

ПОЛІТОЛОГІЯ

УДК 32.019.5:316.77

DOI: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.69.357462>

Бурчак Антон Юліанович, аспірант кафедри політології, соціології та публічного управління, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро, Україна
e-mail: antohatoha2@gmail.com
ORCID ID: 0009-0003-1902-1880

ПРОПАГАНДИСТСЬКІ ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЕФЕКТИВНІ ЗАСОБИ КОНСТРУЮВАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Досліджено сутність та специфіку пропагандистських технологій як ефективних засобів конструювання політичної реальності. Розкрито їх механізми впливу та обмеження застосування. Виявлено, що дані технології спрямовані на формування, закріплення та відтворення соціально обов'язкових інтерпретацій політичних подій, акторів і процесів, унаслідок чого певна картина політичного світу починає сприйматися суспільством як природна, очевидна й легітимна.

Ключові слова: пропаганда, політична влада, ідентичність, політичні технології, технологічний підхід, легітимація, конструювання політичної реальності.

Постановка проблеми. У сучасному інформаційному суспільстві політична влада дедалі менше спирається виключно на матеріальні ресурси або прямий примус і дедалі більше – на здатність формувати інтерпретації соціальної реальності. Політичні процеси розгортаються не лише у сфері інституційної боротьби за владу, а й у просторі смислів, образів і наративів, через які суспільство осмислює політичні події, діяльність акторів та явища. У цьому контексті особливого значення набувають пропагандистські технології, що дозволяють цілеспрямовано впливати на масову свідомість і конструювати інтерпретації політичної дійсності, що домінують. Теоретичним підґрунтям



Авторські права: © 2026 належать авторам.
Подано для можливої публікації у відкритому доступі на умовах ліцензії
Creative Commons Attribution (BY) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



Copyright: © 2026 by the authors.
Submitted for possible open access
publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution
(BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

осмислення цього процесу стала концепція соціального конструювання реальності, згідно з якою суспільна дійсність не є суто об'єктивною даністю, а формується через систему соціальних інтерпретацій, символів і комунікаційних практик. У політичній сфері це означає, що політична реальність постає як результат взаємодії дискурсивних практик, інституційних механізмів і технологій символічного впливу, які формують уявлення громадян про легітимність влади, політичні конфлікти, колективні ідентичності та суспільні цінності. У таких умовах пропаганда перестає бути лише інструментом одностороннього інформування або маніпуляції та перетворюється на складний комплекс технологій, спрямованих на виробництво соціально прийнятних інтерпретацій політичного світу. Завдяки систематичному використанню наративів, фреймів і медійних образів пропагандистські технології здатні формувати стійкі когнітивні моделі сприйняття політики, закріплювати певні політичні ідентичності та легітимувати владні практики. У результаті певна інтерпретація політичної реальності починає сприйматися суспільством як природна, очевидна і безальтернативна. Актуальність дослідження цієї проблеми суттєво зростає в умовах розвитку цифрових комунікацій, соціальних мереж та глобального інформаційного протистояння, коли боротьба за владу дедалі більше переміщується у сферу інформаційного впливу. У такому середовищі політичні актори активно застосовують різноманітні пропагандистські технології для формування суспільних настроїв, мобілізації підтримки, делегітимації опонентів і конструювання бажаних моделей політичної реальності. Це зумовлює необхідність системного теоретичного осмислення механізмів функціонування таких технологій, їх принципів дії та ролі у процесах виробництва політичної реальності. Отже, можна констатувати необхідність комплексного аналізу пропагандистських технологій як специфічних інструментів конструювання політичної реальності, що забезпечують досягнення політичних цілей через управління смислами, інтерпретаціями та колективними уявленнями суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема пропаганди та її ролі у формуванні політичної реальності стала предметом міждисциплінарного наукового аналізу, що поєднує здобутки політичної науки, соціології, психології та комунікаційних студій. Гарольд Лассвелл у праці «Пропагандистські техніки у світовій війні» обґрунтував пропаганду як механізм контролю громадської думки через маніпуляцію значущими символами, показавши її здатність мобілізувати маси навколо політичних цілей [18]. Леонард Дуб у книзі «Пропаганда: її психологія та техніка» дослідив психологічні механізми пропагандистського впливу та підкреслив роль технік переконання у формуванні громадської думки [12]. Олдос Гакслі розкрив основні механізми функціонування пропа-

ганди, визначивши повторення, замовчування та раціоналізацію як ключові техніки формування необхідних інтерпретацій політичної реальності [15]. Вагомий внесок у розуміння пропаганди як системного соціального явища зробив Жак Елліуль, який розглядав її як невід'ємний елемент технологічного суспільства та як комплексну систему психологічного й соціального впливу, спрямовану на формування поведінки мас [13]. Серж Чако́тін розробив психологічну модель пропагандистського впливу, пояснюючи його через механізми умовних рефлексів і апеляцію до базових людських інстинктів [9].

