


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ ТА НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН, ІНФОРМАЦІЇ ТА
РЕГІОНАЛЬНИХ СТУДІЙ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
 Ніна РЖЕВСЬКА
« 20 » / 12 2023 р.

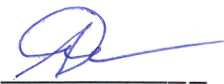
КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТРА
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 291 МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ, СУСПІЛЬНІ
КОМУНІКАЦІЇ ТА РЕГІОНАЛЬНІ СТУДІЇ
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ «ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА І
ДИПЛОМАТІЯ»

**Тема: «МЕХАНІЗМИ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ У СУЧАСНИХ
МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ (НА ПРИКЛАДІ США)»**

Виконавець: здобувач вищої освіти 2 курсу, 207 М групи, Степашко Данієлла
Олександрівна

Керівник: к.політ.н., доц., доцент кафедри міжнародних відносин, інформації
та регіональних студій Сапсай Артем Петрович

Нормоконтролер


(підпис)

Артем САПСАЙ

КИЇВ 2023

АННОТАЦІЯ

Сучасні міжнародні відносини в глобалізованому світі грають велику роль, більшість країн так чи інакше пов'язані і взаємозалежні в культурних, економічних, політичних, безпекових та багатьох інших сферах, для котрих основний вимір для діяльності цих сфер формують саме міжнародні відносини. Починаючи з 1990-х років, коли світ став багатопольярним, міжнародні діалоги та їх результати у вигляді договорів набрали ще більшу цінність. А з появою доступного інтернету з'явився абсолютно новий вимір для ведення міжнародних дій. Цінність інформації стала однією з найпріоритетніших напрямів діяльності держав, її збереження, просування, інтеграції в суспільство. Слід розуміти, що з появою інтернету, багатьох ЗМІ, соціальних мереж кількість та швидкість інформації та її розповсюдження стала складно контрольованою, що створило для держав додаткові складнощі. Ми маємо багато інструментів взаємодії держав на різних рівнях, але разом з тим маємо розуміти, що кожна держава має свій інтерес у своїх діях. Таким чином, стрімкий прогрес надав державам як додаткові інструменти для реалізації своїх повноважень та цілей, так і механізми для "нечесної гри", одним з яких є маніпуляції на міжнародному рівні. Враховуючи факт, що державам вигідніше вести агресивні дії не за допомогою зброї та війни, а іншими методами, звісно ж маніпуляції, та інші агресивні дії в інформаційному просторі, метою якої є отримання різного роду результатів, націлених на здобуття власних вигід, стали одними з найбільш часто реалізованих в світі.

ANNOTATION

Modern international relations in the globalized world play a major role. Most countries, one way or another, are connected and mutually dependent in cultural, economic, political, security and many other areas, for which the main place of functioning in these areas is formed by international relations. Since the 1990s, when the world became multipolar, international dialogues and their results in the form of treaties have become even more valuable. And with the advent of the Internet, a whole new level of international relations has emerged. The value of information has become one of the highest priorities its preservation, promotion, integration into society. It should be understood that with the dawn of the Internet media, social networks its quantity and speed of distribution has become difficult to control, yet creating additional difficulties for states. We have many tools for the interaction of countries at different levels, but at the same time we must understand that each state has its own interest. Thus, rapid progress has provided nations with additional tools for exercising their powers, goals and mechanisms for "unfair play", one of which is manipulation at the international level. Given the fact that it is more profitable for states to conduct aggressive actions not with weapons and war, but with other methods. Of course manipulation, and other aggressive actions in the cyberspace, purpose of which is to obtain various results such as achieving their own benefits, have become one of the most often implemented in the world.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ У МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ.....	
1.1 Поняття.....	
1.2 Теоретичний аспект.....	
1.3 Концепції сучасних маніпуляцій.....	
1.4 Психологічний аспект, сутність.....	
РОЗДІЛ II. МЕХАНІЗМИ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ НА ПРИКЛАДІ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ.....	
2.1. Методи маніпуляції свідомістю.....	
2.2. Методологія проведення моніторингу маніпуляції новинами.....	
2.3. Президентські вибори в США 2016, 2020 рр.....	
2.4. Маніпуляції США під час війни у В'єтнамі.....	
РОЗДІЛ III ЗАСОБИ КОНТРОЛЮ ТА ШЛЯХИ ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ У СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ: ПОГЛЯДИ У СЬОГОДЕННЯ ТА МАЙБУТНЄ.....	
3.1 Проблема регулювання, контролю: американський приклад.....	
3.2 Майбутнє інформаційного простору.....	
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	

ВСТУП

Актуальність дослідження. Стрімкий прогрес у розвитку інформаційних технологій, що формують нові концепції та механізми реалізації комунікацій між державами та суспільством. Майже кожного дня ми можемо бачити прояви гібридної війни в різних куточках світу, одним із інструментів котрої є маніпуляції з метою дестабілізації ситуації та здобуття інших вигід. Сьогодні лише одне повідомлення у ЗМІ з неперевіреною інформацією може коштувати іншій державі мільйонів доларів. Діяльність соціальних мереж може суттєво вплинути на вибори, референдум у країні, хакерські атаки та ЗМІ ззовні можуть знищити конкурента на виборах тієї чи іншої країни. Висміювання кандидатів може додати рейтинг опоненту і всі ці, на перший погляд, непомітні дії можуть бути діяльністю інших держав або установ та елементом гібридної війни. Основною проблематикою питання міжнародних маніпуляцій є неготовність держав до нових видів загроз та інструментів боротьби з ними. Виявилось, що держави не готові до нових видів маніпуляцій на найвищому рівні і тільки останні роки почали розробляти програми захисту, але поки що цього не достатньо для забезпечення контролю за інформаційним простором на міжнародному рівні, і питання як захистити державу від дестабілізуючих інформаційних дій інших держав залишається відкритим. Слід зазначити, що сьогодні діє велика кількість інституцій, метою яких є чітке завдання - виграти війну не почавши її, міжнародні органи все частіше вдаються до маніпулятивних дій, спрямованих на погіршення ситуації в одній країні і покращення в іншій методами економічного, політичного та військового тиску, і в усіх цих діях простежується маніпулятивна складова. Так, законодавча база багатьох країн виявляється абсолютно не готовою до інформаційного регулювання, внаслідок чого відкриваються великі можливості для безкарних дій інших акторів міжнародної арени, що доводить велика кількість подібних випадків.

Об'єктом дослідження є процеси застосування маніпуляцій на міжнародній арені, їх наслідків та захисту від інформаційних загроз.

Предметом дослідження є механізми маніпуляцій у зовнішній інформаційній політиці на прикладі Сполучених Штатів Америки.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є аналіз сучасних механізмів маніпуляцій США на міжнародній арені, визначення основних технологій впливу на населення, аналіз тенденцій розвитку інформаційного середовища.

Таким чином, в даній роботі спробуємо проаналізувати основні тенденції, механізми, методи та наслідки міжнародних маніпуляцій в сучасний період, розглянемо діючі механізми захисту та контролю інформації та виділимо нові актуальні механізми протидії маніпуляційним впливам держав в багатополлярному світі, зробимо погляд у майбутнє та спробуємо превентивно вирішити проблему протидії маніпуляціям в еру інформаційних технологій, де війна – це не «меч і щит», а війна – це «думка».

Відповідно до мети у ході дослідження ставляться наступні завдання:

- зрозуміти основні психологічні аспекти при маніпуляціях;
- з'ясувати тенденції цього явища;
- ідентифікувати механізми застосування маніпуляцій США на міжнародному рівні;
- розглянути наслідки;
- проаналізувати інструменти за допомогою яких реалізуються маніпуляції на міжнародній арені;
- визначити основні проблеми та з'ясувати механізми захисту.

Стан наукової розробки проблеми. Аналіз теоретичних і практичних розробок політичної маніпуляції знаходить своє відображення в роботах класиків політичної думки: Н. Макіавеллі, Г. Лебона, Х. Ортеги-і-Гассета, Г. Лассуела тощо. Вибір даних авторів був обумовлений їхнім внеском у

формування і розвиток ідей впливу на великі маси людей. Це особливо важливо в контексті дослідження феномена політичної маніпуляції в, з огляду на те, що величезні маси людей і «фейків» є так чи інакше учасниками сучасної політичної комунікації.

З середини ХХ ст. в політичній науці починають з'являтися перші роботи, присвячені власне вивченню політичної маніпуляції. Найбільш яскравим представником, і, безумовно, класиком у дослідженні політичної маніпуляції, на наш погляд, є Г. Шиллер. У своїй роботі «Маніпулятори свідомістю» він дав основоположне визначення політичного маніпулювання. Також важливий внесок у розвиток теорії маніпуляції здійснили Г. Франк і Е. Шостром. Наприкінці ХХ – початку ХХІ ст. з'являються нові підходи до вивчення політичної маніпуляції. Ці питання вивчалися в роботах Т. Дейка, Р. Броуді, Р. Ліфтона, Р. Чалдіні, Е. Аронсона тощо. Серед вітчизняних дослідників, об'єктом наукової уваги яких є політична маніпуляція, можна виокремити роботи Г. Почепцова, О. Саморукової, Ф. Семенченка, О. Бойка, В. Заріцької, О. Коваль тощо. Маніпуляції свідомістю в політичній сфері Сполученими Штатами Америки досліджено на високому рівні, проте ця тема є актуальною завжди та потребує постійного удосконалення та дослідження.

На основі аналізу методів маніпуляції свідомістю виявляється розуміння основних підходів до сучасного формування суспільної думки та впливу на неї. Окреслені тенденції розвитку інформаційних технологій у майбутньому, що надає розуміння у сфері розвитку нових підходів до контролю інформаційного простору. Дослідження сучасних методів протидії маніпулятивному впливу та проблематики контролю за інформацією демонструє сучасні виклики суспільству та надає усвідомлення необхідності впровадження нових інституцій спрямованих на захист інформаційного середовища.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів.
Проведене у роботі дослідження дозволяє усвідомити сучасний стан, методи

маніпуляцій на міжнародній арені. Наведені приклади показують важливість інформаційного простору, розглянуті у роботі проблеми регулювання та контролю дають можливість побачити основні прогалини сучасних систем протидії маніпуляціям та запровадити, проаналізувати запропоновані підходи до вирішення проблем. Проведена аналітика тенденцій розвитку інформаційного середовища у майбутньому дає можливість побачити шляхи розвитку та запровадити превентивні системи протидії майбутнім загрозам. Результати дипломної роботи можуть бути використані у діяльності урядових інститутів і громадських організацій; у науково-дослідній роботі щодо аналізу теоретичних та практичних проблем механізмів сучасних маніпуляцій та їх наслідків. Матеріали роботи можуть бути використані професорсько-викладацьким складом навчальних закладів під час викладання навчальних дисциплін “Міжнародні відносини”, “Політологія”, “Психологія” та інших.

Апробація результатів наукового дослідження. Основні положення наукових досліджень викладено в наукових тезах та виступах на звітній практичній конференції «Модернізація в Україні в умовах пандемії COVID-19: нові можливості, обмеження і виклики» (м. Київ, МАУП, 17 листопада 2021 р.) та міжнародної науково-практичної конференція студентів, аспірантів та молодих вчених «Актуальні проблеми міжнародних відносин» (м. Київ, КНУ, 01 грудня 2023 р.).

Публікації.

1. «Аналіз політики нової адміністрації США щодо подолання Covid-19» - Матеріали звітна науково-практичної конференції «Модернізація в Україні в умовах пандемії COVID-19: нові можливості, обмеження і виклики» - Проблеми модернізації України. Випуск 13 – м. Київ, МАУП, 17 листопада 2021 р., с. 276-278

2. «Протистояння між США та КНР за Тайвань» - Матеріали міжнародної науково-практичної конференція студентів, аспірантів та

молодих вчених «Актуальні проблеми міжнародних відносин» - **ЗБІРНИК**- м. Київ, КНУ, 01 грудня 2023 р., с. ____ - ____.

Структура та обсяг диплому. Характер та специфіка поставлених дослідницьких завдань зумовили структуру роботи. Обсяг магістерської роботи становить ____ сторінок, з них: основного тексту – ____ сторінок, список використаних джерел налічує 113 найменувань.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ У МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

1.1 Поняття

Психологічна маніпуляція - це тип соціально-психологічного впливу, створений з метою змінити або схилити розуміння чи поведінку людей шляхом обману, прихованого впливу, підміни фактів в інтересах маніпулятора. Мета такого впливу не завжди є негативною, але в кінцевій суті зводиться до прихованого психологічного прийому, метою якого є змусити людину, всупереч її інтересам, виконати потрібні вам дії. Чимало важливих факторів маніпулювання - зробити так, щоб людина сама захотіла це зробити.[1]

Маніпуляція масовою свідомістю - це вид управління або впливу великою кількістю людей методом створення викривленого бачення того чи іншого явища, а також прихованих механізмів для управління їх поведінкою. Такий вплив спрямований на реалізацію контролю над поведінкою людей у прихованому виді з метою позбавити свободи вибору методом зміни уявлень, думок, висновків людей у вигідний маніпулятору бік. Оксфордський словник англійської мови пояснює термін маніпуляції як “акт впливу на людей, або управління ними зі спритністю, особливо зневажливим підтекстом, як приховане управління і обробка” [3].

1.2 Теоретичний аспект

Нині маємо розуміти, що сучасний світ став складнішим, глибшим, багатовекторнішим. Маніпуляції стали проявлятися в цілому ряді систем спрямованих на реалізацію поставлених цілей. Розглянемо актуальні механізми, які мають вплив на міжнародній арені та мають підтримку глобальних акторів.

ЗМІ – засоби масової інформації, система установ та закладів, створених з метою публічного, оперативного поширення інформації про

події та явища у світі, країні чи регіоні серед необмеженого кола осіб, суб'єктів, та зорієнтованих на виконання певних суспільних задач. [4]

ЗМІ називають четвертою гілкою влади не просто так, це один із соціальних інститутів, який може реалізовувати замовлення суспільства на вплив на нього в цілому, в тому числі, з таргетингом на різні групи з метою отримання та поглинання інформації. Вплив ЗМІ сприяє засвоєнню та формуванню у людей соціальних норм, ціннісних орієнтацій у різних сферах включаючи політичну, а також створює систему неформальної освіти. Сучасні ЗМІ мають саме контроль над інформацією, що дає можливість маніпулювати свідомістю мільйонної аудиторії, розробляти та втілювати вигідні суб'єкту впливу моделі дійсності та вирішувати, які події є актуальними, а які ні. З цього випливає така річ, як медіа-свідомість, яка може бути спродукована штучно і створювати у об'єкта впливу хибні цінності, подвійну мораль та ін., що призводить до дійсності, утвореної пропагандою ЗМІ, яка може мати суттєві розбіжності з реальним життям.

За допомогою засобів масової інформації можливо:

1. Спотворити інформацію односторонньою подачею фактів.
2. Інтерпретувати подану інформацію у вигідному світлі.
3. Реагувати на власний розсуд.
4. Швидко подавати неперевірену інформацію.
5. Поширити певний погляд, як єдиний правильний.
6. Створити інформаційний шум, тобто запустити таку кількість новин, щоб унеможливити їх сортування.

Можливі й десятки інших варіантів дій ЗМІ, якими можна користуватися з використанням маніпуляційних технологій.

Взаємовідносини держави та ЗМІ регулюються законодавством. Можемо виділити наступні типи взаємодії:

- 1) ЗМІ працюють як незалежний інститут;
- 2) держава опосередковано має вплив на ЗМІ;
- 3) ЗМІ повністю підконтрольний державі. [5] .

Головними стовпами маніпуляції держави через ЗМІ слід виділити пропаганду, агітацію та ідеологію.

Ідеологія - сукупність взаємопов'язаних ідей, уявлень та переконань, призначених об'єднувати людей заради спільного життя та спільних дій. Як свідчать історичні дослідження, ніколи не існувало суспільств без наявності в них певних світорозуміннь і норм поведінки, тобто ідеологій-світоглядів. Загальноприйняті норми поведінки (основою яких є цінності), завжди забезпечували здатність людей до спільних дій. [6] Розробкою та створенням ідеології займається частіше всього група професійних експертів, з метою створення спонукальної цілі великої маси населення. Через призму ЗМІ транслюється в масову свідомість, а практичне значення створюється масовою комунікацією.

Пропаганда - поширення і постійне, глибоке та детальне роз'яснення певних ідей, поглядів, знань, агітація, популяризація. Ідейний вплив на маси або певні групи людей, що має політичний або релігійний характер, проповідь, проповідування.[7] Тобто ідеологічно спрямований піар політичної сили, метою якої є певне формування поглядів і розуміння дійсності. Григорій Почепцов розуміє пропаганду як інтенсивні комунікаційні дій, які мають завдання вплинути на поведінку цільової групи людей. [8].

Агітація - поширення певних ідей або лозунгів за допомогою різноманітних засобів: бесід, виступів у пресі, радіо, телебаченню, кіно, театру, образотворчого мистецтва, політичної та художньої літератури. Одним із засобів політичного впливу на маси є ідеологічна зброя боротьби партій. [9] Агітація є одним із важливих методів впливу на людську свідомість, метою якої є спонукання до тієї чи іншої активності, частіше всього політичного характеру, шляхом поширення лозунгів, цінностей, світобачення та ін.

Психологічна війна - це сукупність різноманітних форм, методів і засобів впливу на людей з метою зміни у бажаному напрямку їх

психологічних характеристик (поглядів, думок, ціннісних орієнтацій, настроїв, мотивів, установок, стереотипів поведінки), а також групових норм, масових настроїв і громадської свідомості в цілому. [10] Філ Тейлор, професор у галузі міжнародних комунікацій, у своїх працях визначав поняття психологічної війни як цілеспрямоване використання пропаганди та інших психологічних дій, які мають на меті вплив на думки, емоції і поведінку ворожих іноземних суб'єктів так, щоб допомагати досягненню національних завдань. [11].

Інформаційна війна - це інформаційний вплив на суспільство або групу людей, спрямований на формування потрібної точки зору на явища, події, на користь суб'єкта-застосовувача пропаганди або інформаційної маніпуляції, внаслідок чого формується вигідний світогляд у об'єкта. Вид дій також передбачає введення об'єкта в стан сумніву з того чи іншого питання, протиріч, або упереджених висновків. Здебільшого метод реалізовується за допомогою фундаментальних людських слабкостей, таких як бажання індивідів отримувати відповіді на питання, які є незрозумілими. В арсеналі інструментів ведення інформаційної війни присутні методи дезінформації або зміни інформаційного потоку, щоб він по своїй суті був неправдивий, але мав логічні докази, хибні розвідки, які об'єкт з відсутністю чіткого розуміння процесу, який йому подається, прийняв би та засвоїв. Слід також відзначити, що з появою соціальних мереж, засоби інформаційні війни стали більш потужними, оскільки соціальні мережі контролювати вкрай складно, а потік інформації та об'єктів її поглинання охоплює нині майже весь світ. Так, соціальні мережі стали одним із найважливіших вимірів для ведення подібних дій.

У звіті “MR-964-OSD Стратегічна інформаційна війна. Нове обличчя війни”, підготовленому на замовлення міністерства оборони США, інформаційна війна класифікована на два покоління. Де перше покоління включає основні механізми ведення даної війни, яку Сполучені Штати ведуть нині на державному рівні, і друге покоління, де описані дії, їх алгоритми, які

в майбутньому можуть сприяти повній відмові у використанні військових дій. [12].

Гібридна війна - це сукупність ведення принципово різних агресивних дій, скординованих для досягнення поставлених цілей. Складовими гібридної війни є методи, які провокують та «роздмухують» в державі внутрішні та зовнішні конфлікти. Наприклад, дезінформація націлена на створення протиріч всередині держави, підтримка сепаратизму та тероризму, утворення негативних економічних тенденцій, що можуть призвести до економічних війн з країнами-сусідами, створення організацій або збройних формувань, спрямованих на дестабілізацію ситуації в країні тощо. Гібридні війни мають децентралізовану структуру управління ними і в той же час прихований командний центр. Гібридним війнам притаманний індуктивний метод роботи, тобто маючи основну ціль, окремі суб'єкти реалізують свою агресію незалежно, хаотично. Така стратегія дозволяє державі-агресору бути, де юре, непричетною до дій і довести причетність такої держави та ідентифікувати її досить складно, а об'єкт нападу, в свою чергу, втрачає бачення центрів загроз, що ускладнює розробку інструментів для протидії агресії. Так, відсутність спроможності швидко ідентифікувати зв'язок гібридних агресивних дій з їх організатором та кінцевими цілями і методами відрізняє гібридні війни від військових, маніпулятивних, психологічних, економічних та інших видів прояву державної агресії та механізмів впливу. [13].

