалася активним поширенням дезінформації через платформи Twitter і Facebook. Багато контенту було спрямовано на маніпуляцію емоціями користувачів, зокрема через посилення страхів щодо міграції та можливих економічних наслідків членства в ЄС.

Результати дослідження.

Розвиток соціальних медіа в Україні став особливо помітним у період 2014–2015 років, коли онлайн-спільноти громадських організацій, волонтерів, активістів, політиків і професіоналів почали відігравати активну роль. Ці платформи перетворилися на ключові джерела інформації під час таких важливих подій, як Революція Гідності, анексія Криму та початок військових дій на Донбасі, і зміцнилися як серйозна альтернатива традиційним засобам масової інформації та телебаченню. Вплив соціальних медіа на політичну активність громадян має істотне значення для демократії. Алгоритми цих мереж створюють інформаційні «бульбашки», де користувачі здебільшого отримують підтвердження своїх вже існуючих переконань через аналіз їхньої попередньої активності. Це сприяє політичній поляризації суспільства, розділяючи його на протилежні табори, що ускладнює конструктивний діалог і досягнення компромісів. Дослідження Pew Research Center свідчить, що 78% американців вважають, що соціальні медіа мають великий вплив на політику, тим самим підсилюють політичний розкол у країні (Zhuravskaya, Petrova & Enikolopov, 2020). Це явище набуває особливої актуальності під час виборчих кампаній, коли громадська думка стає більш радикалізованою, а суспільні настрої – більш напруженими та агресивними. Ще одним важливим аспектом функціонування соціальних медіа є їхній вплив на політичну поведінку громадян через механізми емоційної маніпуляції. Мережі використовують складні алгоритми для аналізу поведінки користувачів та пропонують їм контент, який викликає сильні емоційні реакції, такі як страх, гнів, захоплення чи обурення. Такі емоції стимулюють активну взаємодію з контентом, його розповсюдження серед інших користувачів і створення обговорень. Згідно з дослідженням Массачусетського технологічного інституту, емоційно заряджений контент має удвічі більше шансів стати вірусним порівняно з нейтральними повідомленнями (Alodat, Al-Qora'n & Abu Hamoud, 2023). Це створює умови для поширення пропаганди, яка використовує чутливі, емоційні чи шокуючі аргументи для маніпуляції громадською думкою. Посилення емоційного впливу часто стає ефективним інструментом мобілізації громадян на підтримку

чи протидію певній політичній силі, адже емоції часто переважають над раціональним мисленням. Таким чином, вплив на політичну свідомість, емоції, переконання та уподобання стає одним із ключових механізмів формування політичних поглядів і поведінки користувачів. Серед заходів для протидії цим загрозам активно розробляються технологічні рішення. Перспективним напрямком є використання штучного інтелекту для виявлення та блокування дезінформації. Наприклад, система DeepText від Facebook здатна аналізувати текстовий контент з високою швидкістю та визначати ознаки дезінформації, обробляючи понад 10 000 постів щосекунди. Це дозволяє ефективно боротися з пропагандистським контентом. Однак навіть найсучасніші технології мають свої обмеження, адже пропагандисти постійно адаптуються до нових умов, знаходячи способи обходу алгоритмів і захисних механізмів. Питання цензури в соціальних мережах привертає особливу увагу правозахисних організацій, дослідників та користувачів. Видалення контенту щодо військових конфліктів викликає дискусії про баланс між інформаційною безпекою та свободою висловлення.