Значний внесок у дослідження комунікативних аспектів пропаганди зробили Волтер Ліппман, який обґрунтував концепцію «псевдосередовища» та показав роль медіа у формуванні стереотипів політичної реальності [20], та Пол Лазарсфельд, який розробив модель двоступеневої комунікації, довівши ключову роль лідерів думок у поширенні пропагандистських повідомлень [19]. Гарт Джоветт і Вікторія О'Доннелл розглянули пропаганду як систематичний процес комунікації, спрямований на формування сприйняття та поведінки аудиторії відповідно до цілей пропагандиста [16]. Важливі теоретичні засади соціального конструювання реальності були закладені Пітером Бергером і Томасом Лукманом, які довели, що соціальна реальність, у тому числі політична, формується через інтерсуб'єктивні значення, мову та символічні системи [7]. У сучасній українській політичній науці суттєвий внесок у дослідження технологічного виміру пропаганди зробили О. Висоцький і Д. Павлов, які розглядали політичну пропаганду як систему раціонально організованих технологій впливу на громадську думку та поведінку [3; 21; 22]. Наукові результати та ідеї згаданих дослідників дозволяють розглядати пропагандистські технології як ефективні інструменти конструювання політичної реальності, що поєднують символічні, психологічні, культурні та комунікативні механізми впливу на масову свідомість.

Формулювання мети. Виходячи з зазначеного, автор має на меті розкрити сутність пропагандистських технологій та виявити їхню специфіку як ефективних засобів конструювання політичної реальності, а також окреслити основні механізми їхнього впливу на масову свідомість у межах технологічного підходу до вивчення політичних процесів.

Виклад основного матеріалу. Пропагандистські технології конструювання політичної реальності – це системно організована сукупність комунікативних, символічних та психологічних методів і практик цілеспрямованого впливу на масову свідомість для формування, закріплення та відтворення соціально обов'язкових інтерпретацій політичних подій, акторів і процесів, унаслідок чого певна картина політичного світу починає сприйматися суспільством як природна, очевидна й легітимна. Їхня специфіка полягає в тому, що вони

діють переважно у площині смислів, символів, наративів та колективних уявлень, не відображаючи політичної реальності безпосередньо, продукуючи її через інституціоналізацію певних інтерпретацій і моделей сприйняття політичного світу. Водночас іманентною ознакою пропагандистських технологій є їхня ефективність, що полягає у здатності досягати стратегічних політичних результатів – мобілізації підтримки, легітимації влади або делегітимації опонентів – за мінімальних матеріальних, організаційних і силових витрат, шляхом впливу на когнітивні структури, емоційні реакції та механізми соціальної ідентифікації. Таким чином, пропагандистські технології конструювання політичної реальності можна визначити як ресурсощадний інструментарій виробництва влади, що забезпечує досягнення політичних цілей через управління інтерпретаціями реальності, а не через прямий примус або матеріальний розподіл ресурсів.

Методологічною основою дослідження виступає технологічний підхід, який дозволяє аналізувати політичні процеси як систему цілеспрямовано застосовуваних інструментів впливу для досягнення владних цілей політичних акторів. У межах цього підходу політичні технології розглядаються та класифікуються відповідно до їх ефективності, тобто здатності забезпечувати бажані політичні результати за умов мінімізації витрат ресурсів, зусиль і часу [1; 2; 21]. Застосування такого критерію дозволяє виокремити пропагандистські технології конструювання політичної реальності як специфічний різновид політичних технологій, дія яких спрямована не на прямий примус чи матеріальний розподіл ресурсів, а на формування та закріплення домінантних інтерпретацій політичного світу через символи, наративи та образи. Відтак розрізнення та класифікація їх ґрунтуються на механізмах впливу, способах виробництва смислів та ступені ефективності формування соціально прийнятних уявлень про політичну реальність.