Семантична війна - це війна концепцій, війна за сенси та різномірні перспективи майбутнього. Семантична війна не дає перевагу діючим дискурсам та діалогам, вона націлена на створення нових. Тобто це війна понять і їх розуміння на рівні розумових алгоритмів. Отже, створення нового дискурсу в потрібному усвідомленні певної сторони конфлікту напрямку і є перемога в даному виді війни. Військовий оглядач О. Орестович в одному з ефірів зазначив, що семантична війна - це війна за створення картини світу, свого бачення, своїх легенд та міфів [21].

1.3 Концепції сучасних маніпуляцій

В політичних процесах технології маніпуляцій продовжують існувати в якості сучасної проблеми міжнародно-політичної науки. У ХХ столітті було проведено низку досліджень методів впливу на суспільну свідомість, зокрема на міжнародному рівні. Протистояння двох глобальних систем – капіталістичної та соціалістичної, дві світові війни, науково-технічна революція, виникнення абсолютно нових видів загроз на міжнародній арені привели наукове середовище в розвинутих країнах до початку досліджень феномену впливу на людей на всіх рівнях включно з міжнародним. До того ж, ставлення до політичних маніпуляцій, їх суті та мети постійно змінювалось. Спроби маніпулювати групами людей часто призводили до супротиву і в зв'язку з цим у маніпулятора в особі міжнародного актора було декілька варіантів дій: приховати свій вплив таким чином, щоб він не виглядав як такий (приховане управління) або змусити реалізувати нав'язані дії, тобто подавити супротив (відкрите управління).

Основні доктрини та початок розвитку в сучасному розумінні теорій маніпулювання людьми та міжнародними суб'єктами в цілому виникли недавно, в ХХ столітті, на основі накопичених знань з початку створення перших державних утворень. Складний, глибинний та комплексний характер такого явища як маніпуляція утворив різноманітні підходи в наукових вченнях, джерелом яких є різні наукові дисципліни, які діють різноманірно, оскільки розглядати міжнародні відносини, особливо феномен маніпуляцій в них, лише в одній галузі було б не ефективно. ХХ століття стало основним віком в розробці основних концепцій та ефективних технологій впливу, як у зовнішньополітичній площині, так і на міжнародній арені.

Проведений аналіз основних концепцій маніпулювання соціумом в рамках міжнародних відносин дозволяє виділити дві, а саме: соціально-психологічну та соціально-політичну концепції.

Перша концепція розглядає людину в її зв'язку з соціумом, не беручи до уваги окрему людину і малі групи людей. Основним суб'єктом даної

концепції є великі маси, класи, держави, соціальні верстви. Суть даної концепції зосереджена на взаємовідносинах та маніпуляціях активної більшості пасивною меншістю людей. Подібні процеси можуть проходити як всередині держави, так і на міжнародній арені. Яскравим прикладом соціально-психологічного впливу є випадок з Патрисією Герст. В 1974 році Патрисія, донька впливового бізнесмена, була захоплена в полон групою “Сімбйоністська армія визволення” з метою викупу. Ціною за життя було забезпечення їжею бідних людей Каліфорнії на суму в мільйони доларів. Цікавою була розв’язка історії: після виконання вимоги вищезазначеної організації та двох місяців полону дівчина заявила, що вирішила стати членом організації, відмовилась від своєї сім’ї та висловила сподівання, що сім’я її зрозуміє. Ф. Зімбардо, американський психолог, проаналізував цей випадок і виділив наступне: політичні переконання були не стійкими, члени групи вели дружні розмови, в ході розмов всі члени групи притримувалися однієї ідеології та відверто пояснювали їх цілі, щоденне нав’язування комунікацій в дружньому вигляді та в кінцевому результаті самостійне прийняття і вибір на користь групи викрадачів.[14] На основі цього випадку можемо згадати Аристотеля, який у своїй книзі “Риторика” пояснював, що якість впливу залежить від того, хто говорить, що говорить та кому говорить. [15].

Друга концепція бере свій початок досить давно. Н. Макіавеллі був першим, хто ввів у політологічну науку такий термін як “натовп”, який керується та координується політичним лідером. На його думку, натовп є великою кількістю людей, яка слабо розуміє хто такий політик й чим він займається: для натовпу важливий лише його вигляд та видимість того, чим він здається. Він розділяє натовп з притаманними йому емоціями, пристрастями, підверженістю відчуттям над логікою, й народ з притаманною йому рисою логічного мислення. В своїх працях Н. Макіавеллі зазначав, що розумний лідер має вміло використовувати людські емоції, оскільки одночасно подобатися всім неможливо, тому важливіше не те який є лідер, а

те яким він здається. [16] Так, Н. Макіавеллі висвітлює думки, які стали основою для різних доктрин політичного управління методом маніпуляцій. Г. Лассвел під час своїх дослідів зробив висновок, що ЗМІ та пропаганда можуть переконати соціум майже в будь-якому погляді. Він відзначав, що які б допущення ми не робили, які б погляди ми не мали - неможливо не погодитися, що пропаганда є однією з найвпливовіших сил в сучасному світі. [17].

Як наслідок, концепція соціально-політичної доктрини маніпуляцій повністю сформувалася під час підготовки до інформаційних війн. Так Сполучені Штати стали одними із головних ідеологів мондіалізму (проекту по створенню світової влади). На думку деяких аналітиків, для реалізації ідеї мондіалізму були створені такі організації, як ООН, МВФ, ЮНЕСКО, ЄБРР та інші.

Таким чином, фундаментальні дослідження щодо проблематики маніпуляцій реалізуються в рамках політології та психології і переносяться у міжнародно-політичний вимір. Соціально-психологічні маніпуляції опираються на міжлюдські відносини, роблячи ставку на психологічні методи, на відміну від соціально-політичної парадигми маніпуляцій, в основі якої є процеси, що відбуваються в реальному часі та відображаються актуальною реальністю. Концепція маніпуляцій в міжнародних відносинах часто має багатовимірний характер, тобто поєднує в собі соціальні відносини з іншими соціальними та іншими явищами, які, по своїй природі, зводяться до суперництва, співпраці, управління.

1.4 Психологічний аспект, сутність

Суть держави та міжнародних відносин багатовимірні, так само як і владні відносини, в яких вона втілюється. Життя людей і влади організовується чіткою ієрархією різних інституцій. Кожен рівень знаходиться в структурованій системі, яка утворює характер владних взаємовідносин. Розглядаючи даний феномен слід розуміти, що фундаментом

є психологія, оскільки в особі держави завжди виступають люди і на людей, як наслідок, і працює операційна база даної науки при маніпуляційному впливі на соціальні процеси між людьми. Слід розуміти, що розподіл в маніпуляціях є досить абстрактним і в кінцевому результаті не психіка створює маніпуляцію, а соціальний вплив формує психіку в людському прояві і, як наслідок, формує маніпуляційні дії в міжнародних відносинах як реакцію на історично сформовані соціальні відносини між державами та їх інтересами.

В результаті такого формування соціуму посилилася соціальна нерівність, яка переконала людей в особі політичних сил чи держав в необхідності розробки нових форм зниження соціальної активності інших людей, перетворення народу в електорат, в натовп, спростовуючи його соціальну свідомість як один з методів впливу, з метою зменшення ролі основної маси людей в їх соціальній активності, що потенційно може нести загрозу сформованому соціальному укладу.

При розгляді психологічного аспекту маніпуляційних практик вчені звертають увагу на бажання людей об'єднуватися в маси. В той же час, інший процес - індивідуалізації - залишається поза увагою, оскільки вважається протилежним маніпуляції зважаючи на притаманний йому високий рівень самосвідомості. Однак, слід відзначити, що в політичному полі процес індивідуалізації грає не останню роль, а й активно використовується. Сучасна людина бажає "бути не такою як всі", прагне виділитися з натовпу, і цим можуть користуватися політики. Людина за своєю природою – соціальна істота, і разом з процесом індивідуалізації людина шукає підтримки своїх "унікальних" ідей, тому вона тяжіє до малої групи, яка розділяє її інтереси та здатна захистити і, таким чином, формуються класи, культурні та неформальні групи, релігійні, партійні та ін. Разом з тим, із плином часу потреба в індивідуалізації призводить до залежності від ідеології, групи людей, партії, які можуть суттєво впливати на людину, спираючись безпосередньо на її особистість та погляди або бажання

до єдності з групою, поділяючою спільні ідеї. Д. Ольшанський наголошує, що людина потребує великої кількості автоматизмів у своїй діяльності, які економлять психологічну енергію та час. Саме тому підсвідомістю сформовані важливі процеси, що спрощують реальність, при належному підході до яких можна вплинути та реалізувати маніпуляцію. Такі процеси впливають на стереотипізацію мислення, яке, в свою чергу, впливає на спрощення інформаційного простору про світ та життя людини в ньому. Стереотипи відіграють важливу роль та формуються як емоційні, тобто мають ціннісну суть, а також автоматизують велику кількість отриманої інформації. Такі процеси не тільки заощаджують час, а й відкривають двері для маніпулятивних дій, оскільки вимикають рефлекс до критичного мислення. Як наслідок, природна поведінка людини може працювати в негативному ключі на рівні держав, під прихованим впливом можуть бути прийняті рішення, які можуть змінити хід історії держав, про що детальніше у розділі II.

Зрозумівши ключове значення маніпуляцій, в тому числі політико-міжнародних, можемо зрозуміти мету, в основі якої лежить, перш за все, національний інтерес кожної країни. Щодо психологічного аспекту, можемо побачити, що у кожної країни є свої принципи, методи та шляхи здобуття цілей, і питання чи манупулювати в міжнародних питаннях кожна країна вирішує самостійно, але не завжди в змозі контролювати цей процес. Суверенітет держав істотно обмежує можливості впливу на маніпулятивну поведінку та діяльність державних акторів міжнародної політики, особливо, якщо вони потужні та впливові. Проте такі можливості існують і є цілком реальними, зокрема шляхом інституційних впливів міжнародних організацій, правозахисних рухів тощо.

Немає однозначної відповіді як виглядає маніпуляція на міжнародному рівні, як вона застосовується, які наслідки може мати, але виходячи з прецедентної практики та сучасних тенденцій, зробивши аналіз так званого «ядра психологічного прояву маніпуляцій суб'єктами міжнародних

відносин», можемо виділити основну сутність даного питання: мішень маніпуляційного впливу в особі держави чи окремих її представників потрібно вміло ввести в такі умови, коли держава або персону включена в той чи інший процес, в якому зацікавлена по волі чи без, під впливом емоційних процесів таких як відчуття провини, страх, ейфорія та інших, організувати комплекс дій, які змусять змінити своє рішення на користь опонента і стати не суб'єктом міжнародних відносин а об'єктом.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що на протязі ХХ століття, та на початку ХХІ століття, відбувся інформаційний вибух. З розвитком технологій та науки в сферах психології, політології, соціології були сформовані основні механізми маніпуляцій людською свідомістю та способи впливу на міжнародній арені. Також були розроблені абсолютно нові механізми впливу, які є складнішими, прихованішими та мають більш серйозний ефект за наслідками. Такі як семантична війна, що впливає на цілісне сприйняття дійсності в умовах агресії та дає можливість виграти війну не зробивши жодного пострілу. При розгляді механізмів маніпуляції можемо побачити тенденцію, що всі вони є непомітними на перший погляд, ідентифікувати їх досить складно, але з їх допомогою можна впливати на цілі країни та зміни в світовій політиці. Стверджувати, чи погана ця тенденція до інформаційних впливів не можна, оскільки в кожній державі свій інтерес і враховуючи багатополлярний світ з його глобалізацією можна побачити, що кожна країна використовує доступні механізми по-своєму у власних інтересах. Разом з тим, слід розуміти, що небезпека подібних технологій наразі є вкрай високою, підтвердження цьому див. Розділ II.

РОЗДІЛ II. МЕХАНІЗМИ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ НА ПРИКЛАДІ СПОЛУЧЕНИХ ШТАТІВ АМЕРИКИ

2.1. Методи маніпуляції свідомістю

Переходячи до методів маніпуляції свідомістю варто розділити механізми та системи впливу на людей за терміном реалізації та швидкістю досягнення кінцевого результату, а саме:

- короткострокові (результат можна отримати або одразу, або за декілька днів),
- середньострокові (підготовка та результат досягається на протязі від декількох тижнів до декількох років),
- довгострокові (результат яких отримується після декількох років застосування).

Серед короткострокових слід розглянути ЗМІ та соціальні мережі інтернет.

За даними Statista.com в 2020 році, щонайменше, один телевізор мають 1.68 мільярдів людей, що робить телебачення та телевізійні ЗМІ одним із найвпливовіших інструментів для формування соціального тренду та впливу на політичну думку людей у всьому світі.

Чудовий приклад впливовості ЗМІ привів Робін Дей зробивши два варіанта свого виступу на однакову тематику, один з яких був правдивий, інший хибний. Обидва варіанти були відправлені в газету, радіо та телепрограму і за результатами опитування з тридцять однієї тисячі людей, 73,3% радіослухачів відрізнали фейк від достовірної інформації, 63,2% читачів газети і лише 51,8% телеглядачів. [17].

Ці дані свідчать про ефективність телевізійних ЗМІ, при бажанні будь-якої особи, використати маніпулятивну або недостовірну інформацію, що може в собі нести деструктивний характер для соціально-політичної екосистеми в країні або світі. Оскільки, через велику кількість політичної реклами на телебаченні та не великою кількістю часу, на аналіз цієї реклами

система вибору позбавилася концепції зіткнення ідей та програм і звелася до боротьби емоцій, образів, репутацій політиків або політичних рухів.

Для міжнародної політики телебачення є одним із важливих інструментів застосування “м’якої сили”, метою якої є вплив на свідомість громадян іншої держави у власних інтересах. Г. Шиллер, американський медіа критик та соціолог зазначав, що для “успішного проникнення держава, що прагне до панування, повинна захопити громадські засоби інформації”. [18]. Так, іноземні телевізійні ЗМІ, працюючи на території іншої держави, мають можливість просувати свій контент, змінювати систему цінностей, непомітно просувати свій “новий світ” та своє бачення сугестивним методом, навіть коли людина опирається іншому образу та баченні підсвідомістю, вже робить вибір на користь установки контентмейкера.

С. Зеленський, психолог та публіцист, достатньо в повному обсязі описує основні методи, якими користуються сучасні ЗМІ, на які слід звернути увагу: [19].

1. Зміщення акцентів.

Таким способом, подача матеріалу відбувається ціленаправленим пересуванням акцентів, тобто основи матеріалу. Таким методом те, що є не бажаним для ЗМІ подається на другому плані, а необхідне виразливо подається.

2. Показна проблематика.

Сутність методики в тому, що в залежності від висвітлення однакових по суті матеріалів, можливо отримати різний результат. Деяким подіям ЗМІ можуть приділяти особливу увагу, а інші просто не помічати. У сучасному світі відбувається стільки подій, що висвітлити усі неможливо. Так ЗМІ можуть контролювати пріоритет інформації і не рідко потенційно важливі повідомлення спеціально не висвітлюються. За даним методом можна зводити ймовірно небажану інформацію до мінімуму, а концентрувати увагу глядачів на питаннях, які не є об’єктивно пріоритетнішими.

3. Ефект правдоподібності.

Даний трюк ефективний, коли особа схильна до довіри інформації, яка не протирічить його внутрішнім вподобанням. Часто діє принцип коли ЗМІ транслює інформацію, яка не співпадає із світоглядом глядача. Він, скоріш за все, припинить поглинати подібний контент. З іншого боку, якщо інформація не протилежить світогляду глядача, це дає можливість для маніпуляцій над глядачем, вписуючи в “правдиву інформацію” частину хибної, яка автоматично сприймається як правдива. Використовується даний метод досить розумно. Приблизно 70% надається правдивої або знайомої для аудиторії інформації і 20-30%- хибної, яка розчиняється у правді і сприймається позитивно. Метод дозволяє використати зворотню модель, тобто спочатку подати несприятливу для маніпулятора інформацію, щоб підвищити довіру глядачів, а вже наступним кроком робити вкиди вигідні для маніпулятора.

4. Переорієнтація уваги.

Дає можливість надати майже будь-якій інформації емоційну складову, при цьому не викликавши очікуваного загострення пристрастей. Так, необхідна для приховування інформація непомітно відходить в сторону на фоні подій, показаних для відволікання уваги. В даному випадку, майже весь матеріал можна висвітлювати не остерігаючись його негативної для маніпулятора складової.

5. Недоступність інформації, або інформаційна блокада.

Досить простий, але вкрай ефективний метод, суть якого в недопущенні небажаної для маніпулятора інформації в ефір. Враховуючи, що більшість телеканалів належать державі та впливовим медіа групам - однакових стандартів для всіх немає, і як наслідок складнощів у використанні даного методу немає.

6.Принци першочерговості.

даними психологів, інформація поглинута в першу чергу сприймається з більшою довірою. Навіть після того, як пізніше була поглинута більш

правдива інформація, часто це може не виключати підсвідомої недовіри до неї і змінити сформовану думку набагато складніше. В політичних технологіях метод використовується, наприклад, коли в адресу конкурента через ЗМІ транслюється якийсь викривальний матеріал, і як наслідок формує у потенційного виборця негативну точку зору, змушує виправдовуватися. А враховуючи стереотип про те, що виправдовування означає розуміння провини, працює, знову ж таки, не на користь конкурента.

7. Використання думок лідерів.

Відомо, що посилання на висновки лідерів думок привертають увагу глядачів, які хочуть отримати вже сформовану точку зору по тому чи іншому питанню. Лідерами можуть бути різні люди, які є достатньо авторитетні, відомі для певного типу населення, хоч це спортсмен, співак, письменник та ін. В період виборів цей метод стає найбільш використованим для маніпуляторів, коли відомі люди швидко прийняті в партію, пропонують голосувати за цю партію або за себе, що автоматично означає і голос за тих хто є членами партії.

8. Ефект присутності.

Тут працює психологія сприйняття очевидця, який “завжди правий”, оскільки знаходився у центрі подій та бачив все на власні очі, що робить подібну інформацію сприйнятою без, або з мінімальним аналізом.

9. Допуск до влади.

Суть принципу зводиться до можливості кардинальної зміни думки у людини через допуск її до представників влади або впливових у своїй сфері людей. У цьому випадку грає роль психологія і ознака присутності знаменитості у соціумі. Так, людина розуміючи, що зійшовша до неї знаменитість прийнята соціумом та шановна іншими людьми і факт звернення до людини - автоматично підвищують цю людину до рівня знаменитості. Людина в цій ситуації може безвідомо виконати прохання знаменитості у вигляді вдячності за можливість діалогу.

10. Ефект інформаційного штурму.

Даний тип застосовує велику кількість невмотивованої вкидаємої інформації на аудиторію, в результаті чого, серед непотрібної інформації втрачається цінна інформація. А аудиторія, на котру використовується даний метод- втомлюється від такого об'єму інформації і як наслідок- аналіз стає важчим, що дає змогу маніпулятору приховати не потрібну йому інформацію.

11. Очевидці подій.

Популярний спосіб, який застосовується в потрібних маніпулятору цілях, коли так звані очевидці, сповнені щирості, повідомляють інформацію передану їм маніпулятором під виглядом своєї. Слід підкреслити, що часто ідентифікувати таких очевидців неможливо, оскільки їх імена приховані, але разом з тим впливає на індивіда, викликаючи в ньому емоції, через які внутрішня цензура вимикається і дає можливість поглинути неправдиву інформацію не піддавши її критиці.

12. Емоційне зараження.

Принцип маніпуляції оснований на психології людини у вигляді емоційного зараження. З часом у людини формуються захисні бар'єри до поглинутої інформації. Для того, щоб обійти подібні бар'єри, потрібно направити інформаційний потік на відчуття, емоції людини. Так, подаючи інформацію з необхідною емоцією стає можливо зломати бар'єр і викликати потрібні маніпулятору емоції. А далі набуває чинності ефект емоційної заразності, який добре себе проявляє в натовпі, де відсоток критичного мислення окремих людей значно нижче під тиском масовості. Широко цей ефект використовується у реаліті шоу, дебатах. Такий вплив на емоційну складову використовується політиками, які імпульсивно «вигукують» власні механізми та ідеї щодо подолання проблемної ситуації, тим самим заражаючи аудиторію певною емоцією, яка змушує звернути увагу на матеріал, який подається.

13. Принцип контрасту.