Видалення публікацій, що містять непідтверджену інформацію або можуть бути інструментом гібридної війни, розглядається як спосіб захисту національної безпеки та громадського порядку. Водночас така практика може обмежувати свободу слова і створювати перешкоди для об'єктивного висвітлення подій, зокрема на територіях військових конфліктів. Складність полягає в тому, що механізми фільтрації контенту не завжди здатні розрізняти реальні заклики до насильства чи загрози від правдивого висвітлення ситуації. Надмірне блокування може призвести до того, що важливі свідчення про воєнні злочини залишаться недоступними для суспільства, що може спотворити уявлення про ситуацію і вплинути на міжнародну думку. Одним з ключових інструментів боротьби з дезінформацією є розвиток медіаграмотності серед населення. Критичне мислення та вміння аналізувати інформацію, отриману із соціальних мереж, відіграють визначальну роль у протидії маніпуляціям. Наприклад, дослідження Університету Пенсільванії демонструє, що участь у програмах із розвитку медіаграмотності значно покращує здатність громадян розпізнавати фейки. Близько 70% учасників зазначених програм змогли визначити дезінформацію після навчання, що свідчить про їхню ефективність (Guarino, Trino & Celestini, 2020). Соціальні медіа мають значний політичний вплив, який проявляється на трьох основних рівнях. Перший рівень – це вплив на громадянське суспільство, коли соцмережі стають засобом вимірювання громадської думки та відповідного впливу на неї. Другий рівень охоплює використання соціальних медіа громадянами для тиску на уряди: від протестів до поширення

політичних вимог. Третій рівень стосується мобілізації населення на основі спільних цінностей чи інтересів, що сприяє посиленню політичної активності та зміцненню громадянського суспільства. Соціальні платформи також надають можливості спілкування, вивчення різних точок зору, колективного ухвалення рішень і створення діалогів.

Наукові дослідження додатково виокремлюють деякі важливі аспекти впливу. Наприклад, соціальні медіа сприяють підвищенню прозорості політики через доступ до інформації про діяльність політичних еліт; люди можуть обговорювати її у віртуальних спільнотах. Однак також існує ризик негативного зовнішнього втручання: маніпуляції громадською думкою, розповсюдження пропаганди і навіть вплив на вибори. Дослідження Ж. Клемана розкриває кілька механізмів, через які зовнішні суб'єкти можуть впливати на внутрішньополітичні процеси: поширення дезінформації для формування бажаної думки, мобілізація населення у підтримку певних сил і втручання у вибори. За даними опитувань Інституту соціології НАН України найбільше напруження для українців виникає внаслідок споживання медіа. Майже 80% громадян відчувають негативні емоції від новин. Особливо вразливими до медіастресу виявилися жінки і люди старшого віку (Дембіцький, 2023). Міжнародні дослідження відзначають, що соціальні медіа значною мірою трансформували методи моніторингу політики та поширення новин. Згідно з опитуванням Pew Research Centre, більшість американців отримують інформацію саме з таких платформ. Водночас існує ризик посилення поляризації суспільства через політичний контент, який впливає на ставлення до влади і політики загалом. Наприклад, опитування 2019 року показало, що 46% користувачів соцмереж (Rossetti & Zaman, 2023).

За думкою С. Гайдая, соціальні мережі мають значний потенціал для використання у виборчих кампаніях і можуть уже в найближчому майбутньому стати основним інструментом їх проведення. Ефективна робота на цих платформах дозволяє вирішувати численні питання, пов'язані зі встановленням діалогу з виборцями. Дослідження свідчать, що правильна стратегія роботи в соціальних медіа сприяє успішній взаємодії з електоратом і підвищує шанси на перемогу у виборчих змаганнях. Зокрема, кількість користувачів, які отримують політичну інформацію через соцмережі, постійно зростає. Наприклад, у 2016 році 57% американців отримували таку інформацію з телебачення, тоді як 38% користувалися онлайн-ресурсами (Thyne & Hitch, 2020). До 2022 року ці показники змінилися: 50% споживали новини через телебачення, а 43% – онлайн.

Зростання впливу соціальних мереж у політичному житті має низку важливих наслідків. Політики дедалі більше орієнтуються на громадську думку, сформовану в цих медіа, що підвищує їх залежність від неї. Сучасні технології, такі як таргетована реклама та інформаційні кампанії, відкривають нові перспективи для комунікації між політиками та громадськістю. Проте водночас виникає потреба у відповідальному використанні таких платформ, щоб уникнути поширення дезінформації і спроб маніпуляцій громадською свідомістю.