Однією з важливих пропагандистських технологій конструювання політичної реальності є технологія ідеологічної спрощеності, яка полягає в редукації складних політичних процесів до зрозумілих і легко відтворюваних ідеологічних схем, які структурують політичну реальність у формі простих бінарних моделей на кшталт «проблема – винуватець – рішення». Як зазначав один із класиків дослідження пропаганди Леонард Дуб, ефективність пропаганди значною мірою визначається свідомим спрощенням складних соціально-політичних явищ, що дозволяє апелювати до наявних настанов аудиторії та створювати в реципієнтів відчуття зрозумілості ситуації й власної підвищеної поінформованості [12, р. 98]. Механізм дії цієї технології ґрунтується на когнітивному спрощенні політичної інформації, коли складні соціально-політичні процеси редукуються до емоційно насичених формул, зрозумілих широкій

аудиторії; її ефективність визначається зрозумілістю меседжу, емоційною переконливістю та здатністю витіснити альтернативні інтерпретації. Водночас значущість цієї технології для конструювання політичної реальності поєднується з певними обмеженнями, оскільки надмірне спрощення політичних процесів може призводити до викривлення реальності та зниження здатності суспільства до критичного осмислення складних політичних явищ.

Структурно пов'язаною з технологією ідеологічної спрощеності є технологія конструювання образу ворога, яка надає спрощеним інтерпретаціям політичної реальності персоніфікованого або колективного носія загрози. Її призначення полягає у формуванні чіткої бінарної опозиції «ми – вони», що дозволяє пояснювати соціальні проблеми через діяльність конкретного противника та мобілізувати політичну підтримку. Як підкреслював теоретик пропаганди Гарольд Лассвелл, колективна ворожість до спільного противника виступає чинником, що консолідує маси та слугує ключовою рушійною силою в досягненні поставленої мети [18, р.76]. Механізм дії цієї технології полягає в символічній персоніфікації загрози, емоційному насиченні відповідного образу та його систематичному відтворенні в публічному дискурсі; її ефективність визначається ступенем емоційної мобілізації аудиторії, чіткістю ідентифікації противника та здатністю консолідувати групову ідентичність. Та попри значну роль у конструюванні політичної реальності ця технологія має обмеження, оскільки надмірна демонізація опонентів може призводити до радикалізації політичного конфлікту та звуження простору для раціонального політичного діалогу.

Закріплення сконструйованого образу ворога вимагає узгодженого та систематичного відтворення відповідних інтерпретацій у публічному дискурсі, що зумовлює застосування технології централізованої ідеологічної узгодженості. Її призначення полягає в забезпеченні єдності пропагандистських повідомлень через координацію комунікаційних каналів і джерел інформації, що дозволяє формувати стабільну та внутрішньо несуперечливу картину політичної реальності. Відомий теоретик пропаганди Серж Чакотін вважав, що ефективність пропаганди значною мірою залежить від послідовності та повторюваності її основних смислів, що він інтерпретував як рефлекторне закріплення [9, р. 92–125]. Механізм дії цієї технології ґрунтується на централізованому виробництві ідеологічних наративів, їхньому синхронному поширенні через різні комунікаційні платформи та постійному повторенні ключових смислових формул; її ефективність визначається рівнем контролю над інформаційним простором, однорідністю публічного дискурсу та відсутністю значущих альтернативних інтерпретацій. Разом із тим попри важливу роль у стабілізації сконструйованої політичної реальності ця технологія має певні

обмеження, оскільки надмірна централізація інформаційних потоків може знижувати гнучкість пропагандистської системи та підвищувати її вразливість до появи альтернативних джерел інформації.

Разом із централізованою узгодженістю пропагандистських повідомлень важливим стає інституційне закріплення їх у повсякденних соціальних практиках, що зумовлює застосування технології вбудованої пропаганди. Її призначення полягає в непомітному інтегруванні ідеологічних наративів у систему освіти, масову культуру, адміністративні практики та медійне середовище, внаслідок чого вони починають сприйматися як природна частина соціальної реальності. Волтер Ліппман у праці «Громадська думка» доводив, що громадська думка формується переважно не безпосереднім пізнанням політичної реальності, а через соціально-комунікативне середовище масової інформації, яке продукує та поширює стереотипи й тим самим створює своєрідне політичне «псевдосередовище», з яким і взаємодіє громадська свідомість [20, р. 30]. Механізм дії цієї технології полягає в систематичному включенні ідеологічно забарвлених смислів у різні інститути соціалізації та комунікаційні канали, що забезпечує їхнє постійне відтворення. Її ефективність визначається непомітністю пропагандистського впливу, регулярністю контакту аудиторії з відповідними наративами та їх поступовою інтеріоризацією. Водночас, попри значну роль у стабілізації сконструйованої політичної реальності, ця технологія має обмеження, оскільки в умовах плюралістичного медійного середовища надмірна інституціоналізація пропаганди може викликати зростання критичного ставлення до офіційних інтерпретацій.