Даний тип маніпуляцій можливий, коли необхідна інформація вкидається на фоні іншої, першочергово негативної і з негативним сприйняттям аудиторії. Таким чином на фоні негативу буде більш помітний позитив. Так на фоні корупціонерів можна висвітлити особу з добрими намірами навіть, якщо вона не вирішує проблему корупції, достатньо короткого меседжу про позитив даної особи. Цей принцип використовують політтехнологи, коли розглядається проблема у конкурентів та на їх тлі демонструються позитивні дії політика з іншого лагера.

14. Удар на випередження.

Механізм заснований на завчасному вкиді негативної інформації для аудиторії компромату, або подібній дії на конкуруючу групу у сфері виборів, коли інформація викликає достатній резонанс і аудиторія втомилася від так званого протесту. Наступним кроком потрібно вкинути інформацію, щодо прийняття непопулярного рішення. І це рішення буде отримувати менше супротиву аудиторії, оскільки вона вже втомилася і менше реагує. Так відбувається жертва незначного компромату, або іншої інформації, на яку гостро реагує аудиторія. Після чого, втомившись, реалізовується головна маса потрібного маніпулятору контенту, який сприймається з меншим супротивом.

15. Маніпулятивне коментування.

Використовуючи необхідний маніпулятору акцент висвітлюється подія. В залежності від способу надавати матеріал, можна зробити будь-яке забарвлення події.

16. Диверсія проти логіки.

Практично усуває справжню причину питання, змінюючи її брехливою аналогією. Тобто, постановка різних по суті взаємовиключних послідовностей видаються за одне, без логіки в пов'язанні послідовностей. Наприклад, відомий музикант обирається президентом, а його піар-

менеджери впроваджують ідею, що він досяг успіху на сцені, а це означає, що зможе досягти успіху, ставши президентом.

17. Експресивний удар.

Ефект спрямований на створення шокуючого стану. Маніпулятор навмисно трансліює жахи з життя людей, що викликають реакцію протесту і бажання покарати винних. Разом з цим, акцент подачі матеріалу може бути спрямований в сторону конкурентів, або інформації, яка не вигідна їм.

18. Зло з “людським обличчям”.

Принцип застосування методу заключаються у висвітленні потенційно небажаної інформації, яка може викликати негативний ефект у аудиторії спокійним тоном, так, немов нічого страшного не трапилося. В результаті таких дій, критична інформація втрачає свою актуальність у аудиторії. Наприклад, під час освітлення мітингів, які жорстко пригнічує влада з великою кількістю жертв, ефект від такої інформації, поданої дикторами спокійними голосами, немов вони розповідають про щось буденне - значно знижує залученість аудиторії та критичне мислення.

19. Правда - наполовину.

Достатньо старий метод. Принцип якого зводиться до подання лише частини достовірної інформації. А інша частина, в якій знаходиться причина першої частини, яка пояснює сутність другої частини -приховується маніпулятором. Наприклад, висвітлена у ЗМІ інформація, що регіони “годують” столицю і тому потрібно терміново відділитися. При цьому, не висвітлюючи інформацію про те, що зі столиці спрямовуються величезні дотації цим регіонам та всебічна підтримка у розвитку.

20. Мистецько прораховані ситуації.

Вкидання у медіа площину великої кількості різномірної інформації та відстеження зацікавленості аудиторії. Інформація, яка не отримує достатній відгук аудиторії виключається. Вся інша інформація залишається та вкидається з маніпулятивними техніками до повного виконання цілей маніпулятора.

21. Образ ворога.

Досить успішний метод маніпулювання. Оскільки необхідність виконувати ту чи іншу функцію продиктовано власною безпекою людей, разом з тим непомітно формується позитивний образ влади, яка захищає людей від загрози в чийомусь обличчі. Так, використовуючи даний метод у ЗМІ можна пояснити, наприклад, величезні витрати на оборонний бюджет, або відсутність тих чи інших речей у державі.

22. Односторонність висвітлення подій.

Маніпулятивність такого методу полягає в односторонності освітлення подій. Таким чином надається змога висловити свою точку зору тільки одній стороні і, як наслідок - досягається бажаний фальшивий ефект за допомогою інтерпретації наданої інформації.

23. Зворотній ефект.

Спрямований на вкид великої кількості негативної інформації на адресу будь-якої особистості. В такому випадку, інформація в кінцевому варіанті, робить прямо-пропорційний ефект та, натомість псування іміджу, людина починає викликати у аудиторії жалість.

24. Повтор.

Простий і одночасно унікальний метод маніпулювання. Багаточисельні повтори будь-якої інформації, рано чи пізно, осядуть у пам'яті аудиторії і в майбутньому може бути використана на користь маніпулятора. Інформація подається максимально спрощено для найбільш широкої аудиторії. Спочатку подібна інформація “закріплюється” у підсвідомості глядача, після чого починає впливати на свідомість.

25. Хибне напруження пристрастей.

Спосіб надання інформації у формі сенсаційності матеріалу, у результаті чого психіка людини не встигає належним чином зреагувати та створюється непотрібний ажіотаж. В даному випадку суттєво знижується критичне мислення, а це означає перемогу маніпулятора. Створюючи часові рамки, за які аудиторії потрібно надати оцінку події, часто призводить до

неможливості провести аналіз і таким чином впливати на свідомість викривляючи дійсність.

26. Схвалення уявної більшості.

Метод заснований на специфічності людської психіки, а саме, допустимості дій після схвалення їх будь-якими іншими людьми. У психіці стирається, так званий, «бар'єр критичного ставлення» після того, як інформацію схвалила група людей. Метод добре працює на ток шоу, коли глядачі починають аплодувати, або показувати свої емоції після, або під час виступів будь-яких діячів, демонструючи своє схвалене ставлення до висловлених діячем тез. Слід також зауважити, що подібні глядачі часто можуть бути проплачені та мати завчасно поставлене завдання підтримувати того чи іншого учасника шоу.

Соціальні мережі:

Нині, ефективно діє, так званий віртуальний світ, створений соціальними мережами, який назавжди змінив підхід до політики. Створена нова, більш гнучка система взаємодії влади з соціумом, яка дає можливість швидко доносити свою думку до населення і, на жаль, в деяких випадках маніпулювати ним. Більшість передвиборчих кампаній все частіше використовують такі тези як “тролі” або “боти”, які працюють з метою дестабілізації ситуації, або підміни понять. Коротко кажучи - створюють негативний ефект на об'єктивне розуміння ситуації у потенційних виборців.

Використовуючи соціальні мережі в політичному полі, можна непомітно для простого громадянина впливати на його політичні вподобання і навіть світосприйняття. І що більш небезпечно - формування соціальних трендів таким чином, що люди не помічають як втягуються в інформаційні ігри і стають «полоненими» і «зброєю» тих політичних механізмів, які вміло користуються соціальними мережами, що в свою чергу створює безкоштовну армію людей, які розповсюджують інформацію вигідну тим чи іншим силам, не розуміючи повної картини і діють на зразок вірусу.

Слід виділити існуючу проблему відтоку молоді із реального життя та комунікацій в цифрове, що може бути зумовлено багатьма факторами, в тому числі, прогалину державою в інтеграції молоді в сучасний соціум. Так, проблеми у школах, закладах вищої освіти, побутові чи соціальні проблеми, які підлітки не можуть вирішити на рівні прямого спілкування або допомоги спеціалізованих установ сприяють відтоку нового покоління в соціальні мережі, де вони можуть знайти поради однодумців. Але, не завжди ці поради та однодумці можуть вплинути на вирішення тих чи інших проблем об'єктивно, а нав'язати свою точку зору по вирішенню питань, яка може не сприйматися молодими людьми негативно, але нести за собою негативні наслідки, або схиленню їх до формування вигідного вектору світосприймання тій політичній ідеології, яка вигідна політику чи політичній партії. А в силу відсутності досвіду у молодих людей вони можуть бути не помічені користувачами мережі, але втягнуті до діяльності, яка вигідна контентмейкерам.

Швидкий розвиток технологій, в тому числі соціальних мереж, створює серйозні зміни у всіх сферах нашого життя. В інтернет-просторі формуються нові сильні інформаційні структури політичного спрямування. Такі інструменти, як постійний моніторинг, використання штучних нейронних мереж, які в свою чергу, моніторять і аналізують кожну дію, на просторах інтернету. І цей процес, на сучасному етапі, є перманентним і незупинним. Дані інструменти, водночас, допомагають користувачам мережі зробити їх перебування в кіберпросторі швидким та комфортним, а натомість отримують обширну базу знань, які можуть використовуватися у незліченному векторі шляхів.

Таким чином, нині соціальні мережі мають тенденцію до видозмінення. Якщо раніше такі мережі використовувалися, здебільшого, для комунікації між людьми, пошуку нових знайомств, то сьогодні вони вже грають роль інструменту змін в соціальному полі та формують нові епохи публічної політики. Так, ми можемо побачити, що власні офіційні сторінки мають

міністерства, політики та журналісти, що звісно ж формує нову варіацію комунікації влади з суспільством, іншими словами нову відкриту площадку для комунікацій у формі держава - суспільство. Але, є й інша сторона. Маючи мінімальну кількість правил, соціальні мережі дають можливість людям організовувати в рамках соціальних мереж і негативні тенденції, такі як, створення фейкових акаунтів, через які можуть призивати до екстремізму, поширювати фейкові новини, маніпулювати іншими та організовувати цілі групи собі подібних людей за допомогою яких формувати цілі спільноти, які вже більш кардинально можуть впливати на “тренди дня”.

Розглянемо основні методи маніпуляцій за допомогою соціальних мереж.

Існує декілька методів роботи політичних структур в соціальних мережах. Вони включають як класичні, наприклад, “чорний” піар, тобто робота проти конкурентів, вкиди негативної інформації, поширення фейків, інформації про невдалі проекти і створення негативного образу, так і “білий” піар - створення позитивного образу політика, “сірий” - як різновид “чорного” піару, який може бути як позитивним так і негативним. При цьому джерело інформації є невстановленим. Так і не класичні, такі як, “таргетинговий” піар, тобто реклама створена для конкретної групи виборців, зроблена з метою поглинання інформації окремими верствами населення з різною метою, здебільшого для формування образу політика чи політичної думки. “Агресивний” піар - в рамках соціальних мереж діє наступним чином: купується реклама у тієї чи іншої площадки з максимальною кількістю охоплення людей і максимальною частотою появи реклами у кінцевого користувача. Як кінцевий результат, користувач при гортанні стрічки, дивлячись відео, пошуку інформації-буде бачити рекламу, хоче він цього чи ні.

“Астротурфінг” - використовується для залучення цільової аудиторії і подальшої маніпуляції нею, все більше використовується цей метод (англ. Astroturfing) - штучне формування соціальної думки або ЕМУЛЯЦІЯ великої

підтримки людей методом масштабного коментування в соціальних мережах. Застосовується для того, щоб витіснити з поля зору коментарів реальних людей з метою організації підроблених кампаній в мережі інтернет, що в кінцевому вигляді сприймається людьми, як велика кількість людей виступає «проти», або «за», той чи інший тренд, людину, подію. Даному методу властиві такі інструменти як: створення команд інтернет ботів, які розміщують повідомлення в чатах, форумах, новинах для висміювання або підтримки тих чи інших ідей, технічна накрутка “лічильника” переглядів для підняття рейтингу окремих ідей [21].

Серед ефективних методів є ведення кампаній через гумор. Надзвичайно дієвий та багатофакторний концепт. В політології гумор завжди зводиться до впливовості - сміх, як прояв авторитету, в усіх його напрямках. Сам авторитет це мистецтво впливу на різних соціальних акторів, здійснення контролю і прояв сили, гумор забезпечує авторитетність з додатковими інструментами впливу, ставлячи на горизонт емоції і інший психологічний вплив . Гумор не є цетром політологічного дослідження. Проте він точно є потужним політичним інструментом. Більшість із таких досліджень фокусується на політичних лідерах і їхніми засобами застосовувати гумор в своїх промовах, та ведення дискусій з співрозмовниками та суспільством, як таким.

Видатний спосіб визначення гумору в когнітивній науці це так званий «frame shifting model» (укр. модель зсуву рамки). Цю модель поведінки можна прирівняти до трьох класичних принципів: агресія (напад зі сторони жарту), непослідовність (жарт побудований з двох протилежних точок зору), збудження-безпеки (посил від адресанта розуміється як жарт, а отримувач залишається з двома, паралельно існуючими значенням жарту. Між адресантом і отримувачем створюється напруга (в моменті пошуку скритого значення), але, по типу трьох принципів, «frame shifting model»-також передбачає, використані в гуморі інших семантичних елементів: метафори, метонімії, багатозначність, іронію. Данна четверта модель поведінки

визначальна в використанні гумору, так як за даною моделлю стоїть використання розуму опонента, проти нього самого, нагромаджуючи його декількома паралельними потоками інформації, налаштовуючи його на потрібну вам хвилю.

”Фрейми”, як сутність пріорітетно описати, як протилежні і водночас суперечливі, ситуації розуму, які обов’язково перетинаються. В результаті отриманий “коктейль” носить, обов’язково нове значення і оманливо-підривний характер, так як гумор, в своїй основі - має менш наступаючу силу ніж звичайне звернення не підкріплене гумором, жартом, комедією. Перевага даного методу в використанні його креативних можливостей, для конструкції особливо “тонких” речових оборотів з використанням таких феноменів, як іронія, метафори та метоніми, при цьому займати особливо тендітні деталі обговорення, ставлячи опонента, аудиторію в позицію роздуму не зачіпаючи деталей, які могли б призвести до взаємного дискомфорту.

Початок діалогу гумором, зазвичай починається з публічно допустимого “фрейму”, тим самим активуючи перехідний фрейм. Інша можливість залучає послідовність хвилюючого контрасту “фреймів”, або різкого зміщення раптовістю (різкого “фрейму”) з ситуації “затишку, мовчання”, спокою (стримуваного “фрейму”). Зміна “фреймів” повинна бути виважена та контрольована, інакше діалог може зайти в ситуацію дискомфорту або “різної хвилі”. Обходячи гості кути сталих соціальних структур, здатність гумору до беззаперечного підтвердження, або опротестування сталих соціальних конструкцій, в додачу, якщо не повного заперечення соціальних цінностей і поведінки опонента, аудиторії – гумор призводить до явного ефекту злиття групового, навіть, якщо зачіпаються сталі цінності і соціальні структури опонента, аудиторії.

В психології процес гумору може поділятися, за визначенням Канадського вченого Roe A. Martin’a, в психологічній перспективі на складові: соціального підтексту, емоційного відклику, пізнавального-сприйняття, поведінко-вербального [22]. Тобто це є об’єднуючими

компонентами, які є важливими в психологічній перспективі. Але для успішного аналізу та застосування гумору, як стратегічного інструменту комунікації, потрібно видокремлювати кожний окремий елемент гумору і знати його функцію, як в цілому механізмі, так і в окремих деталях. Це запорука успіху звернення до цільової аудиторії. Можна погодитися з Джорджем Вайлантом, його запропонованим підходом, що гумор в основі своїй складається з трьох складових- це інтелектуальність (кмітливність), емоційність (розміреність або веселість) і фізіологічність (сміх або посмішка) [23].

І для стратегії розумної комунікації, присутність усіх трьох елементів є запорука успішного використання гумору.

Гумор в свою чергу породжує категоричне поняття, новий інструмент - "мем". Поняття "мем" (рівно як и пов'язана з ним з ним наука "Меметика") - не мають однозначного трактування. Не описані з достатнім ступенем чіткості, не впорядковані структурно (в зародку "мема" лежить вірусна комунікація офф-лайн - чутки, анекдоти та інші комунікативні технології того ж ряду).

Дослідники мемів сходяться в тому, що вперше цей термін з'явився в книзі англійського еволюціоніста Річарда Докінза "Егоїстичний ген"[24]. (в українському перекладі звучало як "мім"). Порівнюючи біологічну еволюцію і розвиток культури, вчений дійшов висновку, що «передача культурної спадщини аналогічна генетичної передачі ...». Значить в культурі повинні існувати частинки, здатні до реплікації (відтворення та розповсюдження), як гени в живій природі.

Р. Докінз писав, що реплікатор нового типу недавно виник саме на нашій планеті і він поки ще перебуває в "дитячому" віці, але процес його еволюції, швидкість його розвитку, залишає старий ген далеко позаду. Для культурного реплікатора було придумано назву "МІМом" (за аналогією з "геномом"), яке скоротилося до «мім» або "мем".

Найбільш успішні меми найчастіше зароджуються спонтанно і миттєво реагують на самі нові новини, події та паразитують на їхньому сенсі, до тих пір, до поки мем не почне виживати себе і від нього залишиться тільки спогад. Штучні меми, в свою чергу, швидко губляться, та не реплікуються і, строго кажучи, мемами, по своїй суті не являються. При цьому найчастіше навіть фахівцям досить складно буває сказати, до якої саме із згаданих груп відноситься інтернет-мем.

Політичним інтернет-мемом розглядаються окремі повідомлення в нових медіа, що представляють собою реакцію на ту чи іншу політичну подію, що володіють різною семіотичною природою (візуальної, аудіальної, виробленої), що відрізняються яскравістю змісту і «пакуванням», які піддаються численному копіюванню користувачами і спонтанно поширюються в мережі. Поширенню політичних мемів сприяє не тільки той факт, що багато політиків раз у раз дають нові, неоднозначні інформаційні приводи, справа ще й у тому, що сам жанр мематичного повідомлення якнайкраще відповідає комунікаційним потребам сучасної публіки.

Поширення інформації на просторі інтернет мережі давно автоматизовано, і відповідають за данні процеси алгоритми. Відділ, відповідальний за інновації Google, веде моніторинг і оцінку відповідального застосування штучного інтелекту. Вони також тренують їхні алгоритми, а би випадок, наприклад, 2016 року з виборами в США, знову не повторився. Причина, по якій вони висувають їхні принципи розвитку штучного інтелекту - це тому, що люди не проводили межу, за яку не можна заступати і де не сказано, що «чесно», і що «справедливо».

Від інсайдера організації «Project Veritas» була отримана інформація та документальні підтвердження, що Google використовує так зване “справедливе машинне навчання”, яке має компенсувати “несправедливість алгоритмів” [25].

“Несправедливість алгоритмів” - це несправедливе, або упереджене ставлення до різних груп людей, засноване на їх расовій або статевій

приналежності, сексуальній орієнтації, або рівні доходу, зазначено в документі. Тут же наводиться приклад: за запитом «гендиректор пошук» Google показує переважно чоловіків. При тому, що це коректне відображення реальної ситуації в світі і розцінюється як несправедливість алгоритму по відношенню до жінок і підлягає коригуванню. Інсайдер стверджує, що ця ж логіка використовується Google для просування політичного порядку денного.

У розпорядженні «Project Veritas» також виявилися документи, які показують, чим керується Google, коли пріоритизує контент від різних видавців новин. Метою компанії є знизити ризики поширення неякісної та недостовірної інформації через Google News, щоб отримати «єдину точку правди» для всіх сервісів Google, говорить документація.

Один з документів описує новинну екосистему Google і підтверджує, що в ній діють певні редакційні правила, які встановлює сама компанія. Правила визначають, як контент розподіляється і відображається на сайті Google. Судячи з документів, компанія сама приймає рішення про те, які новини показувати і просувати на сайті. Сенс документів зводиться до того, що Google вважає, за краще, новини з достовірних джерел, в число яких не входять деякі консервативні ресурси. Інсайдер стверджує, що механізм рекомендацій YouTube навмисно коригується таким чином, щоб знизити вплив журналістів, наприклад Дейва Рубіна (Dave Rubin), або Тіма Пула (Tim Pool). Також в розпорядженні «Project Veritas» потрапили документи, які називаються “Справедливість - це не за замовчуванням” та “Люди запрограмовані” (по типу нас). Документи описують, як алгоритми взаємодіють з неусвідомленими упередженнями користувачів [26].

Так, сукупність вищенаведених методів та механізмів може достатньо ефективно використовуватися в політичних кампаніях, наприклад, під час президентських виборів США у 2016 році розслідування «The New York Times» показало, що стрічка новин користувачів соціальної мережі Facebook формується відповідно до політичних вподобань. Це означає, що подібні

інструменти цілком можливо могли вплинути на кінцевий вибір людей, підтримати того чи іншого кандидата. В 2018 році Facebook визнав той факт, що було зроблено недостатньо роботи для протидії розпалюванню ненависті по відношенню до мусульманської спільноти Рохінджа в М'янмі, що призвело до її фактичного геноциду[27].