Висновки.

Згідно з даними дослідження про ставлення населення до медіа у 2019 році, проведеного компанією InMind за підтримки Internews у межах програми USAID, соціальні мережі є найпопулярнішим джерелом новин для українців. Так, 68% респондентів отримували інформацію через соцмережі, тоді як телебачення використовували 66%. На третьому місці опинилися новинні сайти (59%), четверте зайняло радіо (18%), а друковані газети залишилися найменш популярним джерелом із показником у 15% (USAID, 2019). Ці дані свідчать про активний перехід українського суспільства від традиційних медіа до цифрових форматів. Соціальні медіа стали важливим чинником політичної мобілізації та засобом поширення інформації в сучасних умовах. Вони забезпечують швидке інформування, організовують масові рухи й сприяють залученню громадян до політичних процесів. Поряд із цим супроводжуються ризики: можливість маніпулювання думками через фейкові новини, політичну рекламу та алгоритмічну сегментацію аудиторії. Це може спричиняти поляризацію суспільства і сприяти утворенню закритих інформаційних «бульбашок».

Крім того, соціальні мережі часто слугують інструментом державної пропаганди в авторитарних режимах, де контроль над інформаційними потоками допомагає доносити офіційні наративи та мінімізувати доступ до альтернативних джерел. Водночас дезінформація стала загрозою для демократичних інституцій, що яскраво проявилось в контексті виборів і референдумів останніх років. Ця ситуація вимагає посилення регулювання цифрових платформ і розробки механізмів для боротьби з неправдивою інформацією. В українських реаліях роль соціальних мереж як засобу політичної мобілізації значно зросла після Революції Гідності та під час війни на Донбасі. Вони допомагають координувати волонтерську діяльність і громадські ініціативи, однак водночас створюють ризики для національної безпеки через можливість поширення пропаганди та проведення інформаційних атак. Тому подальше вивчення проблеми є актуальним і значущим.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Дембіцький, С. (2023). *Media stores and psychological well-being of the population of Ukraine*. Інститут соціології НАН України, 2023. https://isnasu.org.ua/analytics/003_Dembitskiy_Media_stresory_ta_psyhologichne_samopohuttia.php
- Дімура, І. (2025) *Інформаційні бульбашки – як їх формують пошукові алгоритми*. Business Site. <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/informacijni-bulbashki-yak-ix-formuyut-poshukovi-algoritmi.html>
- Скрипченко І. В. Громадсько-політичний рух «Black Lives Matter»: уявне та реальне. *Політологічний вісник*. 2020. Вип. 84. <https://molodyvchenyi.ua/index.php/journal/article/view/719/694>
- Ставлення населення до ЗМІ та споживання різних типів медіа у 2019 р. Опитування USAID-INTERNEWS. <https://detector.media/infospace/article/171769/2019-10-22-stavlennya-naselennya-do-zmi-ta-spozhyvannya-riznykh-typiv-media-u-2019-r/>
- Alodat, A., Al-Qora'n, L., & Abu Hamoud, M., (2023) *Social media platforms and political participation: a study of jordanian youth engagement*. MDPI. <https://pdfs.semanticscholar.org/43af/4a8c2cf08a101a743f1feca10c1596232368.pdf>
- Chen, B. X., (2023) *The Future of Social Media Is a Lot Less Social*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2023/04/19/technology/personaltech/tiktok-twitter-facebook-social.html>
- Guarino, S., Trino, N., & Celestini, A. (2020). Characterizing networks of propaganda on twitter: a case study. *Appl Netw Sci* 5, 59. <https://doi.org/10.1007/s41109-020-00286-y/>
- Rossetti, M., & Zaman, T. (2023) Bots, disinformation, and the first impeachment of U.S. President Donald Trump. *PLOS ONE*, 18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283971>
- Shao, C., Ciampaglia, G., Varol, O., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of fake news by social bots. *Nature Communications*, *Nature*, 9(1), 1-9, <https://www.nature.com/articles/s41467-018-06930-7>
- Social media manipulation by political actors an industrial scale problem – Oxford report. (2021) University of Oxford. <https://www.ox.ac.uk/news/2021-01-13-social-media-manipulation-political-actors-industrial-scale-problem-oxford-report>
- Stryker, C. (2020) *Budding Digital Authoritarianism in Central Asia*. Davis Center. <https://daviscenter.fas.harvard.edu/insights/budding-digital-authoritarianism-central-asia>
- Thyne, C., & Hitch, K. (2020) Democratic versus Authoritarian Coups: The Influence of External Actors on States' Postcoup Political Trajectories. *Journal of Conflict Resolution*, 64(10), 1857-1884. <https://ideas.repec.org/a/sae/jocore/v64y2020i10p1857-1884.html>
- Zhuravskaya, E., Petrova, M., & Enikolopov, R. (2020). Political Effects of the Internet and Social Media. *Annual Review of Economics*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3439957