Поряд із вбудовуванням пропагандистських наративів у соціальні інститути важливою стає їхня адаптація до різних соціальних груп, що зумовлює застосування технології адаптивної специфікації. Її призначення полягає у підвищенні ефективності пропагандистського впливу шляхом модифікації ідеологічних повідомлень відповідно до цінностей, досвіду та соціально-культурних характеристик конкретних аудиторій. Як доводив американський соціолог Пол Лазарсфельд, політичний вплив часто здійснюється не безпосередньо, а через адаптовані комунікаційні канали та соціальні групи, які транслюють повідомлення у прийнятній для них формі [19]. Механізм дії цієї технології ґрунтується на сегментації аудиторії та варіативному формулюванні пропагандистських меседжів, що дозволяє узгоджувати загальний ідеологічний наратив із специфічними інтересами різних груп. Її ефективність визначається точністю соціального таргетування, культурною релевантністю повідомлень і здатністю інтегрувати різноманітні інтерпретації у спільну політичну рамку. Водночас значущість цієї технології для конструювання полі-

тичної реальності поєднується з певними обмеженнями, оскільки надмірна диференціація повідомлень може призводити до фрагментації політичного дискурсу та появи взаємно суперечливих інтерпретацій.

Подальшим етапом адаптації пропагандистських повідомлень до різних соціальних груп стає закріплення бажаних моделей політичної поведінки, що реалізується через технологію нормалізації поведінкових моделей. Її призначення полягає у формуванні уявлення про певні політичні дії, позиції чи настанови як соціально прийнятні та «нормальні», що досягається шляхом їх систематичного відтворення в медіа, освіті та масовій культурі. Не випадково Волтер Ліппман вказував, що громадська думка значною мірою формується через стереотипи, які задають людям схеми інтерпретації реальності та поведінки [20, р. 30]. Механізм дії цієї технології ґрунтується на повторенні та символічному схваленні певних поведінкових зразків, що поступово інтеріоризуються аудиторією як соціальний стандарт. Її ефективність визначається частотою медійного відтворення відповідних моделей, рівнем їх суспільного схвалення та здатністю викликати ефект наслідування. Та попри значну роль у стабілізації сконструйованої політичної реальності ця технологія має обмеження, оскільки зміна соціальних умов або поява альтернативних культурних наративів може призводити до швидкої трансформації раніше нормалізованих моделей політичної поведінки.

Подальшим кроком після нормалізації певних моделей політичної поведінки стає закріплення відповідних способів інтерпретації політичних подій, що реалізується через технологію кодування реальності. Її призначення полягає у формуванні стійких смислових рамок, через які суспільство сприймає та оцінює політичні процеси. Дуглас Келнер вказував на те, що сучасні медіа продукують «медіакультуру», яка структурує уявлення людей про світ, їх бажання та соціальну поведінку [17, р. 1]. Механізм дії цієї технології полягає у впровадженні в публічний дискурс певних концептів, метафор і категорій, що задають рамки інтерпретації подій, а її ефективність визначається стабільністю таких кодів у медійному просторі, їх повторюваністю та здатністю витіснити альтернативні способи осмислення політичної дійсності. При цьому, попри важливу роль у конструюванні політичної реальності, ця технологія має обмеження, оскільки зміна комунікаційного середовища або поява нових дискурсивних акторів може спричинити трансформацію смислових кодів, що домінують, і послаблення їх впливу.

Розвитком технології кодування реальності стає персоніфікація відповідних смислових кодів у символічних фігурах, що реалізується через технологію культурного героїзму. Її призначення полягає у втіленні домінантних політичних цінностей і наративів у постатях героїв, які стають зразками бажаної

поведінки та символічними репрезентаціями певної політичної спільноти. Як помічав Едвард Бернейс, нерідко стверджують, що пропаганда підносить президента США до такої міри, що з голови держави він перетворюється на живе уособлення ідеї героїзму, щоб не сказати – на божество [8]. Механізм дії цієї технології полягає в конструюванні та медійному поширенні образів героїчних постатей, які уособлюють ключові ідеологічні цінності, а її ефективність визначається рівнем суспільної впізнаваності таких образів, емоційною ідентифікацією аудиторії та здатністю стимулювати наслідування відповідних моделей поведінки. Водночас, попри значну роль у символічному конструюванні політичної реальності, ця технологія має певні обмеження, оскільки надмірна персоніфікація політичних наративів може призводити до їхньої залежності від репутації конкретних постатей і втрати переконливості в разі дискредитації цих символічних фігур.