Досить тривалий час політика Facebook критикувалася щодо відношення до політичної реклами. І лише в 2019 році це призвело до зміни політики соціальної мережі, яка зобов'язала вказувати дані замовника, хто є платником подібної реклами та в чийх інтересах її сплячує. Але розслідування «Guardian» показало, що ці правила можливо обійти використовуючи “бізнес акаунти” [28].

Дональд Трамп став першим політиком, сторінка котрого у Twitter стала одним із джерел офіційної інформації та політичних заяв. Його пости аналізують аналітики та експерти, і кожний його твіт може вплинути на фондові біржі США [29].

До середньострокових слід віднести інформаційні та гібридні війни.

Багатовимірність даного типу агресивних дій передбачає видозмінення кількісних змін в якісні на протязі розвитку стратегій, сил та засобів сучасних конфліктів. Дане твердження пов'язане зі зміною і новизною площин нового типу війн, основними з яких є:

1. Війна реалізовується з нахилом на виснаження противника, що робить конфлікт довготривалим.
2. Різномірний вид конфлікту на протязі якого застосовуються як військові, так і не військові форми впливу, з тиском в ідеологічні моделі та сучасні концепції керованого хаосу.
3. Нові тактики ведення такого типу війни, на відміну від класичної, мають якісну основу видозмінення конфлікту. Від класичної лінійної до не лінійної.
4. Гібридну війну неможливо притягнути до діючих норм міжнародного права. Такі базові терміни як “фронт”, “агресія” та інші - не існують в

гібридній війні, тобто до неї не можливо застосовувати міжнародне право.

Серед багатьох методів, які застосовуються під час гібридної війни слід виділити:

- географічний простір:
 - а) локальні традиційні бойові дії в ресурсних точках об'єкту нападу, або втягнення держави до бойових дій, малої інтенсивності вздовж кордонів,
 - б) революції, державні перевороти, як державні об'єкти агресії, так і в державах, які є її союзниками,
 - в) підбурювання сепаратизму, змушуючи відволікати увагу державного апарату на цю проблему.
- економічний простір:
 - а) санкції проти персон, які реалізують вектор економіки в країні,
 - б) санкції проти галузей економіки, закриття для цих галузей, міжнародних ринків, або закриття доступу до тих чи інших технологій,
 - в) санкції спрямовані на всю економіку. Тобто - економічна блокада.
- кіберпростір:
 - а) хакерські атаки проти політичних та економічних об'єктів держави, на яку спрямована агресія,
 - б) витіснення цифрових продуктів та кібернетичних технологій з світових та регіональних ринків.
- інформаційний простір:
 - а) підміна цінностей, або ідеологічного вектору соціуму держави, об'єкту агресії, на цінності та ідеологію держави агресора,
 - б) десакралізація основних історичних лідерів, релігійних діячів,
 - в) підміна та фальсифікація історії країни нападу,
 - г) підтримка децивілізаційних соціальних практик, таких як проституція, наркоманія, насилля, злочинність і т.д. [30].

Завдяки стрімкому розвитку технологій такий феномен, як гібридна війна, став можливий. Останні роки світова практика демонструє, що

сьогодні пряма агресія не єдиний метод отримання поставлених цілей з проявом агресії. Саме тому сучасні науковці зосереджують увагу на вивченні непрямих методів ведення війни, особливо звертаючи увагу на інформаційні війни.

Інформаційна війна є однією із складових війн четвертого покоління. Дослідники з “RAND Corporation” розробили класифікацію війн чотирьох поколінь [31].

1. Війни першого покоління - із застосуванням класичної лінійної тактики.
2. Війни другого покоління - які мали здебільшого позиційний характер.
3. Війни третього покоління - іншими словами маневрування війнами.
4. Війни четвертого покоління - війни, головною метою яких є моральне підкорення противника.

Війни четвертого покоління вбирають у себе стратегічні інформаційні війни другого покоління. Це принципово новий вид стратегічної війни, втілений за допомогою розвитку інформаційного простору, додаючи такі об'єкти, як культура, економіка, релігія та ін.

Такі війни вже передбачають інші підходи такі як, створення бездуховності та аморальності, маніпуляції масовою свідомістю і політичною орієнтацією громадян, дезінформацію людей про діяльність органів влади та псування їх авторитету, дискредитацію політиків та ін.

Визначальним маркером війн четвертого покоління є те, що до даного покоління відносяться усі види конфліктів, у яких одна сторона не використовує класичні методи боротьби, а реалізовує свою агресію нетрадиційними методами. Особливістю четвертого покоління є використання стратегії, спрямованої на недержавні і невійськові об'єкти країни, проти якої ведуться агресивні дії, наприклад, неприбуткові організації або опозиційні політичні сили. Четверте покоління війн викорінює межі між військовим персоналом та громадянами, при цьому,

офіційно війна не проголошується. Тобто, ззовні можуть бути достатньо дружні відносини.

Держава-агресор тренує, фінансує, вербує опозиційні недержавні суб'єкти іншої держави і разом з тим плануються підривні операції, такі як збройні (революційні), так і мирні (інформаційні атаки, мітинги, акції). При цьому таким суб'єктам надається максимальна підтримка у ЗМІ.

Після застосування четвертого покоління війн, на практиці - в Єгипті, Югославії та інших країнах, згодом технологічно будуть називати "кольоровими революціями" [32] в публіцистичній науці. З теорії та практики, четверте покоління бере основу з керованого хаосу. Стратегія фокусується на правильності застосування політичної волі, яка може опинитися більшою та важливішою чим військова та економічна міць. Механізми "кольорових революцій" достатньо добре вивчений. Вони реалізуються тоді, коли умови та обставини змінюються повільно. Часто в таких умовах перемагають ті, чий фінансовий потенціал більший. При цьому використовуються нерозвинутість політичної культури, слабкість та корумпованість інституцій та влади, корумпованість владної еліти цільової країни тощо.

Тут слід підкреслити, що інформаційна війна та війна другого та третього покоління лише складові четвертого покоління війн. Вона передбачає застосування зброї, військової техніки та інших класичних методів ведення війни, але нас цікавить саме інформаційний аспект.

До методу довгострокової дії слід віднести семантичну війну.

Найскладніший метод ведення агресивних дій в інформаційному просторі. Якщо методологія інформаційної війни передбачає формування точки зору в картині світу що склалася, то семантична війна - це війна за саму картину світу, за право надавати суть іменам-імена речам [34].

Семантична війна стала ефективною, коли світ вступив в етап боротьби та конкуренції форм організації свідомостей, де об'єктом ураження є ті чи інші типи свідомостей. Основним завданням є знищення типів свідомостей, які не співпадають із світоглядом ворога. А носії свідомостей, тобто люди,

можуть бути збережені при умові відмови від форм свідомості, а саме предметів руйнування.

Серед основних методів ураження свідомості в семантичній війні є:

- Зниження рівня організації інформаційного та комунікативного середовища методом дезінформації, примітивізації, в якій живе свідомість індивідів.
- Окультний вплив на організацію свідомості, методом неправильної передачі мислеформ об'єкту ураження.
- Руйнування методів ідентифікації індивідів по відношенню до сформованих соціумів, які приводять до зміни видів самовизначення та деперсоналізації.
- Організація і розповсюдження на комунікативних площадках текстів та образів, які спотворюють стандартну роботу свідомості.

Основною метою є знищення людської самоідентифікації, обрізання методів людини до знаходження себе у соціумі та культурно-історичній традиції. Ідентифікація базується на уяві, створенні образів та символів, а саме, образно-символьні ряди піддаються зміні або злому в першу чергу.

Найвищим досягненням семантичної війни є створення ситуації, коли людина переглядає свій світогляд і відносить себе до іншої культурно-історичної парадигми і, як наслідок, в розпал бойових дій або катастроф у людей включно з військово-політичною елітою народжується відчуття становлення та розвитку миру та відсутності війни в довготривалій перспективі [35].

Слід також підкреслити, що така війна ведеться тільки в наступі. Тобто тактика, наприклад України, в тезах таких як “відчепіться від нас”, “Україна для Українців”, є оборонною, а це означає поразку.

Основою для ведення наступу має бути створена власна картина бачення світу. Другим етапом є насадження бачення цього світу опоненту різними методами. Третім кроком є адаптація соціуму опонента до даного

розуміння світобачення і втягнення його до інформаційної війни, але вже в картині світу Українського дискурсу.

2.2. Методологія проведення моніторингу маніпуляції новинами

Маніпуляція новинами, часто відома як дезінформація, є широко розповсюдженим явищем в сучасному світі інформації. Це включає в себе розповсюдження неправдивої або прихованої інформації з метою впливу на громадську думку, створення спотворених уявлень або підштовхування аудиторії до певних переконань чи дій. Ось кілька типових методів маніпуляції новинами:

1. Фейкові новини:

- **Вигадані історії:** Створення цілком вигаданих новин, які можуть бути важко відрізнити від реальних подій.
- **Маніпуляція фото і відео:** Використання фотошопу чи інших інструментів для зміни або створення фотографій та відео.

2. Заголовки із спотворенням:

- **Сенсаційні заголовки:** Створення вигаданих чи перебільшених заголовків для привертання уваги.
- **Використання емоційних засобів:** Вплив на почуття аудиторії шляхом використання сильно емоційних заголовків.

3. Маніпуляція контекстом:

- **Цитати зі спотворенням:** Витяг з цитат або викладення інформації з контекстом для зміни її сенсу.
- **Використання вибіркового фактів:** Підкреслення або приховування певних фактів для спотворення картини.

4. Спотворення статистики:

- **Вигадані або перекручені дані:** Подання неправдивої інформації або перекручення статистичних даних для створення певного враження.

5. Агітаційні матеріали:

- Створення подій для враження: Розповсюдження вигаданих подій або ретельно підготовлених матеріалів для враження аудиторії.

6. Сприйняття авторитету:

- Фальсифікація авторитету: Намагання створити враження, що інформація походить від авторитетного джерела, навіть якщо це не так.

7. Використання соцмереж:

- Розповсюдження через ботів: Використання автоматизованих ботів для швидкого поширення дезінформації в соціальних мережах.
- Створення вигаданих тенденцій: Намагання сформувати враження, що певна ідея чи подія отримала велику підтримку в інтернеті.

Запобігання маніпуляціям новинами вимагає критичного мислення, перевірки джерел і вдумливого сприйняття інформації. Для боротьби з дезінформацією важливо розвивати медіаграмотність і використовувати надійні джерела інформації.

Моніторинг маніпуляцій новинами – це важливий інструмент для виявлення та аналізу різних форм дезінформації, фейкових новин та інших видів інформаційних впливів. Нижче наведено методологію проведення моніторингу маніпуляцій новинами:

1. Визначення цілей і завдань:

Цілі моніторингу: Визначення які саме маніпуляції нам необхідно виявити. Це може містити фейкові новини, спотворення фактів, маніпуляції заголовками тощо.

Завдання моніторингу: Розбиття цілей на конкретні завдання, такі як виявлення та аналіз дезінформації у певних сферах чи певних платформах.

Визначення Критеріїв Оцінки:

Чинники маніпуляцій: Визначення ключових ознаки, які можуть свідчити про маніпуляції. Це можливо використання емоційної лексики, відсутність перевірених джерел, суперечлива інформація тощо.

Вибір Областей Моніторингу:

Платформи: Визначення, на яких платформах (соціальні мережі, сайти новин, блоги) буде проводитись моніторинг.

Тематики: Опрацювання тематичних областей, які будуть включені до моніторингу (політика, охорона здоров'я, наука тощо).

Створення методології відбору новин:

Критерії відбору: Розробка критеріїв для відбору новин для аналізу. Це може бути актуальність, важливість, вплив на громадську думку тощо.

Обсяг вибірки: Визначення, який обсяг новин буде включено до моніторингу, щоб результати були представницькими.

Використання технологій:

Автоматизовані інструменти: Використання інструментів машинного навчання та аналітики для автоматизації процесу моніторингу та аналізу великих обсягів даних.

Аналіз соціальних медіа: Використання інструментів для моніторингу соціальних медіа, такі як тренди трендів, для виявлення впливових тем та поширення дезінформації.

Залучення експертів:

Експертна думка: Залучення експертів у галузі журналістики, факт-чекінгу та дезінформації для більш точного аналізу результатів моніторингу.

Регулярне оновлення методології:

Адаптація до змін: Зміни в середовищі інформації відбуваються швидко, тому періодично переглядайте та адаптування методології для врахування нових трендів та технологій.

Звітність та розповсюдження результатів:

Створення звітів: Регулярне складання звітів з ключовими результатами моніторингу та надавайте рекомендації щодо пом'якшення впливу маніпуляцій новинами.

Поширення інформації: Розповсюдження результатів заінтересованим сторонам, такими як громадськість, журналісти та органи влади.

Отже, маніпуляція новинами може мати серйозний вплив на індивіда та суспільство в цілому. Ось деякі ключові аспекти впливу маніпуляції новинами на людину:

1. Спотворення Уявлень та Переконань:

- Формування неправильних переконань: Маніпуляції новинами можуть впливати на формування невірних або перекручених уявлень про події, людей чи ситуації.

2. Емоційна Маніпуляція:

- Виклик емоцій: Застосування емоційних заголовків та контенту може сприяти виникненню сильних емоцій, таких як обурення, страх, або зацікавлення.

3. Подробиці та Порушення Довіри:

- Порушення довіри до медіа: Маніпуляція новинами може призводити до порушення довіри до інформаційних джерел та пригнічення журналістської етики.

4. Вплив на Поведінку:

- Зміна поведінки: Люди можуть приймати рішення і діяти на основі неправдивої інформації, що може мати подальший вплив на суспільство.

5. Поляризація та Конфлікти:

- Сприяння політичній або соціальній поляризації: Маніпуляція новинами може викликати розділ у суспільстві, створюючи атмосферу конфліктів і непорозумінь.

6. Вплив на Демократію:

- Загроза демократії: Розповсюдження дезінформації може підірвати довіру до політичних процесів і загрожувати нормам демократії.

7. Зміна Сприйняття Реальності:

- Спотворення уявлення про реальність: Люди можуть стикатися з вигаданими або спотвореними версіями подій, що призводить до нерозуміння та неправильних висновків.

8. Великий Масштаб:

- Глобальний вплив: У світі інтернету та соціальних мереж маніпуляції новинами можуть поширюватися швидко і з великою широтою, збільшуючи їхній вплив.

Для захисту від впливу маніпуляції новинами важливо розвивати медіаграмотність, перевіряти інформацію від декількох джерел та бути критично налаштованим до отриманої інформації. Також, організації та суспільство повинні приділяти увагу розвитку та впровадженню стратегій по боротьбі з дезінформацією для збереження надійних інформаційних просторів.

2.3. Президентські вибори в США 2016, 2020 рр.

Ми стали свідками двох яскравих прикладів дезінформації та маніпуляцій, на території США. Мається на увазі кейс, щодо втручання в президентські вибори 2016 та 2020 років. В цих двох випадках, як не парадоксально, ми мали можливість спостерігати за виборчими перегонами в яких брав участь, на даний момент вже колишній президент Д. Трамп.

Д. Трамп став першим політиком, сторінка котрого у Twitter стала одним із джерел офіційної інформації та політичних заяв. Його пости аналізують аналітики та експерти, і кожний його твіт впливає на фондові біржі США [41].

В 2016 році ми бачили яскравий приклад найефективнішого засобу просуванню ідей для отримання переваги у президентських виборах США. Д. Трамп реалізував свій виграшний сценарій, завдяки особливостей функціонування Twitter.[42]. 2020 році, соціальні мережі зіграли з колишнім президентом неостанню роль у його поразці. Twitter додала мітки про

неправдивість двох постів Д. Трампа з приводу голосування поштою, яке організують губернатори-демократи в своїх штатах.

Коли програми, такі як Facebook, Twitter або YouTube, використовуються для політичної комунікації, вони "затягують" людей в політичний процес, а в свою чергу ці медіа стають загрозою для вирішеного політичного дискурсу, сформованого за часів друкованих ЗМІ, так стверджує Джей Девід Болтер, професор Технологічного інституту Джорджії, з приводу соціальних мереж.

Під час президентських виборів США в 2016 році розслідування «The New York Times» показало, що стрічка новин користувачів соціальної мережі Facebook формувалася відповідно до політичних вподобань. Подібні інструменти впливали на кінцевий вибір людей протягом всього часу президентських виборів, нахилиє чашу більше в одну сторону, роблячи відстань між двома кандидатами суттєво відмінною.

У вересні 2017 року, Facebook підтвердив суму в \$ 100 000, яка була долучена на витрати політичної реклами в період виборів в США з червня 2015 року по травень 2017 року, що пов'язано приблизно з 3 тис. рекламних оголошень, які були пов'язані з приблизно 470 сумнівними обліковими записами і сторінками, такими, що порушують політику соціальної мережі (Facebook за півроку видалив понад 3 млрд. фейкових акаунтів[43]. Даний факт, втручання у вибори країн партнерів, здавалось би, не є можливим при залученні 3 тисяч рекламних банерів і всього-на-всього 470 неперевічених акаунтів, але в мережі інтернет діють специфічні правила, які нагадують вприскування яду, чим більше шукають, тим більша кількість інформації даного типу, по прикладу вище, дезінформації буде поширено за невеликий проміжок часу.

25 червня 2019 року Google повідомила, що працює над тим, щоб не допустити на виборах президента США в 2020 р. повторення "ситуації з Трампом", яка склалася в 2016 р. Про це повідомила в приватній бесіді керівник відділу відповідальних інновацій Google Джен Дженнаї (Jen

Gennai). Розмова була записана на приховану камеру організацією Project Veritas, яка займається розслідуванням випадків корупції, шахрайства та порушення прав людини[44]. Після виборів 2016 року в США розгорівся ряд скандалів, пов'язаних з розповсюдженням фальшивих новин в передвиборчий період і іншими спробами вплинути на свідомість виборців через великі інтернет-майданчики.

На початку 2020 спецслужби США повідомляли про можливу загрозу втручання у виборчий процес, в свою чергу «Associated Press» повідомляв, що спецслужби нібито застерігали про це ще в лютому. В той же проміжок часу говорилося, що може спробувати втрутитися у вибори Росія, щоб підтримати кандидатуру Б. Сандерса. У серпні про можливості втручання до виборчого процесу застерігав національний центр контррозвідки і безпеки США, щоб не допустити повторення інциденту 2016 року, коли Росія активно саботувала демократичні вибори. В цьому році активністю відзначилися Китай та Іран.

Китай вважав колишнього президента Д. Трампа непередбачуваним і «навіженим», тому виявляв свою позицію щодо його програшу на виборах. Москва ж, навпаки, вжила низку заходів, щоб кандидату від демократів Джо Байдену підсувати репутацію.

За цікавим збігом обставин побоювання не були марними, бо Microsoft протягом кількох тижнів відбивала кібератаки проти штабів Д.Трампа і Д. Байдена. Microsoft назвала три регіони, які найактивніше втручаються у вибори президента США: російська група «Стронцій», китайська група «Цирконій», іранська група «Фосфор». Ці групи були активні на виборах президента США в тому ж 2016 році, деякі з них, наприклад «Стронцій», вдосконалили свою тактику[45].

Попри рішучі дії сил за межами США, чого не можливо було очікувати - це внутрішнього фактору, про який до сих пір не було нічого відомо, що вплинуло на фінальний результат виборів в 2020 р. Було проведено розслідування щодо сина Д. Байдена, яке було викладено в газеті «New York

Post». [46] Справа, що стосується Байдена молодшого, на ноутбуці, який потрапив до ремонтної майстерні, шляхом звичайного акту обміну грошей на послуги, заради чистки чи виправлення неполадок зі софтом ноутбука були знайдені відео та фото матеріали сумнівного типу, які відносяться до приватного та сексуального характеру. Робити наголос на даному явищі, особливо і не знадобиться, бо для очей є більш цікаві речі. Наприклад, на листуванні між Байденем молодшим та партнерами по нафтогазовій компанії «Burisma Holdings», датованому 17 квітня 2015 року.

Стаття вийшла менше ніж за місяць до президентських виборів в США. Штаб Трампа взяв статтю «New York Post» для розгортання повноцінної кампанії «питання відносин сім'ї Байдена з новою владою України». Але розгорнути повноцінну онлайн-кампанію проти Байдена - не вийшло по причині двох найбільших соцмереж Twitter і Facebook, які перешкоджали втрученню. Вони блокували спробу запостити посилання на статтю «New York Post», видаючи повідомлення, що вважають її шкідливою. Twitter позначає як шкідливі і посилання на інші ресурси, які розмістили передрук статті про Х. Байдена, - навіть сайти органів державної влади США. Коментарі у соц. мережі відрізняються. Facebook відзначає можливу недостовірність даних у статті, а Twitter посилався на власні правила про заборону публікації особистих даних і матеріалів, здобутих від хакерів. Прихильники Трампа називають дії Facebook і Twitter жорсткою цензурою і втручанням напряду до виборів, а також посилаються на факт, що Енді Стоун, представник Facebook, який оголосив про мінімізування доступу до статті про Х. Байдена, в минулому працював в декількох передвиборчих фондах демократів.[47].