REFERENCES

- Alodat, A., Al-Qora'n, L., & Abu Hamoud, M., (2023) *Social media platforms and political participation: a study of jordanian youth engagement*. MDPI. <https://pdfs.semanticscholar.org/43af/4a8c2cf08a101a743f1feca10c1596232368.pdf>
- Chen, B. X. (2023) *The Future of Social Media Is a Lot Less Social*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2023/04/19/technology/personaltech/tiktok-twitter-facebook-social.html>
- Dembitskiy S. (2023) *Media resources and psychological well-being of the population of Ukraine*. Institute of Sociology of the National Academy of Sciences of Ukraine. https://isnasu.org.ua/analytics/003_Dembitskiy_-_Media_stresory_ta_psyhologichne_samopohuttia.php
- Dimura, I. (2025) *Information bubbles – how search algorithms form them*. Business Site. <https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/informacijni-bulbashki-yak-ix-formuyut-poshukovi-algoritmi.html>
- Guarino, S., Trino, N., Celestini, A., (2020). *et al.* Characterizing networks of propaganda on twitter: a case study. *Appl Netw Sci* 5, 59. <https://doi.org/10.1007/s41109-020-00286-y/>
- Public attitudes towards media and consumption of different types of media in 2019. USAID-INTERNEWS. <https://detector.media/infospace/article/171769/2019-10-22-stavlennya-naselennya-do-zmi-ta-spozhyvannya-riznykh-typiv-media-u-2019-r/>
- Rossetti, M., & Zaman, T. (2022) Bots, disinformation, and the first impeachment of U.S. President Donald Trump. *PLOS ONE*, 18. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0283971>
- Shao, C., Ciampaglia, G., Varol, O., Flammini, A., & Menczer, F. (2018) The spread of fake news by social bots. *Nature Communications*, *Nature*, 9(1), 1-9, December. <https://www.nature.com/articles/s41467-018-06930-7>
- Skrypchenko I. V. (2022) The social and political movement «Black Lives Matter»: imaginary and real. *Political Science Bulletin*. Vol. 84. <https://molodyvchenyi.ua/index.php/journal/article/view/719/694>
- Social media manipulation by political actors an industrial scale problem – Oxford report. (2021) University of Oxford. <https://www.ox.ac.uk/news/2021-01-13-social-media-manipulation-political-actors-industrial-scale-problem-oxford-report>
- Stryker, C. (2020) *Budding Digital Authoritarianism in Central Asia*. Davis Center. <https://daviscenter.fas.harvard.edu/insights/budding-digital-authoritarianism-central-asia>
- Thyne, C., & Hitch, K. (2020) Democratic versus Authoritarian Coups: The Influence of External Actors on States' Postcoup Political Trajectories. *Journal of Conflict Resolution*, 64, 1857-1884. <https://ideas.repec.org/a/sae/jocore/v64y2020i10p1857-1884.html>
- Zhuravskaya, E., Petrova, M., & Enikolopov, R. (2020). Political Effects of the Internet and Social Media. *Annual Review of Economics*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3439957