Логічним продовженням технології культурного героїзму є технологія конструювання політичних ідентичностей, оскільки символічні постаті героїв слугують орієнтирами для самоідентифікації членів політичної спільноти. Її призначення полягає у формуванні стійких уявлень про належність індивіда до певної політичної групи («патріоти», «реформатори», «захисники нації»), що забезпечує інтеграцію громадян у спільний символічний простір. Зазначимо, що Луї Альтюссер розглядав ідентичність як результат дії ідеології, яка формує суб'єкта (індивіда) через механізми «інтерпеляції» (звернення) [5]. Виходячи з цього, пропаганда, що функціонує всередині ідеологічних апаратів держави, перетворює особистість на «суб'єкта», змушуючи прийняти нав'язану роль. Механізм дії технології конструювання політичних ідентичностей полягає у створенні та поширенні ідентифікаційних символів, наративів і категорій, які дозволяють людям інтерпретувати власну роль у політичній спільноті; її ефективність визначається емоційною привабливістю відповідних ідентичностей, рівнем групової солідарності та здатністю мобілізувати політичну підтримку. Водночас значущість цієї технології для конструювання політичної реальності поєднується з певними обмеженнями, оскільки надмірна поляризація ідентичностей може посилювати соціальні конфлікти та ускладнювати досягнення суспільного консенсусу.

Подальшим розвитком технології конструювання політичних ідентичностей стає технологія політичної симуляції, за допомогою якої сформовані ідентичності та політичні ролі відтворюються у вигляді символічно організованих подій і практик. Її призначення полягає у створенні переконливої видимості політичних процесів, що підтверджують уже сформовані інтерпретації політичної реальності. Як зазначав Жан Бодріяр, у сучасному світі симуляція – «це створення моделей реального без оригіналу та реальності:

гіперреального» [6]. Механізм дії цієї технології полягає у створенні медійних і символічних сценаріїв політичних подій, які відтворюють очікувану картину політики й тим самим підмінюють безпосередній досвід її сприйняття; її ефективність визначається медійною переконливістю таких подій, їх широкою видимістю та здатністю стабілізувати інтерпретації політичної дійсності, що домінують. Значущість цієї технології для конструювання політичної реальності поєднується з певними обмеженнями, оскільки надмірна залежність від симулятивних форм політики може призводити до розриву між символічною репрезентацією влади та фактичними соціально-політичними процесами.

Продовженням технології політичної симуляції є технологія фреймінгу, оскільки створені симулятивні політичні події потребують інтерпретаційних рамок, через які вони стають зрозумілими для масової аудиторії. Її призначення полягає у структуруванні сприйняття політичних подій шляхом виділення певних аспектів реальності та надання їм визначального значення. Як вважав І. Гофман, фреймінг є процесом відбору й висунання на перший план деяких аспектів подій чи проблем, і створення зв'язків між ними для просування особливої інтерпретації, оцінки та/чи рішення [14]. Механізм дії технології фреймінгу полягає у відборі, акцентуванні та символічному оформленні певних елементів політичної інформації, що формує домінуючу інтерпретацію подій, тоді як її ефективність визначається простотою інтерпретаційної рамки, її повторюваністю в медійному дискурсі та здатністю витіснити альтернативні способи тлумачення політичної дійсності. Попри важливу роль у конструюванні політичної реальності, технологія фреймінгу має обмеження, оскільки у плюралістичному комунікаційному середовищі різні актори можуть пропонувати інтерпретаційні рамки, що конкурують, послаблюючи стабільність домінуючого фрейму.

Логічним продовженням технології фреймінгу в цифровому комунікаційному середовищі стає технологія ехо-камери, оскільки інтерпретаційні рамки набувають стійкості тоді, коли аудиторія систематично взаємодіє лише з інформацією, що їх підтверджує. Її призначення полягає в посиленні та радикалізації вже сформованих політичних інтерпретацій через інформаційне середовище, у якому циркулюють переважно однорідні погляди. Як зазначається в дослідженнях інформаційних екосистем соціальних медіа, ехо-камера є середовищем, у якому учасники «зустрічають переконання та думки, що збігаються з їх власними» [11, р. 18], що утворює «механізм самопідсилення, який рухає всю групу до більш радикальних позицій» [10, р. 1]. Механізм дії цієї технології полягає в мережевій сегментації аудиторій та алгоритмічному відборі контенту, що відтворює і підсилює вже наявні переконання, тоді як її ефективність визначається рівнем інформаційної ізоляції групи,

інтенсивністю внутрішньогрупових комунікацій та здатністю формувати асиметрію довіри між «своїми» і зовнішніми критиками. Попри значну роль у стабілізації сконструйованої політичної реальності, ця технологія має обмеження, оскільки надмірна замкнутість інформаційного середовища може призводити до фрагментації публічного дискурсу та виникнення взаємно несумісних картин політичної дійсності.