Генеральний директор Twitter Д. Дорсі дав пояснення, чому були заблоковані твіти президента США Дональда Трампа[48]. Це пояснення стосується голосування по пошті в Каліфорнії, і що це могло привести до фальсифікації результатів. Коментар Д. Дорсі був опублікований у нього на акаунті. Було зазначено, що за дії Twitter, він несе відповідальність, а

позначка на твіти Д. Трампа робить компанію, як висловився Д. Дорсі «арбітром істини». За словами Д. Дорсі, відповідно до політики громадянської відповідальності, твіти можуть вводити людей в оману. Тим самим нав'язуючи ідею непотрібності реєстрації для отримання бюлетеня. «Виборчі бюлетені отримують тільки зареєстровані виборці» - зауважив Дорсі.

12 грудня 2020р., колишній президент Д. Трамп, знову став жертвою «арбітра істини». Twitter буквально заборонив «лайкати» деякі пости Д. Трампа, в яких він стверджував, що програв на виборах через шахрайство при підрахунку голосів, і звинувачував губернаторів Аризони і Джорджії, що вони не запобігли крадіжці голосів, хоча і на декілька годин[49]. Момент, коли вранці 12 грудня, користувачі намагалися хоч якось взаємодіяти з твітом поставити лайк або зробити реплай, з'являлося повідомлення «ми намагаємося запобігти поширенню твітів, які порушують правила Twitter, тому ми заблокували більшість способів взаємодії з цим твітом». Можливість лайкати і обговорювати твіти Трампа повернулася через декілька годин, але не було надано жодного коментарю щодо такого рішення.

Отже, можна стверджувати, що соціальні мережі надто впливають на такі речі, як контроль і досвід передових країн, що демонструє неминучу тенденцію до забезпечення законного та інституційного регулювання соціальних мереж, в особливості, їх політичної складової, внаслідок наведених в роботі прикладів.

Президентські вибори в США завжди є складним та напруженим періодом, який супроводжується різними формами впливу на громадську свідомість. Отже, ми можемо підсумувати можливі маніпуляційні свідомістю під час президентських виборів на прикладі попередніх виборів в США:

1. Розповсюдження дезінформації:

- Створення та поширення фейкових новин, конспірологічних теорій, або неперевірених інформаційних матеріалів з метою впливу на громадську думку.

2. Соціальні мережі та алгоритмічна фільтрація:
 - Використання соціальних мереж для масового розповсюдження інформації та зміни алгоритмів для підсилення певних точок зору чи обмеження розповсюдження інших.
3. Кібератаки та витоки інформації:
 - Спроби впливати на виборчий процес через кібератаки на політичні організації, розкриття конфіденційної інформації з метою компрометації.
4. Мовленнєва маніпуляція:
 - Використання риторичних трюків, емоційно заряджених заяв і мовленнєвих ефектів для впливу на переконання виборців.
5. Геополітичні впливи:
 - Використання зовнішнього впливу та маніпуляцій для створення атмосфери невпевненості та розділу в суспільстві.
6. Атаки на інфраструктуру виборів:
 - Спроби атак на системи голосування або інфраструктуру виборів для впливу на результати голосування.
7. Використання технологій машинного навчання:
 - Застосування алгоритмів та технологій машинного навчання для персоналізації та спрямування політичних повідомлень до конкретних аудиторій.
8. Продвиження "фільтрованих бульбашок":
 - Створення і утримання інформаційних "бульбашок", де користувачі взаємодіють лише з інформацією, яка відповідає їхнім власним поглядам.

Ці маніпуляції можуть створювати атмосферу недовіри, розділу та нерозуміння в суспільстві. Розвиток медіаграмотності та критичного мислення є ключовими факторами в захисті виборців від маніпуляцій під час політичних кампаній.

2.4. Маніпуляції США під час війни у В'єтнамі

Американські громадяни відчувають особливий пієтет до лотереїв, який знайшов свій відбиток у масовій культурі. Тільки державних "лохотронів" налічується 45 штук, а найбільші з них - PowerBall та Megamillions - дозволяють щасливчику зірвати джекпот, який іноді перевищує 1,5 млрд доларів. Люди з нетерпінням чекають на чергові розіграші, формуючи багатомільйонні рейтинги телеканалом, які транслюють заходи у прямому ефірі.

Однак у 1969 році все набуло не стандартного обігу: у прямому ефірі за указом президента Річарда Ніксона було проведено лотерею, в якій переможці отримували не грошовий чек, а можливий квиток до В'єтнаму.

26 листопада 1969 року Ніксон підписав виконавчий указ № 11497 "Про внесення змін до порядку відбору на військову службу", що передбачає процедуру випадкової мобілізації чоловічого населення США, а перший розіграш "кривавої лотереї" пройшов уже за кілька днів - 1 грудня.

Передісторія

До 1963 року армія зіткнулася з незвичайною проблемою: кількість чоловіків, які підлягають призову, перевищувала потреби збройних сил у щорічному наборі: причиною був повоєнний бебі-бум. Лотерея була одним із можливих рішень, але Л.Б. Херші рішуче чинив опір цій ідеї. На його думку, різниця між існуючою системою індивідуальних відстрочок та лотереєю полягала

"... по суті, в різниці між людиною та машиною. У людей у місцевих радах більше співчуття, ніж у машини... [яка] не може сказати, чи є людина більш цінною як батько, студент, учений, лікар чи як солдатів".

Херші переконав президента Кеннеді віднести всіх одружених чоловіків до особливої низькопріоритетної категорії, і проблему вирішили. До 1966 року кількість відстрочок з життєвих обставин, батьківство і одруження перевищила кількість відстрочок наданих у зв'язку з навчанням майже удвічі одного.

Однак через активізацію війни у В'єтнамі майже відразу відбулось зростання потреб було настільки стрімким, що держава незабаром зіткнулася вже з нестачею потенційних новобранців.

Систему довелося посилити: другу відстрочку через батьківство не надавали тим, хто отримував її під час студентства, а студентів закладів освіти із низьким балом зганяли на тестування з математики (предмет вибрав сам Херші). Більше 750 тисяч молодих людей складали цей тест у 1966-1967 році, і багато хто з тих, хто набрав найменше балів, втратив пільгу і отримав позачерговий шанс опинитися у в'єтнамських джунглях.

Виникаючі протести проти мобілізації каралися досить суворо. Описують випадок, коли "за власною вказівкою Херші були показово позбавлені відстрочки 35 студентів, які проводили сидячий страйк біля будівлі призовної комісії в Анн-Арборі (Мічиган)".

Американські суди, у свою чергу, надавали право деяким злочинцям обирати між армією та в'язницею. На момент, коли цю практику було скасовано, на військовій службі перебувало кілька тисяч засуджених, у т.ч. за антивоєнні виступи. Деякі їх потім сформували ядро опору.

Проте шансів отримати відстрочку було достатньо. Наприклад, чоловік міг претендувати на відстрочку, запросивши безробітного чи утриманця пожити у його будинку. Цікаво, що строгих обмежень на дохід особи, яка бажає отримати пільгу, не було. Різко зросла кількість шлюбів, у т.ч. фіктивних. Керівник призовної комісії штату Джорджія полковник Гаррі Сміт згадував, що "в один із тижнів одружилися відразу 46 чоловіків, яким було наказано терміново з'явитися на призовну комісію".

1968 року призовні комісії Нью-Йорка підтвердили відстрочку для вчителів, які працюють цілий день. Це призвело до того, що вже в 1969 році 85% вчителів були чоловіками призовного віку, а популярність педагогічних вузів зросла в 8 разів.

Але навіть не отримавши відстрочки, призовники мали ще один шанс - медична комісія. Маніпуляції ухилистів були вкрай різноманітні і часом

жорстокі. Молоді люди не лише вичерпували передпліччя шпильками, імітуючи уколи, а й спеціально вводили собі героїн, готуючись до призовної комісії. Спортсмени із травмами суглобів навмисне посилювали свої проблеми. Із найпоказовішого можна виділити: вживання трьох піц щовечора протягом 6 місяців, щоб отримати крайній ступінь ожиріння; поглинання 60 яєць перед призовною комісією, внаслідок чого аналізи крові показали перевищення рівня альбуміну; відрізання фаланг пальців; постріл у ногу з дробовика; споживання власної крові перед оглядом, що викликало блювання, в ідеалі, у кабінеті лікаря; імітація гомосексуалізму; сечовипускання на стіл приймальної комісії; умисне засліплення, вибиття зубів тощо.

У викладацькому середовищі були люди, які штучно завищували оцінки молодим людям, "тільки, якщо вони не повні ідіоти".

Роботодавці могли лобювати відстрочку для своїх підлеглих, призначивши їх на керівні посади або обґрунтувавши їх незамінність. Урядова комісія наприкінці 1960-х встановила, що близько половини всіх чоловіків, які досягли відстрочки з працевлаштування, отримали її незаконно.

Консультування з питань служби в армії набуло небаченого розмаху. Показники успіху були приголомшливими: близько 90% потенційних призовників отримували пільги.

Цілі призову досягалися. У період із 1965 по 1967 рік чисельність військовослужбовців у В'єтнамі збільшилася з 190 до 500 тисяч жителів. Водночас у суспільстві було розгорнуто масштабний антивоєнний опір, спровокований у т.ч. самою процедурою призову, що залишає безліч лазівок.

1 грудня 1969 року у Вашингтоні було проведено розіграш американської лотереї, який визначив порядок призову протягом 1970 року для осіб, які народилися в період з 1 січня 1944 року по 31 грудня 1950 року.

Однією з цілей лотереї було усунути нерівність у заклик, адже раніше діяло правило, згідно з яким першими закликалися віковіші чоловіки (26 років).

У великому скляному контейнері було 366 синіх пластикових капсул з датами народження, на яких від руки було нанесено номери черговості виклику для всіх 850 000 чоловіків віком від 19 до 26 років.

Секретар Бейкер сказав: "Це є першим застосуванням принципу, який, на думку багатьох з нас, дозволить повністю демократично, рівноправно і справедливо відбирати солдатів для захисту національної честі за кордоном і вдома.

У прямому ефірі радіо та телебачення капсули було вилучено з контейнера. Перша капсула містила число 258, що відповідало даті 14 вересня, тому всім чоловікам, які народилися 14 вересня між 1944 і 1950 роками, було присвоєно номер 1. Розіграш продовжувався доти, доки всі дні року не були зіставлені з порядковими номерами. Міністерство оборони визначило офіційну стелю лотерейного номера на майбутній 1970 - 195. Це означало, що чоловіки, які мають порядкові номери менше, могли бути призвані на службу в порядку, що відповідає їх номерам.

195 - це офіційна стеля. У різних штатах він міг коригуватися вниз, виходячи з мобілізаційного потенціалу регіону та фактичного набору.

Серед чоловіків, що народилися одного дня, так само встановлювалася черговість залежно від перших літер ініціалів. Наприклад, першим під заклик потрапляли особи, які мають ініціали "JJJ", а за ним слідували б "JGJ", "JDJ" та "JXJ"; Будь-яка людина з ініціалами "VVV" була б останньою.

З погляду теорії ймовірностей організація лотереї не враховувала головного: розподіл лотерейних номерів за місяцями року був рівномірним. Ще більше підіграло ситуацію той факт, що несправедливість розподілу була обумовлена тим, як капсули перемішували.

Капсули додавали у велику коробку, відсували перегородкою в один бік, засипали капсули наступного місяця і потім перемішували. Таким чином, січневі капсули були перемішані 11 разів, а грудневі лише 1 раз.

Закінчивши процедуру, відповідальний співробітник (капітан Пескоу) струсив коробку, незадовго до розіграшу пройшовся трьома сходовими прольотами, а потім на очах у публіки висипав вміст у скляний контейнер. До того ж сам Пескоу не пам'ятав, з якого краю коробки він висипав капсули. Вочевидь це могло вплинути на результати лотереї.

Це призвело до очікуваного перекосу: лише п'ять днів у грудні 2,12,15,17 та 19 мали порядкові номери, менші за 195. Таким чином, для чоловіків, народжених цього місяця, шанс призову був значно більший, ніж у інших. Втім, лотерея все одно виправдалася: до кінця 1970 на службу було призвано 162 746 осіб при квоті в 163 500.

Але в суспільстві панувало занепокоєння. Декілька молодих людей подали позов до федерального суду, домагаючись анулювання розіграшу 1970 року та проведення нової лотереї. Причиною цих позовів була відсутність належної рандомізації: кореляція між днем народження (1-366) та номером призову становила 0.28.

Журнал Time у випуску від 12 грудня 1969 року тільки розпалював полум'я:

«Ті, чії дати народження були розіграні в першій третині, практично, напевно, будуть викликані. Ті, хто потрапив до середини, мають шанси п'ятдесят на п'ятдесят. Інші можуть спокійно залишатися вдома.»

Тому в 1970 році вже новий глава призовної системи Кертис Тарр змінив алгоритм формування лотерейних номерів. Щоб розробити лотерею, яка б у 1971 році гарантувала більш справедливий вибір, довелося задіяти науковий потенціал.

Розіграш лотереї за новими правилами вже без збоїв проводився з 1971 по 1975 рік (для чоловіків 1952-1956 років народження). У 1975 році В'єтнамська війна закінчилася для американців з падінням Сайгона, а

американська кривава лотерея з того часу більше жодного разу не проводилася.

Виходячи з наведеного матеріалу, приходиться розуміння стану сучасних методів маніпуляцій людською свідомістю. Старі методи по типу тих, які використовуються у класичних ЗМІ досі актуальні, але разом з тим модернізовані на сучасний лад, з'явилися і нові методи, котрі сформовані за допомогою не тільки знань людської психології а й сучасних технологій. Ми бачимо, що методи та процеси маніпуляцій на сьогоднішній день структуровані, глибинні та автоматизовані, що утворює нову екосистему дезінформації, яка стала частиною людського життя. З'явилися не тільки нові методи маніпуляції, а цілі види ведення агресії на міжнародному рівні, основним елементом яких є маніпуляція, що стає очевидною загрозою як для держав, так і для суспільства. Наведені приклади дають розуміння, як використовуючи нові та старі методи маніпулятивних технологій можна змінювати вектори розвитку країн, історію та життя цілих націй без жодного пострілу, що дає розуміння щодо, необхідності світовій спільноті бути готовими не тільки до бойових дій в класичному розумінні, а й створювати захисний щит, здатний убезпечити вкрай важливий інформаційний простір.

Війна у В'єтнамі (1955–1975) стала однією з найбільш складних та контроверсійних подій у світовій історії, і участь США у цьому конфлікті супроводжувалася різними стратегіями, включаючи інформаційну маніпуляцію. Ключові аспекти маніпуляцій США під час війни у В'єтнамі:

- США використовували пропаганду для формування громадської думки та впливу на міжнародну опінію.
- Інформаційні кампанії час від часу включали розповсюдження фейкових новин для створення певного образу конфлікту.
- Застосування риторичних засобів для зміни уявлень про ситуацію та виправдання воєнних заходів
- Уряд США практикував цензуру і контроль над деякими аспектами звітності ЗМІ для управління інформацією.

- Здійснення психологічних операцій, таких як "Тіньовий Ураган", для впливу на психологічний стан ворога та цивільного населення.
- Використання візуальних матеріалів для сформування сприйняття конфлікту та впливу на емоційну реакцію громадськості.
- Використання ЗМІ для пропаганди власної інтерпретації подій та внутрішньополітичних цілей.
- Впровадження психологічних стратегій для впливу на ментальний стан ворога та власних військових.
- Радіостанція, спрямована на Азію, включала інформаційні програми та пропагандистські передачі.

Враховуючи масштаб та довготривалість війни у В'єтнамі, маніпуляції інформацією стали невід'ємною частиною стратегій.

РОЗДІЛ III ЗАСОБИ КОНТРОЛЮ ТА ШЛЯХИ ПРОТИДІЇ МАНІПУЛЯЦІЇ СВІДОМІСТЮ У СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ: ПОГЛЯДИ У СЬОГОДЕННЯ ТА МАЙБУТНЄ

3.1 Проблема регулювання, контролю: американський приклад

У США існує декілька видів засобів масової інформації: телебачення, радіо, кіно, газети, журнали та веб-сайти.

Багато засобів масової інформації контролюються великими комерційними корпораціями, які отримують прибуток від реклами, підписки та продажу матеріалів, захищених авторським правом. Американські медіаконгломерати, як правило, є провідними глобальними гравцями, генеруючи великі доходи, а також велику опозицію в багатьох частинах світу. З ухваленням Закону про телекомунікації 1996 року відбувається подальша дерегуляція та конвергенція, що призвело до мега-злиття, подальшої концентрації медіа-власності та появи багатонаціональних медіа-конгломератів. Ці злиття забезпечують жорсткіший контроль над інформацією.[1] Зараз кілька корпорацій контролюють переважну більшість як цифрових, так і застарілих засобів масової інформації. Критики стверджують, що локалізм, місцеві новини та інший контент на рівні громади, витрати ЗМІ та висвітлення новин, а також різноманітність власності та поглядів постраждали в результаті цих процесів концентрації ЗМІ.[5]

Теорії, які пояснюють успіх таких компаній, включають залежність від певної політики американського федерального уряду або схильність до природних монополій у галузі з упередженням корпоративних ЗМІ.

Організація «Репортери без кордонів» складає та публікує щорічний рейтинг країн на основі оцінки організацією їхніх рекордів щодо свободи преси. У 2013–2014 роках Сполучені Штати займали 46 місце серед 180 країн, що на 13 пунктів менше, ніж у попередньому році [6] [7]. Опитування

Gallup 2022 року показало, що лише 11% американців довіряють телевізійним новинам і 16% довіряють газетам.[8]

Згідно з опитуванням AP-NORC у травні 2023 року, 74% респондентів сказали, що ЗМІ винні у посиленні політичної поляризації в Сполучених Штатах.[9]

Після широкого успіху в 20-му столітті газети з роками зменшили свій вплив і проникнення в американські домогосподарства. The New York Times, The Wall Street Journal і USA Today є найбільш тиражованими газетами в Сполучених Штатах і продаються в більшості міст США.[10] Хоча основною аудиторією The New York Times (NYT) спочатку були жителі Нью-Йорка та його прилеглих столичних регіонів, NYT, яку називають «Сіра леді» і яка отримала найбільше Пулітцерівських премій з усіх видань, поступово стала стати домінуючою «рекордною газетою» для ЗМІ США. Окрім щоденного розповсюдження по всій країні, цей термін означає, що попередні номери архівуються на мікрофільмах кожною публічною бібліотекою країни пристойного розміру, а статті Times часто цитуються як істориками, так і суддями як доказ того, що велика історична подія сталася певна дата. «Вашингтон пост» і «Уолл-стріт джорнел» також меншою мірою є відомими газетами. Незважаючи на те, що USA Today намагалася зарекомендувати себе як національна газета, академічний світ широко висміював її як "McPaper", більшість бібліотек не підписує та не архівує.[11] Окрім вищезгаданих газет, усі великі мегаполіси мають власні місцеві газети. Більшість столичних районів, як правило, підтримуватимуть одну або дві великі газети, а також багато менших видань, орієнтованих на певну аудиторію. Незважаючи на те, що витрати на видання з роками зросли, ціни на газети загалом залишаються низькими, що змушує газети більше покладатися на доходи від реклами та статті, надані великими інформаційними агентствами, такими як Associated Press, Bloomberg і Reuters. [12] для національного та світового охоплення.

За небагатьма винятками, усі газети в США є приватною власністю або великих мереж, таких як Gannett або McClatchy, які володіють десятками або навіть сотнями газет; малими ланцюгами, які володіють купкою паперів; або в ситуації, яка стає дедалі рідшою, окремими особами чи родинами. Більшість газет загального призначення виходять або раз на тиждень, зазвичай у четвер або п'ятницю, або друкуються щодня. Щотижневі газети, як правило, мають набагато менший тираж і більш поширені в сільській місцевості чи малих містах. У великих містах часто є «альтернативні тижневики», які доповнюють основні щоденні газети, наприклад, нью-йоркський Village Voice або лос-анджелеський L.A. Weekly, якщо назвати два найвідоміших. Великі міста також можуть підтримувати місцевий діловий журнал, комерційні газети, що стосуються місцевої промисловості, а також газети для місцевих етнічних і соціальних груп.