Розвитком технології ехо-камери є технологія формування аксіологічних орієнтирів суспільства, оскільки замкнуті інформаційні середовища сприяють не лише відтворенню певних інтерпретацій політичних подій, а й закріпленню відповідної ієрархії суспільних цінностей. Її призначення полягає у встановленні нормативних критеріїв оцінки політичної реальності через культивування певних базових цінностей, що визначають колективні уявлення про бажаний суспільний порядок. Досліджуючи аксіологічні трансформації сучасного суспільства, Ю. Калиновський та Р. Зоркін справедливо вказують, що «цінності безпеки та свободи об'єктивно вийшли на перший план» у системі суспільних пріоритетів [4]. Механізм дії цієї технології полягає в систематичному відтворенні в публічному дискурсі певних ціннісних наративів, символів і моральних орієнтирів, що формують нормативну рамку політичних суджень, тоді як її ефективність визначається рівнем суспільної підтримки відповідних цінностей, їх інституційним закріпленням та здатністю інтегрувати різні соціальні групи навколо спільних аксіологічних принципів. Разом із тим, попри важливу роль у конструюванні політичної реальності, ця технологія має обмеження, оскільки зміна історичних обставин або поява альтернативних ціннісних наративів може трансформувати ієрархію суспільних орієнтирів і послабити стабільність сформованої системи політичних оцінок.

Висновки. У результаті проведеного дослідження встановлено, що в умовах сучасного інформаційного суспільства пропагандистські технології виступають одним із ключових інструментів виробництва політичної реальності. На відміну від традиційних форм політичного впливу, що ґрунтуються на матеріальних ресурсах або примусі, вони діють у сфері смислів, інтерпретацій та колективних уявлень, формуючи для суспільства певну картину політичного світу, яка поступово сприймається як природна, очевидна та легітимна. Це дозволяє розглядати пропагандистські технології як ефективний ресурсоощадний інструментарій досягнення політичних цілей через управління когнітивними та символічними структурами масової свідомості.

Методологічний аналіз, здійснений у межах технологічного підходу, дав змогу визначити пропагандистські технології як системно організовану сукупність комунікативних, символічних і психологічних практик, спрямованих на формування, закріплення та відтворення інтерпретацій політичних подій,

акторів і процесів, що домінують. Їхня специфіка полягає у здатності впливати на масову свідомість через символи, наративи, образи та інтерпретаційні рамки, що забезпечує легітимацію владних практик, мобілізацію підтримки або делегітимацію політичних опонентів.

У ході дослідження було виокремлено комплекс основних пропагандистських технологій, за допомогою яких здійснюється конструювання політичної реальності. До них належать: технологія ідеологічної спрощеності, що редукує складні політичні процеси до зрозумілих інтерпретаційних схем; технологія конструювання образу ворога, яка формує бінарну опозицію «ми – вони» та сприяє політичній мобілізації; технологія централізованої ідеологічної узгодженості, що забезпечує стабільність і повторюваність ключових пропагандистських наративів; технологія вбудованої пропаганди, яка інтегрує відповідні смисли в систему соціальних інститутів; технологія адаптивної специфікації, спрямована на пристосування ідеологічних повідомлень до різних соціальних груп; технологія нормалізації поведінкових моделей, що формує уявлення про соціально прийнятні політичні дії.

Крім того, важливу роль у процесі конструювання політичної реальності відіграють технології кодування реальності, культурного героїзму та конструювання політичних ідентичностей, які забезпечують символічне закріплення інтерпретацій, що домінують, і які формують колективні уявлення про належність до певної політичної спільноти. Їх подальшим розвитком виступають технології політичної симуляції та фреймінгу, що створюють інтерпретаційні сценарії політичних подій і структурують їх сприйняття у публічному дискурсі. У цифровому комунікаційному середовищі цей процес посилюється завдяки технології ехо-камери, яка сприяє інформаційній сегментації аудиторій і самопідсиленню певних політичних переконань, а також через технологію формування аксіологічних орієнтирів суспільства, що закріплює відповідну систему ціннісних критеріїв оцінки політичної реальності.

Водночас проведений аналіз засвідчив, що попри високу ефективність пропагандистських технологій у процесі символічного конструювання політичної реальності їхнє застосування має певні обмеження. Надмірне спрощення політичних процесів, радикалізація образу ворога, надмірна централізація інформаційних потоків або фрагментація медійного середовища можуть призводити до викривлення політичного дискурсу, посилення соціальної поляризації та зниження здатності суспільства до раціонального осмислення політичних явищ.

Отже, пропагандистські технології постають важливим елементом сучасних політичних процесів, оскільки вони не лише впливають на інтерпретацію політичних подій, а й безпосередньо беруть участь у виробництві самої по-

літичної реальності. Саме через систему символів, наративів і комунікативних практик формується колективне уявлення про легітимність влади, політичні конфлікти, ідентичності та цінності. Подальші дослідження в цьому напрямі доцільно спрямувати на вивчення трансформації пропагандистських технологій у цифровому інформаційному середовищі, а також на аналіз їхнього впливу на формування політичної свідомості та демократичних процесів у сучасних суспільствах.