У міру розвитку конкуренції з боку інших засобів масової інформації кількість щоденних газет у США зменшилася за останні півстоліття, за даними Editor & Publisher, професійного журналу американських газет. Зокрема, з 1970 року кількість вечірніх газет скоротилася майже вдвічі, а кількість ранкових і недільних – зросла.

Основним джерелом газетного доходу є реклама – у формі «оголошень» або вставлених рекламних циркулярів – а не дохід від тиражу. Однак з кінця 1990-х років цьому джерелу доходу прямо заперечили такі веб-сайти, як eBay (для продажу вживаних речей), Monster.com (вакансії) і Craigslist (все).

Крім того, оскільки журналістські розслідування в основних щоденних газетах у 2000-х роках занепали, багато репортерів створили власні некомерційні редакції розслідувань. Приклади включають ProPublica на національному рівні, Texas Tribune на рівні штату та Voice of OC на місцевому рівні.

Найбільшими газетами (за тиражем) у США є USA Today, The Wall Street Journal, The New York Times і Los Angeles Times.

Завдяки величезному розміру англомовного північноамериканського медіа-ринку Сполучені Штати мають велику журнальну індустрію із сотнями журналів, які обслуговують майже всі інтереси, що можна визначити, заглянувши в будь-який газетний кіоск у будь-якому великому американському місті. Більшість журналів належать одному з великих медіаконгломератів або одному з їхніх менших регіональних братів. Американське товариство редакторів журналів спонсорує щорічну премію National Magazine Awards, яка відзначає досконалість.

У США також є понад дюжина великих політичних журналів, зокрема The Atlantic, The New Yorker, Harper's Magazine та Foreign Policy. У сфері розваг дуже популярні журнали Variety, The Hollywood Reporter, Rolling Stone, L.A. Record і Billboard. У мистецтві журнали Smithsonian і Art in America є основними журналами.

Американське радіо веде мовлення в двох діапазонах: FM і AM. Деякі станції є лише розмовними радіостанціями, які містять інтерв'ю та дискусії, тоді як музичні радіостанції транслюють певний тип музики: 40 найкращих, хіп-хоп, кантрі тощо. Останніми роками радіомовні компанії дедалі більше консолідуються. Національне громадське радіо є основною мережею громадського радіо в країні, але більшість радіостанцій є комерційними та орієнтованими на отримання прибутку.

Розмовне радіо як політичне середовище також набуло популярності в 1990-х роках через скасування доктрини справедливості в 1987 році, що означало, що станціям більше не потрібно було «збалансовувати» свій день, висловлюючи альтернативні точки зору.

Федеральна комісія зі зв'язку (FCC) у 1970 році обмежила кількість радіостанцій, якими може володіти одна особа чи компанія, до 1 години ночі та 1 FM на місцевому рівні та 7 ранку та 7 FM станцій на національному рівні. Але через значну концентрацію медіа-власності, що впливає з Закону про телекомунікації 1996 року, радіокомпанії можуть володіти не більше ніж 8 місцевими станціями на регіональному ринку. Більшість станцій тепер

належать великим радіокомпаніям, таким як iHeartMedia (раніше Clear Channel Communications), Cumulus Media, Townsquare Media та Audacy (раніше Entercom).

Нова форма радіо, яка набирає популярності, – це супутникове радіо. Двома найбільшими радіосервісами на основі передплати є Sirius Satellite Radio та XM Satellite Radio, які нещодавно об'єдналися в Sirius XM Radio. На відміну від ефірного радіо, музичні канали не містять реклами, а інші канали мають мінімальну рекламу. Супутникове радіо також не регулюється FCC.

Під час появи Інтернету в 21 столітті з'явилися інтернет-радіо та цифрові потокові послуги. Серед популярних брендів – Pandora, Spotify та iHeartRadio. Хоча індустрія звукозапису також бачить Інтернет-радіо як загрозу та намагається запровадити високі ставки роялті за використання записаної музики, щоб перешкодити незалежним станціям відтворювати популярні пісні.

Nielsen Audio, раніше відома як Arbitron, є дослідницькою компанією споживачів, яка надає рейтинги (схожі на рейтинги Nielsen) для національних і місцевих радіостанцій у Сполучених Штатах.

Мета цифрового аудіомовлення – замінити FM-мовлення та стати майбутнім радіо. Деякі експерти галузі насторожено ставляться до цього нового методу передачі. ... Однак цей метод передачі може принести користь інтернет-радіостанціям, які хочуть розширити місцеве покриття та бути в курсі FM-радіостанцій.

Існує кілька іспаномовних (а також кабельних) мереж мовлення, які є найпоширенішою формою неанглійського телевізійного мовлення. Ці мережі не так широко розповсюджені по повітрю, як їхні англійські аналоги, доступні здебільшого на ринках із значним латиноамериканським та іспаномовним населенням; деякі з цих бездротових мереж альтернативно подаються безпосередньо до кабельних, супутникових і IPTV-провайдерів на ринках без наявності або попиту на місцеву станцію, що належить і управляється, або дочірню станцію.

Найбільша з цих мереж, Univision, була запущена в 1986 році як наступник Іспанської міжнародної мережі. Його основним конкурентом є Telemundo (заснований у 1986 році), дочірня мережа NBC (яка придбала Telemundo у 2001 році). Заснована: 2009 Estrella TV — ще одна іспаномовна телевізійна мережа. Громадське телебачення відіграє набагато меншу роль, ніж у більшості інших країн. Однак низка штатів, у тому числі Західна Вірджинія, Меріленд, Кентуккі та Південна Кароліна, серед інших, мають державні органи громадського мовлення, які керують і фінансують усі громадські телевізійні станції у відповідних штатах. Доходу, отриманого від уряду, недостатньо для покриття витрат, і станції також покладаються на корпоративне спонсорство та внески глядачів.

Інтернет надав газетам та іншим ЗМІ можливість доносити новини та зберігати архіви публічними. Дохід створюється за рахунок реклами або передплати. Окрім веб-порталів і пошукових систем, таких як Google і Yahoo!, найпопулярнішими веб-сайтами є YouTube, Wikipedia, Facebook, Twitter, Amazon, Yelp, IMDb, Reddit, Pinterest, eBay, TripAdvisor, Indeed, healthline, science direct, Mapquest, Merriam -webster, zillow, Quora, fandom, Twitch і Etsy.

Онлайн трансляція тепер дає змогу дивитися все: від новин у прямому ефірі та спортивних змагань до класичних фільмів і улюблених сучасних телепередач у будь-який час і на будь-якому пристрої. Із зростанням популярності потокового онлайн-трансляції кабельним компаніям доводиться розширювати пропозиції, щоб конкурувати на цифровому ринку вартістю 655 мільярдів доларів.[32]

У поточних дебатах щодо впливу Інтернету на глобальну демократію перспектива державного регулювання соціальних медіа була запропонована як вирішення таких проблем, як фейкові новини, мова ненависті, розпалювання змови тощо. Наприклад, сенатор США Марк Уорнер запропонував законопроект, який посилить захист конфіденційності, необхідний для інтернет-платформ, створить правила для маркування

облікових записів ботів і зміни юридичних умов правових відносин між платформами та їх користувачами. У Європі вже було прийнято регулювання у формі Загального регламенту захисту даних Європейського Союзу (GDPR) і нових законів, таких як Закон про захист даних у мережах (NetzDG). У цьому розділі розглядатиметься ця галузь, що швидко розвивається, розглядаючи поточні зусилля ліберальних демократій щодо регулювання Інтернет-контенту в ширшій перспективі регуляції застарілих ЗМІ. Як ми побачимо, існують дуже різні національні підходи до цього питання серед сучасних ліберальних демократій, і багато в чому нові правила Інтернету, фактичні та запропоновані, є розширенням існуючої практики. Ми робимо висновок, що у випадку США регулювання контенту буде дуже важко досягти політично, і що антимонопольне законодавство слід розглядати як альтернативу.

Регулювання ЗМІ є делікатною та суперечливою темою в усіх ліберальних демократіях. Перша поправка до Конституції США захищає свободу слова, а свобода ЗМІ гарантується різними правовими документами, що регулюють діяльність Європейського Союзу та Ради Європи, а також Європейською конвенцією з прав людини. Свобода слова нормативно вважається критично важливою для належного функціонування ліберальної демократії, а Інтернет на початку свого існування вважався великим благом для демократичного дискурсу. Тим не менш, усі сучасні демократії регулюють медіа різними способами; навіть у Сполучених Штатах, де Першу поправку ставляться з великою пошаною, протягом століть штат вважав за потрібне провести межі навколо того, що можна сказати або показати на різних медіа-платформах.

На додаток до нормативної ворожості до обмежень слова, багато спостерігачів стверджують, що технологічно неможливо регулювати ЗМІ в епоху Інтернету. Зростання смуги пропускання для зв'язку всіх видів, яке сталося з 1980-х років, значно ускладнило державний контроль, ніж у дні, коли громадяни покладалися на кілька місцевих і національних газет і два-

три канали мовлення, що працювали через обмежені, виділені урядом радіочастотний спектр. Вважалося, що регулювання вмісту в Інтернеті схоже на «прибивання желе до стіни» (довідка Allen-EbrahimianAllen-Ebrahimian 2016), оскільки швидкі технологічні зміни швидко випереджають будь-які державні механізми цензури. Думка про те, що нормативні та технічні обмеження підривають державний контроль над онлайн-контентом, очевидна в «Декларації незалежності кіберпростору» Джона Перрі Барлоу, в якій урядам було сказано: «У вас немає суверенітету там, де ми збираємося» (Довідка SegalSegal 2018).

Зрештою Китай може довести, що Барлоу був неправий і що потужний авторитарний уряд цілком здатний контролювати слова в Інтернеті. Дійсно, Китай передбачає застосування методів ШІ/великих даних для моніторингу поведінки громадян у рамках системи «соціального кредиту». Однак, не маючи такого рівня контролю, уряди в сучасних ліберальних демократіях, які хочуть захистити свободу слова, все ж використовують різні механізми для регулювання застарілих ЗМІ, механізми, які були перенесені в цифрову еру.

Однак існують не лише значні систематичні відмінності у підходах між Європою та Сполученими Штатами щодо ролі держави, але й важливі відмінності між європейськими країнами. Тут ми зосереджуємося на Франції та Німеччині. Ці відмінності не почалися з регулювання Інтернету, але очевидні в тривалому попередньому досвіді роботи із застарілими медіа.

Сучасні ліберальні демократії зазвичай не регулюють мову за допомогою цензури, керованої державою, як це відбувається в авторитарних режимах, тобто урядовий чиновник схвалює або змінює контент, який передається медіаканалом. Швидше ці механізми є непрямими та включають контроль доступу до медіаканалів через ліцензування; управління джерелами доходів для підтримки приватних ЗМІ; встановлення широких вказівок щодо того, який тип вмісту вважається прийнятним, а який ні; просування певного контенту через суспільне мовлення та інші механізми; і встановлення більш-менш дозволених режимів для приватних громадян, включаючи політиків та

інших громадських діячів, висувати претензії щодо наклепу та порушення приватного життя. Крім того, штати прагнуть заохочувати саморегулювання постачальників контенту. Це ті самі методи, які були перенесені в епоху Інтернету. Альтернативним підходом до регулювання ЗМІ є антимонопольний. Логіка полягає в тому, що на ринку ідей чесна конкуренція між ідеями частково залежить від значущої конкуренції серед платформ, які несуть ідеї. Таким чином, медіа-плюралізм є джерелом стійкості проти пропаганди, демагогії та екстремізму, які домінують у демократичному дискурсі. Таким чином, у більшості ліберальних демократій друковані ЗМІ не підлягали широкому регулюванню контенту, оскільки ці ринки зазвичай децентралізовані та конкурентні. Навпаки, мовні ЗМІ, і зокрема телебачення, всюди регулюються набагато суворіше через колишнє олігопольне або монопольне становище мовників. Сьогодні можна стверджувати, що такі інтернет-платформи, як Google і Facebook, займають таку ж позицію, як і традиційні телевізійні мережі: через їх масштаб і охоплення рішення, які вони приймають щодо модерації вмісту, є набагато більш значущими, ніж для друкованих ЗМІ. Таким чином, альтернативою державному регулюванню контенту були б антимонопольні дії, спрямовані на збільшення кількості платформ і зменшення охоплення нинішніх інтернет-гігантів.

Існує велика література про американську винятковість, яка документує способи, якими Сполучені Штати завжди вирізнялися серед інших розвинених ліберальних демократій щодо державного регулювання. Сеймур Мартін Ліпсет, серед інших, зазначив, що американська держава модернізувалась пізніше, ніж держава в інших розвинутих суспільствах, була менш обширною та досягла нижчого ступеня професіоналізації (Довідка LipsetLipset 1995). Американська політична культура залишається дуже підозрілою щодо концентрованої політичної влади та створила широкий набір політичних інститутів для захисту громадян від урядової влади. Приватний сектор має набагато більш позитивну валентність як локус

підприємництва та індивідуальної свободи. У Європі, навпаки, до приватного сектора ставляться з більшою підозрою, тоді як уряд, як правило, розглядається більше як захисник суспільних інтересів, який необхідний для захисту громадян від надмірної приватної влади. Однак те, як європейські уряди виконують цю роль захисників, саме по собі є важливим джерелом варіацій у тому, як демократичні країни регулюють ЗМІ.

Ці широкі узагальнення виявляються в різних сферах, пов'язаних із технологічним регулюванням. Європейські регулятори, наприклад, в останні десятиліття в основному зосереджувалися на захисті споживачів від зловживань їхніми правами на конфіденційність з боку приватних корпорацій, прикладом чого є GDPR ЄС, який встановлює всеосяжну основу для конфіденційності споживачів. У Сполучених Штатах немає такої комплексної системи; натомість засоби захисту конфіденційності включені в низку галузевих законів і нормативних актів, як-от Закон про перенесення та підзвітність медичного страхування (HIPAA) і Закон про справедливу кредитну звітність (FCRA), які регулюють дані, пов'язані зі здоров'ям і кредитами відповідно. Крім того, європейці завжди були більш охочі регулювати мову, ніж американці; багато європейських країн прийняли закони про заборону певних форм ненависті (наприклад, публікації нацистської пропаганди та символіки) задовго до появи Інтернету, на відміну від Сполучених Штатів, де така мова захищена законом. Приватна мова також є більш обмеженою в деяких європейських країнах через жорсткіші закони про наклеп, які полегшують цивільні позови проти приватних осіб.

Сполучені Штати, як правило, набагато більше покладаються на галузеве саморегулювання, ніж європейські демократії, і ця традиція продовжилася в епоху цифрових технологій. Ні Федеральна комісія зі зв'язку (FCC), ні будь-які інші федеральні регулюючі органи не прагнули встановити офіційні правила щодо видів вмісту, який можуть передавати інтернет-платформи. Урядові органи висловлюють занепокоєння з приводу певних форм контенту, як-от дитяча порнографія чи навчальні матеріали терористів,

які самі по собі можуть вважатися незаконними, а не лише тому, що вони були розміщені в Інтернеті. Цифрові платформи відреагували на такий тиск видаленням такого контенту, щоб уникнути кримінальної відповідальності та репутації, але не обов'язково тому, що уряд був наділений особливими повноваженнями через закон, як-от німецький NetzDG.

Дійсно, Інтернет-платформи були звільнені від загрози приватної відповідальності за вміст, який вони розміщували, відповідно до Розділу 230 Закону про пристойність у комунікаціях 1996 року. Цей розділ часто неправильно тлумачиться як вимога, щоб Інтернет-компанії діяли як нейтральні платформи (тобто, не куруючи вміст). якщо вони не хочуть втратити цей захист від приватних позовів. Насправді намір законодавства був протилежним: якби така відповідальність існувала, платформи відповіли б тим, що взагалі не намагалися б модерувати контент, побоюючись бути притягнутими до відповідальності за свої редакційні рішення. Цей захист розглядався як спроба сприяти швидкому зростанню інтернет-платформ і поклав тягар курування вмісту безпосередньо на самі платформи. Останні іноді намагаються стверджувати, що вони просто нейтральні розповсюджувачі контенту інших людей, але очевидно, що вони могли просувати або знижувати різні форми контенту на власний розсуд.

Природа цього саморегулювання різко змінилася внаслідок втручання Росії в американські вибори 2016 року, скандалу з Cambridge Analytica та усвідомлення того, що екстремістські погляди та поляризація сприяли алгоритмам платформи, які пропагували теорії змови та дивовижні особисті нападки на якісна інформація. Політики як ліві, так і праві почали припускати, що платформам, можливо, знадобляться більш відкриті форми регулювання для захисту американської демократії. Примітка 2. Засновник і генеральний директор Facebook Марк Цукерберг зайшов настільки далеко, що припустив, що його галузі потрібна певна форма державного регулювання. Facebook і Google почали налаштовувати свої алгоритми та почали приймати більш відверто політичні рішення щодо того, що є

прийнятним вмістом. YouTube від Google, наприклад, заборонив теоретику змови Алексу Джонсу користуватися його сервісами. Facebook, зі свого боку, змінив його алгоритмів і суттєво посилив свій персонал, який займається модерацією вмісту, починаючи з 2017 року. На момент написання цієї статті він також перебуває в процесі створення незалежного апеляційного процесу для розгляду скарг щодо неналежних рішень щодо посередництва щодо вмісту Facebook.

Існує багато прецедентів, коли приватні, комерційні компанії приймали подібні пруденційні рішення. Перша поправка США не захищає право осіб використовувати приватні платформи; справді, Перша поправка захищає право цих платформ розміщувати будь-який контент, який вони вважають за потрібне. За його умовами у цензурі можна звинувачувати лише уряд. Приватні корпорації, такі як ті, що володіють New York Times або Wall Street Journal, постійно приймають рішення щодо відповідного контенту; це те, що роблять медіакомпанії.

Проблема із саморегулюванням таких компаній, як Facebook і Google, не є юридичною; питання, яке вони порушують, стосується базової легітимності, викликане їхнім масштабом. Традиційні газети, такі як New York Times, приймають рішення публікувати лише певний контент, а не інший, на ринку друкованих ЗМІ, який все ще є відносно децентралізованим і конкурентним. Споживачі мають можливість переключитися з Times на інше друковане видання, якщо їм не подобається його висвітлення.

Це не так у світі онлайн-платформ. Завдяки економії масштабу та масштабу великі інтернет-платформи (переважно Facebook і Google) вирости до таких розмірів, що вони фактично становлять публічну площу не лише в Сполучених Штатах, але й у десятках інших країн світу. Видалення YouTube є набагато більш значущим, ніж рішення застарілої медіакомпанії не публікувати певного письменника чи точку зору, оскільки існує небагато інших каналів для охоплення такої широкої аудиторії. Facebook виконує повноваження, подібні до уряду, навіть якщо це не уряд; це приватна

комерційна компанія, яка значною мірою контролюється однією особою, основною метою якої не обов'язково є служіння суспільним інтересам його політичної спільноти. Facebook може спробувати придбати атрибути уряду, як-от власний внутрішній Верховний суд чи власну валюту, але ці зусилля зрештою не роблять його поведінку більш демократично легітимною.

Це не нова чи безпрецедентна ситуація. Демократичні країни стикалися з проблемою монополістичних або олігополістичних медіакомпаній у минулому, під час розквіту телемовлення. Універсальною реакцією ліберальних демократій було регулювання телерадіомовлення, і багато хто продовжує це робити різною мірою. Це повноваження регулювати засоби масової інформації існує, незважаючи на зобов'язання всіх сучасних ліберальних демократій захищати фундаментальну свободу слова, і це так само вірно в Сполучених Штатах, як і в Європі чи Азії.

Проблема регулювання та контролю інформаційного простору в Сполучених Штатах Америки в сучасних умовах стає все більш актуальною і складною. Нижче розглянуті деякі аспекти цієї проблеми та американський приклад регулювання:

- Платформи соціальних мереж, такі як Facebook, Twitter, та YouTube, мають величезний вплив на розповсюдження інформації, індивідуальні переконання та громадську думку.
- Зростання обговорень щодо необхідності прозорості та відповідальності платформ у фільтрації та контролі контенту.
- Зростання проблеми цифрової дезінформації та ролі фейкових новин у формуванні громадської думки.
- Зусилля американських владних структур, спрямовані на боротьбу з цифровою дезінформацією та захист громадян від шкідливого впливу.
- Комунаційного Закону Сполучених Штатів визначає статус платформ соціальних мереж і надає їм певні імунітети щодо відповідальності за контент, який публікують користувачі.

- Виникли пропозиції змінити або переглянути Секцію 230 для збільшення відповідальності соціальних мереж за контент.
- Зростання інтересу до розвитку програм медіаграмотності та освіти, спрямованих на вдосконалення критичного мислення громадян.
- Зусилля у напрямку забезпечення кібербезпеки та захисту виборчих процесів від іноземного впливу та кібератак.
- Робота розвідувальних агентств та правоохоронних органів у напрямку розслідування іноземного впливу на внутрішні справи

3.2 Майбутнє інформаційного простору

В даному підрозділі спробуємо проаналізувати та виявити стан інформаційних технологій сьогодні та у майбутньому, а також визначимо основні проблеми контролю.

Почнемо з сьогоднішнього часового маркера і спробуємо визначити на основі сьогоднішніх тенденцій бачення інформаційних технологій майбутнього.

“Ми живемо у добу дезінформації. Крадіжки приватної кореспонденції та витік її в пресу зі «злим мотивом», в мережі розпалюються політичні пристрасті, щоб використати існуючі тріщини в ліберальних демократіях, зловмисники сіють сумніви і заперечують зловмисні дії публічно, при цьому таємно підсилюючись за кулісами”, написав Томас Рід, “ Активні міри: Таємна історія дезінформації і політичної війни”. [91]

Проаналізувавши статтю “Дезінформація, яка вбиває: розширення поля битви цифрової війни”[92], слід навести запропоновані напрями розвитку технологій маніпулювання:

1. Маніпулювання репутацією та дипломатія. Напрямок передбачає використання сучасних технологій цифрового обману з метою провокації військової та дипломатичної реакції у противника, або помилково брати на себе функції лідера, або впливового «обличчя» противника, таким чином позбавляючи його легітимності.

2. Обчислювальна пропаганда: використання людської психології, слухів, пліток в соціальних мережах та їх алгоритмів для маніпуляції соціальною думкою.
3. Автоматизований таргетинговий фішинг. Використання багатоцільового шкідливого штучного інтелекту з метою імітації надійних об'єктів, які примушують діяти людей так, як вигідно «володарю» програми, у тому числі розкриттю їхніх таємниць.

Маніпулювання репутацією та дипломатією – наприклад, вчасно вкинуте відео чи аудіо записи, можуть поставити під загрозу мирні перемовини, результати виборів.

Сьогодні зловмисники можуть видавати себе за світових лідерів на цифрових платформах, що несе репутаційні втрати для людей об'єктів атаки. Такі загрози можуть здаватися маловірогідними, але нові технології швидко наближають до таких загроз. Одним із найважливіших на думку дослідників є надреалістичні підроблені відео та зображення і так звані “DeepFake” (глибинна підробка) - це сучасна розробка, яку почали висвітлювати тільки в 2018 році.

Якщо раніше створення реалістичних підроблених відео та фото було складним і вимагало обширних знань, то сьогодні спеціалізовані програми на основі штучного інтелекту такі, як GAN[93] можуть автоматизувати процес та створювати все більш складні підробки. Враховуючи, що велика частина кодів для створення глибоких підробок має відкритий вигляд, це надає можливість широкому колу використовувати даний механізм. Тому не дивно бачити за останні роки стрімко зростаючу кількість дипфейків. За даними Sensity[94], ресурсу відстежуючого кількість та активність дипфейків - їх кількість збільшується вдвічі кожні пів року.

Наприклад, випадок 2019 року, коли відео на якому були записані дії сексуального характеру з міністром економіки Малайзії Азімом Алі - викликало політичну полеміку, внаслідок чого прихильники Алі були

вимушені втрутитися та делегітимізувати відео, назвавши його дипфейком.[95].

Інший випадок стався у 2018 році, коли відео президента Габона Алі Бонго підштовхнуло до спроби державного перевороту з боку військових. Поява президента та підозрілий час зйомки відео, випущене після декількох місяців, під час яких президент був відсутній і не отримував медичної допомоги, змусила багатьох заявити, що це був дипфейк. Даний ймовірний акт обману поставив під сумнів стан здоров'я президента і став одним із приводів для критиків діяти проти влади.[96].

У цих випадках аналіз відео з метою визначення їх достовірності не дав результатів, оскільки вкрай складно дати чітку відповідь для маловідомих облич або коли в наявності є лише маніпулятивна версія відео. Така невизначеність може привести до явища, відомому як “дивіденд брехуна”, коли будь хто може зняти з себе відповідальність, заявивши, що фото або відео підроблене, підриваючи правду. Так, у своїй сутності наявність дипфейків створює середу, слабку для маніпуляцій котра погрожує саме істині. Навіть простіші маніпуляції з відео котрі змінюють вигляд кінцевого зображення представляють загрозу для дипломатії та репутації.

Наприклад, швидка підробка відео з виступу спікерки Палати представників Ненсі Пелосі в 2019 році призвела до враження, що вона була у нетверезому стані і говорила незрозуміло, відео котрої публікував президент США Дональд Трамп набрало більше ніж 2 мільйони переглядів менш ніж за 48 годин.[97]

Так, не важливо чи то дипфейк чи швидка підробка, доступність до таких відео і можливе їх поширення ставлять під загрозу репутацію публічних людей і як наслідок, стає одним із найбільших загроз у майбутньому.

2. Обчислювальна пропаганда - виходячи із наведеного матеріалу про соціальні мережі у другому розділі стає зрозуміло, що платформи такі як Facebook, ТікТок та інші використовують алгоритми з незрозумілою

механікою, котрі висвітлюють новини так, щоб вони подобалися читачу. Сьогодні соціальні мережі створюють так званий «тунель» інформації і «проводять» по ньому читача, все більше інтегруючи його до контенту, який тільки підсилює бачення людини, приховуючи від неї альтернативну думку. Додатком є розуміння, що алгоритми соціальних мереж набирають більше популярності відповідно до кількості поставлених “лайків”. Стала популярною схема використання ботів, які коментують та лайкають контент автоматично по заданому алгоритму, тим самим популяризуючи інформацію, яка вигідна власнику ботів.

Майбутнє обчислювальної пропаганди вже стає видимим. Так, за останні роки поле інформаційної битви розширилось і приєднало до себе уряди, неурядові організації, які намагаються формувати соціальну думку і впливати на міжнародні та внутрішні справи.

В 2016 році Оксфордський словник визначив термін “постправда” та “словом року” [98], визначивши його як обставини, за яких об’єктивні факти стають менш вагомими, ніж емоції при формуванні суспільної думки.

Так, проаналізувавши тенденції, можна побачити, що у недалекому майбутньому все більше людей матимуть доступ до соціальних мереж, формуватимуться у вузькі групи за інтересами завдяки алгоритмам та їх погляди будуть формуватися та вестися вузьким шляхом, не показуючи дійсність, а викликаючи лише емоції і кінцеве бачення. Так світ стане ближчим до світу постправди, коли політика соціальних мереж буде формуватися не на основі дійсності, а на основі емоційно прописаних алгоритмів.

“Таким чином, з часом ми дізнаємося про вподобання кожної людини та їх ймовірність зробити різні дії на сайті. Можливо, вам дійсно подобаються дитячі фотографії і тому ви схильні ставити «лайк» на кожній з них. З часом це призведе до того, що ми будемо ставити подібні фото набагато частіше для вас і ви будете бачити все більше дитячих фотографій” - Ден Зігмонд, директор по аналітиці Facebook. [99].

Автоматизований таргетинговий фішинг.

Кількість особистих даних, доступних в інтернеті для будь-якої людини сьогодні та у майбутньому - буде збільшуватися, інформація включає стан здоров'я, політичні погляди, настрої, демографічні показники та багато інших точок виходу даних в мережу. Компаній, які викорустовують особисті дані з різними цілями - ставатиме все більше, але не слід забувати, що при такому розвитку технологій з'являються й шахраї, які за допомогою сучасних технологій можуть використовувати отриману інформацію у власних цілях. За 2018 рік кількість витоків даних призвела до майже 500 мільйонів втрачених особистих записів, що стали доступними.

Такі персональні дані відіграють та відіграватимуть все більш важливу роль на ранніх етапах дезінформаційних кампаній. Так, шахраї можуть використовувати інформацію для націлення на групи людей, які симпатизують повідомленням тих, чиєю інформацією можуть скористуватися шахраї. З іншого боку хакери можуть використовувати особисті дані для створення "фішингових атак", метою яких є збір конфіденційної інформації або злому особистих облікових записів.

У майбутньому орієнтація на різні вузькі групи людей за допомогою реклами та онлайн розвідки стане одним з найважливіших ланок в ланцюгу дезінформації, тобто інформація буде не просто масово з'являтися в різних джерелах, вона буде сконструйована персоналізовано, таким чином, щоб знайти підхід окремо до кожного індивіда.

В той час, коли онлайн розвідка може визначити групи, форуми, сторінки в соціальних мережах, які є найбільш сприятливими для розбіжностей, або цільових повідомлень, купівля реклами дає ще один інструмент для націлення людей в конкретній сфері. Якщо у 2020 році перед виборами у Сполучених Штатах Америки невідома організація, яка стоїть за сайтом "захисти мій голос" купила велику кількість реклами, яка зібрала сотні тисяч переглядів на Facebook, змогла таргетувати літніх виборників в найважливіших штатах, розвиваючи тезу про шахрайство з електронною

поштою, а для консервативних людей нові технології викликають досить часто сумніви, то враховуючи експоненційний розвиток технологій, можемо зробити висновок, що цільова реклама зможе ідентифікувати людей не тільки за віком та місцезнаходженням, а більш індивідуально – аж до прямого особистого повідомлення написаного штучним інтелектом окремо кожній людині, з урахуванням стану здоров'я, бажань, цілей, страхів та інших макро-маркерів особистості.[100].

Картер Гімлер, у своєму докладі для SANS Institute на тему майбутнього інформаційної війни зазначає, що війна втратить свою матеріальну природу, а інформації стануть самоціллю. Він зазначає, що підприємства, уряди, приватні особи стають залежні від зберігання та переміщення інформації, виходячи з чого потенціал економічної та політичної шкоди зростатиме, а шкода знаходитиметься в самій інформації. По мірі переміщення економічної та політичної цінності з матеріальних благ в цінність інформаційну, це змінює й засоби атак на ці блага.

Знищення інфраструктури, яка використовується для передачі та зберігання даних має суттєвий вплив на здатність негайного використання інформації з цих даних. Відповідно для високої ефективності інформаційної війни будуть характерні методи призначені для пошкодження або некоректного використання самої інформації, що призведе до змінення філософії ведення війни.

Самою простою і основною формою нападу стане знищення інформації противника, починаючи від знищення спеціальними програмами такими, як віруси, призначеними для видалення даних, закінчуючи новими засобами, такими як, зброя спрямованої енергії, яка спроможна пострілом знищити носій в якому зберігається інформація. Використовуючи подібні методи агресор практично ніколи не зможе отримати інформацію, оскільки вона буде знищена, інформацію, яка, теоретично, могла б бути використана агресором у власних цілях. Найвищим рівнем інформаційної війни ТАКИЙ ТО називає незаконне або приховане використання інформації, замість того, щоб її

знищувати, оскільки отримавши інформацію її можна, наприклад, непомітно змінити. Що може призвести до серйозних економічних, репутаційних та інших втрат об'єкту атаки.

Проаналізувавши тенденції, можна сказати, що майбутнє буде вкрай інформатизованим, при цьому той, хто володітиме інформацією, буде успішнішим як в військових, економічних так і політичних справах. При цьому відбудеться зміна парадигми, коли влада буде не у того, хто має багато грошей, шанувальників чи сильну армію, а у того хто володітиме інформаційними потоками, тобто матеріальне благо відійде на другий план після інформаційного. Також варто зазначити, що враховуючи велику кількість інформації, її потоки стануть автоматизованими і як наслідок - життя людей стане більш регульованим технологіями, які матимуть змогу направляти людей у потрібний їм потік. Вміле використання інформації війни в майбутньому стане не знищення ворожих танків, а заволодіння технологіями, які контролюють інформаційний вимір.

В рамках огляду тенденцій щодо ефективності збору інформації було проведено опитування у форматі анкетування, метою якого є аналіз ставлення людей до сучасних інформаційних технологій та порівняння відповідей на однакові питання з різною взаємодією методом приватного та дистанційного (анонімного) опитувань. Розглянемо результати:

Дистанційне опитування через інтернет (анонімне) 50 респондентів.

Заради підвищення ефективності лікування, чи погодились би Ви на публічну доступність ваших особистих медичних даних (стан здоров'я,...аналізи, рекомендації лікарів, план лікування)?
50 responses

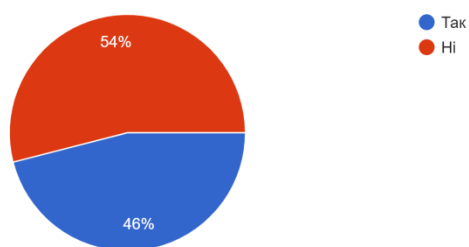


Рис 3.1 (54% так)

Чи вважаєте ви припустимим можливість відслідковування різними службами історії Ваших пересувань (геолокацій)?

50 responses

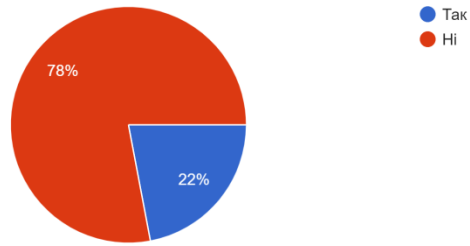


Рис 3.2 (78% так)

Модель функціонування суспільства, якій Ви би надали перевагу:

50 responses



Рис 3.3 (78% за відкритість даних)

На Вашу думку, чи використовують соціальні мережі збір даних про Ваші фінансові операції з метою формування соціального портрету особистості для політичного впливу?

50 responses

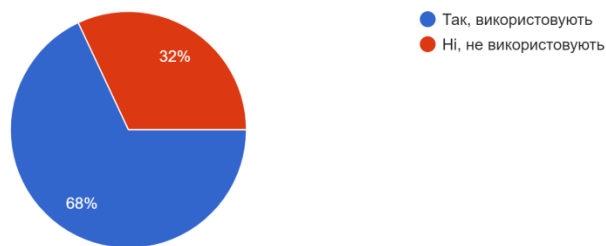


Рис 3.4 (68% так, використовують)

Чи помічали Ви що алгоритми соціальних мережах () приховують контент, який потенційно не відповідає Вашим цінностям та поглядам ?
50 responses



Рис 3.5 (74% так, ці алгоритми дійсно впроваджені)

Чому б Ви надали перевагу:
50 responses



Рис 3.6 (54% збір даних міжнародними суб'єктами)

З чим Ви пов'язуєте блокування соціальної мережі VK (Вконтакте)
50 responses

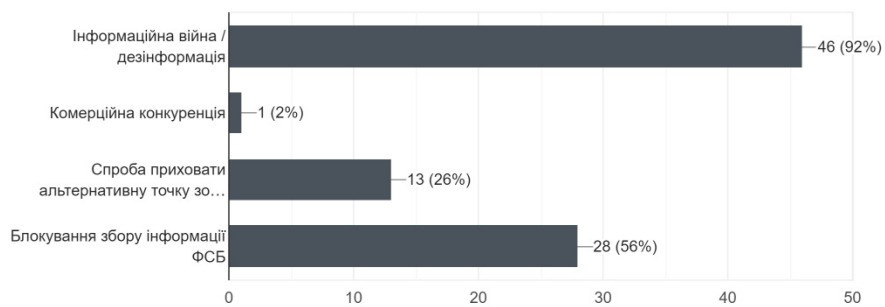


Рис 3.7

Приватне опитування (відкрите) 50 респондентів.

Так Ні

Заради підвищення ефективності лікування, чи погодились би Ви на публічну доступність ваших особистих медичних даних (стан здоров'я, відомості про захворювання, аналізи, рекомендації лікарів, план лікування)?	8%	2%
Чи вважаєте ви припустимим можливість відслідковування різними службами історії Ваших пересувань (геолокацій) ?	3%	7%
На Вашу думку, чи використовують соціальні мережі збір даних про Ваші фінансові операції з метою формування соціального портрету особистості для політичного впливу?	0%	0%
Чи помічали Ви що алгоритми соціальних мережах () приховують контент, який потенційно не відповідає Вашим цінностям та поглядам ?	1%	9%

Таблиця 3.1

Модель функціонування суспільства, якій Ви би надали перевагу:

А) Загальнодоступність всіх даних у відкритому доступі для контролю з боку держави та інших суб'єктів з метою забезпечення безпеки громадян. = (Віддати частинку свобод на користь забезпечення вищого рівня безпеки у суспільстві). - 41%

Б) Збереження повної анонімності у всіх сферах життєдіяльності людини з метою отримання максимальних свобод = (Збільшити свободу суспільства, зменшивши рівень безпеки). - 59%

Чому б Ви надали перевагу:

А) Збір персональних даних службами вашої держави для власних цілей/внутрішньодержавними суб'єктами. - 69%

Б) Збір персональних даних міжнародними суб'єктами для власних цілей. - 31%

З чим Ви пов'язуєте блокування соціальної мережі “VK Вконтакте”?
(Можна декілька відповідей)

А) Інформаційна війна\дезинформація - 92%

Б) Комерційна конкуренція - 1%

В) Спроба приховати альтернативну точку зору - 16%

Г) Блокування збору інформації ФСБ - 49%

Проаналізувавши результати, можна побачити, що відчутно різні результати анонімних та відкритих відповідей, Це можна пов'язати з так званим ефектом “соціальної бажаності”, ефекті особливо проявляється коли питання пов'язане з делікатною темою. Одним із факторів сприяючим прояву даного ефекту є бажання викликати гарне враження на незнайомця, навіть розуміючи, що більше людина ніколи не зустріне того хто проводив опитування, такий ефект можна було побачити під час виборів Президента США 2016 року, коли опитування показували, що Д. Трамп програє вибори, але кінцевий результат голосування був на користь Д. Трампа, зробимо припущення, що в наведеному випадку не всім виборцям Д. Трампа хотілося відкрито заявляти про його підтримку, тому слід визнати, що анонімне дистанційне опитування сприяє до більш відвертих відповідей, але чи є анонімне дистанційне та будь яке інше опитування дійсно ефективним інструментом до розуміння думки суспільства, адже люди можуть відповідати абсолютно так, як хочеться і це питання риторичне. Репрезентативність опитування, умови, настроїв людей, бажання пожартувати при відповіді або збрехати та інші фактори котрі демонструють, що розуміти про що думає людина вкрай складно. Люди пишуть опис профілів у соціальних мережах, роблять дописи характерні до того, як вони хочуть, щоб їх бачив світ, але у сучасному світі є інструмент приховати від котрого власну інформацію, думки, цінності вкрай складно. Залишаючись один на один із собою, люди заходять в інтернет та шукають, дивляться, поглинають те, що насправді їм цікаво, що набагато більш точно може дати розуміння про ту чи іншу особистість. Big Data (великі дані), це саме та система котра

найбільш ефективно сьогодні показує результат у розумінні людських вподобань, страхів, думок та інших аспектів життя кожної особистості. Люди вже достатньо давно обміняли свої приховані, глибинні цінності, думки та іншу інформацію на зручність у використанні інтернету, гаджетів і як наслідок, Big Data та інформація отримана таким шляхом стала самою цінною для корпорацій та інших суб'єктів для котрих володіння інформацією є вкрай важливим, ті, хто збирають цю інформацію без суттєвих перешкод можуть ділитися отриманою інформацією будь з ким. Таким чином, у майбутньому нейронні мережі будуть настільки розвинутими збираючи дані про наше здоров'я з годинників, наші пересування з телефонів, наші думки із запитів в інтернеті, і будь яку іншу інформацію. Поки сьогодні ми судимо і складаємо думку про людину зі слів, у найближчому майбутньому нейронні мережі та Big Data будуть судити нас по діям. Таким чином на мою думку, інтернет, нейронні мережі здатні збирати всю інформацію стануть найважливішим інструментом для держав, корпорацій та будь яких інших організацій для отримання та контролю інформації.