ЛІТЕРАТУРА

1. Висоцький О. Ю. Легітимаційні технології в міжнародних відносинах. *Грані : наук.-теор. альманах*. 2017. № 20 (10). С. 98–104. doi: <https://doi.org/10.15421/1717138>.
2. Висоцький О. Ю. Технологічний підхід та його значення в дослідженні легітимації політичної влади. *Гілея*. 2012. № 62. С. 608–616. URL: <http://gileya.org/index.php?ng=library&cont=long&id=81> (дата звернення: 15.03.2026).
3. Висоцький О. Ю., Павлов Д. М. Слон сліпих мудреців: політична пропаганда в нескінченності вимірів. *Політичне життя*. 2023. № 4. С. 91–101. doi: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2023.4.13>.
4. Калиновський Ю., Зоркін Р. Світоглядно-ціннісні орієнтири українського суспільства в умовах російської агресії. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого. Серія: філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2026. № 1 (68). С. 34–47. doi: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.68.349829>.
5. Althusser L. Ideology and ideological state apparatuses. Lenin and philosophy and other essays. Monthly Review Press, 1971. P. 121–176.
6. Baudrillard J. Simulacra and simulation. Ann Arbor : University of Michigan Press, 1995. 164 p.
7. Berger P. L., Luckmann T. The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge. London : Penguin P., 1967. 249 p.
8. Bernays E. Propaganda. New York : Ig Publishing, 2005. 168 p.
9. Chakotin S. The rape of the masses; the psychology of totalitarian political propaganda, by Serge Chakotin; translated by E. W. Dickes. New York : Alliance Book Corporation, 1940. 310 p.
10. Cinelli M., De Francisci Morales G., Galeazzi A., Quattrociochi W., & Starnini M. The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. 2021. №. 118 (9). P. 1–8. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>.
11. Diaz Ruiz C., Nilsson T. Disinformation and Echo Chambers: How Disinformation Circulates on Social Media Through Identity-Driven Controversies. *Journal of Public Policy & Marketing*. 2022. № 42 (1). P. 18–35. doi: <https://doi.org/10.1177/07439156221103852>.

12. Doob L. W. Propaganda; its psychology and technique. New York : H. Holt and company, 1935. 424 p.
13. Ellul J. Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York : Vintage Books, 1973. 320 p.
14. Goffman E. Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press, 1974. 586 p.
15. Huxley A. Propaganda in a democratic society. *Voice of the people; readings in public opinion and propaganda*. R. M. Christenson (ed.). New York : McGraw-Hill, 1962. P. 344–348.
16. Jowett G. S., & O'Donnell, V. *Propaganda & persuasion*. Thousand Oaks : SAGE, 2014. 432 p.
17. Kellner D. Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern. Routledge, 1995. 726 p. doi: <https://doi.org/10.4324/9780203205808>.
18. Lasswell H. D. Propaganda Technique in the World War. London : K. Paul, Trench, Trubner & co., ltd. ; New York : A. A. Knopf, 1927. 233 p.
19. Lazarsfeld P. The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign, by Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. New York : Columbia University Press, 1968. 178 p.
20. Lippmann W. Public opinion. New Brunswick ; London : Transaction Publishers, 1997. 427 p.
21. Vysotskyi O., Pavlov D. How to spot the elephant? The technological approach as a methodological foundation for the study of political propaganda. *Political life*. 2025. P. 70–82. doi: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.2.8>.
22. Vysotskyi O., & Pavlov D. Spaces of propaganda as structural and functional dimensions of its deployment in domestic politics and in the international arena. *Philosophy and Political Science in the Context of Modern Culture*. 2020. № 12 (1). P. 114–122. doi: <https://doi.org/10.15421/352013>.

REFERENCES

1. Vysotskyi, O. Yu. (2017). Lehitymatsiyni tekhnolohiyi v mizhnarodnykh vidnosynakh. *Naukovo-teoretychnyy almanakh Hrani – Scientific and Theoretical Almanac Grani*, 20(10), 98–104. doi: <https://doi.org/10.15421/1717138> [in Ukrainian].
2. Vysotskyi, O. Yu. (2012). Tekhnolohichniy pidkhid ta yoho znachennia v doslidzhenni lehitymatsiï politychnoi vlady. *Hyleia – Gileya*, 62, 608–616. URL: <http://gileya.org/index.php?ng=library&cont=long&id=81> [in Ukrainian].
3. Vysotskyi, O. Yu., Pavlov, D. M. (2023). Slon slypykh mudretsiv: politychna propahanda v neskinchennosti vymiriv. *Politychne zhyttia – Political life*, 4, 91–101. doi: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2023.4.13> [in Ukrainian].
4. Kalynovskyi, Yu., Zorkin, R. (2026). Svitohliadno-tsinnisni oriientyry ukrainskoho suspilstva v umovakh rosiiskoi ahresii. *Visnyk NYYU imeni Yaroslava Mudroho. Serii: Filosofiia, filosofiia prava, politolohiia, sotsiolohiia – The Bulletin of Yaroslav Mudryi National Law University. Series: Philosophy, philosophies of law, political science*,

- sociology*, 1(68), 34–47. doi: <https://doi.org/10.21564/2663-5704.68.349829> [in Ukrainian].
5. Althusser, L. (1971). Ideology and ideological state apparatuses. Lenin and philosophy and other essays. Monthly Review Press, 121–176.
 6. Baudrillard, J. (1995). Simulacra and simulation. University of Michigan Press.
 7. Berger, P. L., Luckmann T. (1967). The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge. London: Penguin P.
 8. Bernays, E. (2005). Propaganda. New York: Ig Publishing.
 9. Chakotin, S. (1940). The rape of the masses; the psychology of totalitarian political propaganda, by Serge Chakotin; translated by E. W. Dickes. New York : Alliance Book Corporation.
 10. Cinelli, M., De Francisci Morales, G., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2021). The echo chamber effect on social media. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, 118(9), 1–8. doi: <https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118>
 11. Diaz Ruiz, C., & Nilsson, T. (2022). Disinformation and Echo Chambers: How Disinformation Circulates on Social Media Through Identity-Driven Controversies. *Journal of Public Policy & Marketing*, 42(1), 18–35. doi: <https://doi.org/10.1177/07439156221103852>
 12. Doob, L. W. (1935). Propaganda; its psychology and technique. New York: H. Holt and company.
 13. Ellul, J. (1973). Propaganda: The Formation of Men's Attitudes. New York: Vintage Books.
 14. Goffman, E. (1974). Frame analysis: An essay on the organization of experience. Harvard University Press.
 15. Huxley, A. (1962). Propaganda in a democratic society. *Voice of the people; readings in public opinion and propaganda*. R. M. Christenson (ed.). New York: McGraw-Hill, 344–348.
 16. Jowett, G. S. & O'Donnell, V. (2014). Propaganda & persuasion. Thousand Oaks, Calif.: SAGE.
 17. Kellner, D. (1995). Media culture: Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern. Routledge. doi: <https://doi.org/10.4324/9780203205808>
 18. Lasswell, H. D. (1927). Propaganda Technique in the World War. London: K. Paul, Trench, Trubner & co., ltd.; New York: A. A. Knopf.
 19. Lazarsfeld, P. (1968). The people's choice; how the voter makes up his mind in a presidential campaign, by Paul F. Lazarsfeld, Bernard Berelson, and Hazel Gaudet. New York: Columbia University Press.
 20. Lippmann, W. (1997). Public opinion. New Brunswick; London: Transaction Publishers.
 21. Vysotskyi, O., Pavlov, D. (2025). How to spot the elephant? The technological approach as a methodological foundation for the study of political propaganda. *Political life*, 70–82. doi: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.2.8>.
 22. Vysotskyi, O., & Pavlov, D. (2020). Spaces of propaganda as structural and functional dimensions of its deployment in domestic politics and in the international

arena. *Philosophy and Political Science in the Context of Modern Culture*. 12(1), 114–122. doi: <https://doi.org/10.15421/352013>

Burchak Anton Yulianovych, Ph. D. Student of the Department of Political Science, Sociology and Public Administration, Oles Honchar Dnipro National University, Dnipro, Ukraine

PROPAGANDA TECHNOLOGIES AS EFFECTIVE MEANS OF CONSTRUCTING POLITICAL REALITY

This study examines the nature and specific characteristics of propaganda technologies as effective means of constructing political reality. Their mechanisms of influence and limitations of application are revealed. It is found that these technologies are aimed at forming, reinforcing, and reproducing socially binding interpretations of political events, actors, and processes, as a result of which a certain picture of the political world begins to be perceived by society as natural, obvious, and legitimate

Keywords: *propaganda, political power, identity, political technologies, technological approach, legitimation, construction of political reality.*

Статтю подано / Submitted: 04.02.2026

Доопрацьовано / Revised: 20.02.2026

Схвалено до друку / Accepted: 06.03.2026

Опубліковано / Published: 06.05.2026