Проблематика регулювання та контролю маніпуляцій є одним із найважливіших аспектів у формуванні сучасного суспільства, як США так і світу. На даному етапі світ знаходиться у стані постійних змін та розвитку технологій і як наслідок, появи нових маніпулятивних технологій, які можуть нашкодити суспільству. Вчасна реакція з боку держави та суспільства на нові виклики здатна запровадити механізми, які забезпечать безпечне інформаційне середовище починаючи від телевізійних матеріалів, соціальних мереж і закінчуючи інституціями, спроможними захистити населення від гібридних та семантичних загроз. Разом з тим, слід підкреслити, що нові технології впливу на людський розум виникають в тих аспектах, до яких світ іноді не є готовий, а законодавча база виявляється застарілою, таким чином, опиняючись на крок попереду. Формування нормотворчих документів, які торкаються інформаційної сфери, має відігравати роль фундаменту для створення цілісних систем, які протидіятимуть сучасним інформаційним

загрозам. Проаналізовані у розділі механізми контролю дають розуміння, що проблема не забута і суспільство не готове миритися з напливом дезінформуючих технологій. Це є позитивним явищем, яке дає право на висновок, що з часом механізми регулювання та контролю маніпуляцій як всередині країн, так і на міжнародній арені будуть спроможні забезпечувати якомога повнішу безпеку інформаційного простору.

ВИСНОВКИ

Вирішуючи поставлені науково-дослідницькі завдання, котрі впливали з мети дослідження можна зробити такі висновки: Термін маніпуляція виник давно, людство користувалося викривленням інформації завжди, але в наш час технології впливу вийшли на абсолютно новий рівень. З'явилися нові концепції та підходи у розумінні інформаційного впливу сформовані у достатньо чітку та налагоджену систему впливу на людей. Завдяки прогресу з'явилися нові технології за допомогою котрих можна впливати на великі маси людей. Використовуючи ЗМІ і класичні методи маніпуляцій викривляючи, підмінюючи, приховуючи інформацію, охоплюючи великі маси населення. За допомогою соціальних мереж, використовуючи вірусність інформації в інтернеті та спеціально налаштовані алгоритми спрямовані на більш гнучку, таргетингову модель дезінформації населення підбираючи підхід до особистості з врахуванням вподобань людини, що дозволяє нав'язувати вигідну для маніпулятора інформацію у формі, котра сподобається людині. Використовуючи державний потенціал та сучасні розробки з психології, економіки міжнародного права, тощо, стали можливі гібридні та семантичні війни спроможні суттєво впливати на економіку, політику, безпеку країн та отримувати потрібний результат не використовуючи пряму військову агресію. Підсумовуючи, варто сказати, що сутність агітації, пропаганди не змінилася, змінився лише метод впровадження через цифрові системи, великі дані все більше інтегруються у людське життя і впливають на спосіб мислення. Держави, міжнародні інституції розуміють роль інформаційних технологій і декларуючи створення більш безпечного середовища для людей розробляють нові закони, механізми контролю обігу інформації, міжнародні партнерства, що дає змогу говорити про позитивний результат міжнародної спільноти у протидії сучасним викликам з боку інформаційних загроз. Хоча наведені у роботі приклади і демонструють скоріш поразки на інформаційному полі бою, але подібні випадки достатньо малочисельні і варто розуміти, що в багатополлярному

світі є як переможені так і переможні. Це дає розуміння важливості ролі інформації і слугує двигуном для міжнародної спільноти, змушуючи розробляти все більш бездоганні комплексні системи контролю інформації, розуміючи до чого може привести недбале ставлення до даного аспекту. Завершуючи, вважав би за необхідне згадати цитату зі вступу та, на основі пройденого у роботі матеріалу, закінчити її видозміненням, оскільки сьогодні думка, формуюча сутність інформації, є одночасно “щитом і мечем”, здатна водночас запровадити мир та розв’язати війну.

Тема дослідження маніпулювання свідомістю залишається надзвичайно актуальною в сучасному світі, особливо в контексті інформаційного суспільства і цифрової епохи. Деякі ключові причини актуальності цієї теми включають: зміни в медіа-ландшафті в останні десятиліття, такі як поширення соціальних мереж та цифрових платформ, створюють нові можливості для масштабного поширення і впливу на інформацію, зростання поширення дезінформації і фейкових новин, а також технологічні можливості, що дозволяють легко створювати і розповсюджувати маніпульовану інформацію, маніпулювання свідомістю впливає на політичні процеси, вибори і формування громадської думки, що може мати серйозні наслідки для демократичних інститутів, використання технологій машинного навчання та алгоритмів для персоналізації та спрямування політичних повідомлень до конкретних аудиторій, зростаюча необхідність вирішення етичних питань, пов'язаних з маніпуляцією свідомості, та забезпечення прозорості в інформаційних процесах, маніпуляція новинами та інформаційним впливом може впливати на психічне здоров'я і самопочуття індивідів, зростаюча необхідність в розвитку медіаграмотності для захисту громадян від маніпуляції та розуміння впливу інформації на свідомість, маніпуляція свідомістю має глобальний характер, оскільки впливає на суспільства по всьому світу, особливо в умовах глобальних комунікаційних мереж.

Враховуючи ці фактори, дослідження маніпуляції свідомості залишається важливим напрямком для наукових та практичних досліджень в різних галузях, включаючи соціальні науки, інформаційні технології, психологію та політологію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Що таке маніпуляція людиною [Електронний ресурс] // eventario – Режим доступу до ресурсу: http://www.eventario.org/news/shcho_take_manpulyatsya_lyudinoyu/
2. Discover the story of English [Електронний ресурс] // Oxford English dictionary – Режим доступу до ресурсу: <https://www.oed.com/>
3. Поняття та сутність ЗМІ. Реферат [Електронний ресурс] // Osvita.ua – Режим доступу до ресурсу: <https://osvita.ua/vnz/reports/journalism/25491/>
4. Квіт С. Масові комунікації. Підручник. - Київ, Видавничий дім "Києво-Могилянська академія". 2008. – с 4.
5. Філософський енциклопедичний словник [Електронний ресурс] // НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ Інститут філософії ім. Г.С.Сковороди – с 235. Режим доступу до ресурсу: http://shron1.chtyvo.org.ua/Shynkaruk_Volodymyr/Filosofskyi_entsyklopedychnyi_slovnyk.pdf
6. Пропаганда [Електронний ресурс] // Словник іншомовних слів – Режим доступу до ресурсу: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%EF%F0%EE%EF%E0%E3%E0%ED%E4%E0>
7. Почепцов, Г.Г. Інформаційна політика / Г.Г. Почепцов – К. : Знання, 2008.
8. Агітація [Електронний ресурс] // Словник іншомовних слів – Режим доступу до ресурсу: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%E0%E3%B3%F2%E0%F6%B3%FF>
9. Phil Taylor (1987). [Glossary of Relevant Terms & Acronyms Propaganda and Psychological Warfare Studies University of Leeds UK](#) / University of Leeds UK. Архів [оригіналу](#) за 2013-06-23 – с 10.
10. Dowse A, Bachmann S-D Explainer: what is ‘hybrid warfare’ and what is meant by the ‘grey zone’? [Електронний ресурс] // The Conversation – Режим доступу до ресурсу: <https://theconversation.com/explainer-what-is-hybrid-warfare-and-what-is-meant-by-the-grey-zone-118841>

11. Interview With Patty Hearst_[Электронный ресурс] // CNN LARRY KING LIVE – Режим доступа до ресурсу:
<http://transcripts.cnn.com/TRANSCRIPTS/0201/22/lk1.00.html>
12. Аристотель. Риторика [Электронный ресурс] // Aldebaran – Режим доступа до ресурсу:
https://aldebaran.ru/author/aristotel/kniga_ritorika_24126156/
13. Герберт Шиллер МАНИПУЛЯТОРЫ СОЗНАНИЕМ_[Электронный ресурс] // nemaloknig.net – Режим доступа до ресурсу:
<http://www.nemaloknig.net/read-300810/?page=50>
14. *елинский С. А.*___Манипуляции массами и психоанализ. Манипулирование в СМИ_[Электронный ресурс] // psyfactor.org – Режим доступа до ресурсу: <https://psyfactor.org/lib/zel3.htm#6>
15. Global social media research summary August 2020 [Электронный ресурс] // smartinsights.com – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/social-media-strategy/new-global-social-media-research/>
16. Martin, R. A. The psychology of humour: an integrative approach. Burlington: Elsevier Academic Press, / 2007 – p. 5.
17. Vaillant, G. Ego Mechanisms of Defense and Personality Psychopathology / Journal of Abnormal Psychology 1994 – p. 44.
18. The Selfish Gene – USA: Oxford University Press. – 360 с.
19. Insider Blows Whistle & Exec Reveals Google Plan to Prevent “Trump situation” in 2020 on Hidden Cam [Электронный ресурс] // ProjectVeritas – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.projectveritas.com/2019/06/24/insider-blows-whistle-exec-reveals-google-plan-to-prevent-trump-situation-in-2020-on-hidden-cam/>
20. Insider Blows Whistle & Exec Reveals Google Plan to Prevent “Trump situation” in 2020 on Hidden Cam [Электронный ресурс] // ProjectVeritas – Режим доступа до ресурсу:

- <https://www.projectveritas.com/2019/06/24/insider-blows-whistle-exec-reveals-google-plan-to-prevent-trump-situation-in-2020-on-hidden-cam/>
21. Facebook admits failings over incitement to violence in Myanmar [Электронный ресурс] // theguardian.com – Режим доступа до ресурсу: <https://www.theguardian.com/technology/2018/nov/06/facebook-admits-it-has-not-done-enough-to-quell-hate-in-myanmar>
22. Revealed: Johnson ally's firm secretly ran Facebook propaganda network [Электронный ресурс] // theguardian.com – Режим доступа до ресурсу: <https://www.theguardian.com/politics/2019/aug/01/revealed-johnson-allys-firm-secretly-ran-facebook-propaganda-network>
23. The Volfefe Index, Wall Street's new way to measure the effects of Trump tweets, explained [Электронный ресурс] // vox.com – Режим доступа до ресурсу: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2019/9/9/20857451/trump-stock-market-tweet-volfefe-jpmorgan-twitter>
24. Strategic information warfare : a new face of war / Roger C. Molander, Andrew S. Riddile, Peter A. Wilson. р. см "MR-661-OSD." [Электронный ресурс] // Library of Congress Cataloging in Publication Data – Режим доступа до ресурсу: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monograph_reports/2005/MR661.pdf
25. Molander Ronger. Strategic information warfare rising. [Электронный ресурс] // Library of Congress Cataloging in Publication Data – Режим доступа до ресурсу: https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/monograph_reports/2009/MR964.pdf
26. Тулеев Мурат. ГИБРИДНЫЕ МЕТОДЫ ВОЙНЫ: СОВРЕМЕННЫЕ РЕАЛИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ. [Электронный ресурс] // ANALYTICAL CENTRE "PRUDENT SOLUTIONS" – Режим доступа до ресурсу: <https://prudent-solutions->

analitika.org/2018/03/05/%D0%B3%D0%B8%D0%B1%D1%80%D0%B8%D0%B4%D0%BD%D1%8B%D0%B5-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D1%8B-%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D1%8B-%D1%81%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8B%D0%B5-%D1%80/

27. Арестович О.М. Современная война - война за идентичность. И называется она - семантическая война. [Электронный ресурс] // arestovich.fandom.com – Режим доступа до ресурсу: https://arestovich.fandom.com/ru/wiki/%D0%A1%D0%BE%D0%B2%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%B0%D1%8F%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0_%D0%B7%D0%B0%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%8C.%D0%98%D0%BD%D0%B0%D0%B7%D1%8B%D0%B2%D0%B0%D0%B5%D1%82%D1%81%D1%8F%D0%BE%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0.%D0%90%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B5%D0%B9%D0%90%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87_15.01.2020

28. Семантическая война [Электронный ресурс] // vlab.wikia.org/ – Режим доступа до ресурсу: <https://vlab.wikia.org/ru/wiki/%D0%A1%D0%B5%D0%BC%D0%B0%D0%BD%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F%D0%B2%D0%BE%D0%B9%D0%BD%D0%B0>

29. [Lord Ashcroft Polls](http://lordashcroftpolls.com). How the United Kingdom voted on Thursday... and why [Электронный ресурс] // lordashcroftpolls.com – Режим доступа до

- ресурсу: <https://lordashcroftpolls.com/2016/06/how-the-united-kingdom-voted-and-why/>
30. Dr Berry Mike. [EU Referendum Analysis](http://referendumanalysis.eu) [Електронний ресурс] // referendumanalysis.eu – Режим доступу до ресурсу: <https://www.referendumanalysis.eu/understanding-the-role-of-the-mass-media-in-the-eu-referendum-eu-referendum-analysis-2016/>
31. [Lord Ashcroft Polls](http://lordashcroftpolls.com) [Електронний ресурс] // lordashcroftpolls.com – Режим доступу до ресурсу: <https://lordashcroftpolls.com/2016/06/how-the-united-kingdom-voted-and-why/>
32. Брексіт: яка роль маніпуляцій у розриві відносин Британії з ЄС [Електронний ресурс] // ukr.radio – Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukr.radio/news.html?newsID=88862>
33. The Volfefe Index, Wall Street’s new way to measure the effects of Trump tweets, explained [Електронний ресурс] // VOXMEDIA – Режим доступу до ресурсу: <https://www.vox.com/policy-and-politics/2019/9/9/20857451/trump-stock-market-tweet-volfefe-jpmorgan-twitter>.
34. Revealed: Johnson ally’s firm secretly ran Facebook propaganda network [Електронний ресурс]. – 1. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theguardian.com/politics/2019/aug/01/revealed-johnson-allys-firm-secretly-ran-facebook-propaganda-network>.
35. Facebook за півроку видалив понад 3 млрд фейкових акаунтів [Електронний ресурс] // Interfax. – 2305. – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.interfax.com.ua/news/general/589100.html>
36. Insider Blows Whistle & Exec Reveals Google Plan to Prevent “Trump situation” in 2020 on Hidden Cam [Електронний ресурс] // ProjectVeritas – Режим доступу до ресурсу: <https://www.projectveritas.com/2019/06/24/insider-blows-whistle-exec-reveals-google-plan-to-prevent-trump-situation-in-2020-on-hidden-cam/>.)

37. Microsoft заявила про втручання у виборчий процес у США хакерів із Росії, Китаю та Ірану [Електронний ресурс] [espresso.tv](https://espresso.tv/news/2020/09/11/microsoft_zayavyla_pro_vtruchannya_u_vyborchyy_proces_u_ssha_khakeriv_iz_rosiyi_kytayu_ta_iranu) – Режим доступу до ресурсу: https://espresso.tv/news/2020/09/11/microsoft_zayavyla_pro_vtruchannya_u_vyborchyy_proces_u_ssha_khakeriv_iz_rosiyi_kytayu_ta_iranu
38. [Emma-Jo Morris](#) and [Gabrielle Fonrouge](#). Smoking-gun email reveals how Hunter Biden introduced Ukrainian businessman to VP dad [Електронний ресурс] // nypost.com – Режим доступу до ресурсу: <https://nypost.com/2020/10/14/email-reveals-how-hunter-biden-introduced-ukrainian-biz-man-to-dad/>
39. Твіттер і фейсбук блокують посилання на розслідування про сина Джо Байдена. Підтримувачі Трампа звиняють соцмережі в цензурі та втручанні в вибори [Електронний ресурс] // meduza.io – Режим доступу до ресурсу: <https://meduza.io/feature/2020/10/15/twitter-i-feysbuk-blokiruyut-ssylki-na-rassledovanie-o-syne-dzho-baydena-storonniki-trampa-obvinyayut-sotsseti-v-tsenzure-i-vmeshatelstve-v-vybory>
40. Засновник Twitter пояснив, чому твіти Трампа пометили як ненадійні [Електронний ресурс] // [Daily.afisha](https://daily.afisha.ru) – Режим доступу до ресурсу: https://daily.afisha.ru/news/37561-osnovatel-twitter-obyasnil-pochemu-tvity-trampa-pometili-kak-nedostovernnye/?utm_source=facebook.com&utm_medium=social&utm_campaign=twitter-my-zablokirovali-tvity-trampa&utm_content=40160815
41. Twitter заборонив користувачам лайкати пости Трампа про президентські вибори. А через кілька годин знову дозволив [Електронний ресурс] // meduza.io – Режим доступу до ресурсу: <https://meduza.io/news/2020/12/12/twitter-zapretil-polzovatelyam-laykat-posty-trampa-o-prezidentskih-vyborah-a-cherez-neskolko-chasov-snova-razreshil>
42. Президент України Володимир Зеленський провів телефонний розмову з Президентом Європейської ради Дональдом Туском [Електронний ресурс]

- ресурс] // ukraineinform.ru – Режим доступа до ресурсу:
<https://www.ukraineinform.ru/rubric-politics/2765441-zelenskij-pogovoril-s-tuskom-o-nevozvrashenii-rossii-v-g7.html>
43. На саммит "Группы семи" (G7) в следующем году целесообразно пригласить как гостя украинского лидера. А возобновление участия России - недопустимо. [Электронный ресурс] // ukraineinform.ru – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ukraineinform.ru/rubric-world/2766411-na-sleduusij-sammit-g7-lucse-priglasit-ukrainu-a-ne-rossiu-tusk.html>
44. Кабінет міністрів проводить стратегічну сесію щодо ключових завдань та цілей уряду, очікується участь Президента Володимира Зеленського [Электронный ресурс] // ukrinform.ua – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3035874-kabmin-provodit-strategicnu-sesiu-ocikuetsa-ucast-zelenskogo-dzerelo.html>
45. Послы стран G7 надеются продолжать сотрудничество с Президентом Владимиром Зеленским и его командой над реализацией реформ в Украине [Электронный ресурс] // ukraineinform.ru – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ukraineinform.ru/rubric-politics/3105751-posly-g7-nadeutsa-i-dalse-sotrudnicat-s-zelenskim-i-ego-komandoj-nad-reformami-v-ukraine.html>
46. Послы стран G7 остерегли Украину от дальнейшего отката антикоррупционных реформ [Электронный ресурс] // ukraineinform.ru – Режим доступа до ресурсу: <https://www.ukraineinform.ru/rubric-politics/3139751-posly-stran-g7-osteregli-ukrainu-ot-dalnejsego-otkata-antikorrupcionnyh-reform.html>
47. С. Удовик Год президентства Владимира Зеленского [Электронный ресурс] // analytics.hvylya.net – Режим доступа до ресурсу: <https://analytics.hvylya.net/208503-god-prezidentstva-vladimira-zelenskogo>
48. Нідерланди проведуть консультативний референдум щодо асоціації України і ЄС [Электронный ресурс] // dw.com – Режим доступа до ресурсу:

<https://www.dw.com/uk/%D0%BD%D1%96%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%BB%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D1%83%D1%82%D1%8C-%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D1%81%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%BD%D0%B8%D0%B9-%D1%80%D0%B5%D1%84%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4%D1%83%D0%BC-%D1%89%D0%BE%D0%B4%D0%BE-%D0%B0%D1%81%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97-%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8-%D1%96-%D1%94%D1%81/a-18780858>

49. Нідерланди оприлюднили офіційні результати референдуму [Електронний ресурс] // pravda.com – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/news/2016/04/12/7105283/>
50. Нідерланди призначили дату референдуму про асоціацію Україна-ЄС [Електронний ресурс] // espreso.tv – Режим доступу до ресурсу: https://espresso.tv/news/2015/10/29/niderlandy_pryznachyly_datu_referendumu_pro_asociaciyu_ukrayina_yes
51. Premier Mark Rutte vindt dat Oekraïne nooit lid moet worden van de Europese Unie (EU) [Електронний ресурс] // nu.nl – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nu.nl/associatieverdrag-oekraïne/4238965/rutte-wil-oekraïne-nooit-in-europese-unie.html?redirect=1>
52. Избиратели Нидерландов против соглашения с Украиной [Електронний ресурс] // bbc.com – Режим доступу до ресурсу: https://www.bbc.com/russian/international/2016/04/160406_netherlands_ukraine_referendum_provisional_results
53. Кондратьев А. Голландский референдум: достаточно ли сделала Украина? [Електронний ресурс] // bbc.com – Режим доступу до ресурсу:

https://www.bbc.com/ukrainian/ukraine_in_russian/2016/04/160404_ru_s_ditch_referendum_ukraine

54. У МЗС ОПРИЛЮДНИЛИ КЛЮЧОВІ ПІДСУМКИ РЕФЕРЕНДУМУ В НІДЕРЛАНДАХ [Електронний ресурс] // 5.ua – Режим доступу до ресурсу: <https://www.5.ua/polityka/u-mzs-opryliudnyly-kliuchovi-pidsumky-referendumu-v-niderlandakh-110872.html>
55. Петро Порошенко в Лейденському університеті [Електронний ресурс] // unian.ua – Режим доступу до ресурсу: <https://photo.unian.ua/photo/674995-petr-poroshenko-v-leydenskom-universitete>
56. Кампанія «Давай, Нідерланди, давай!» [Електронний ресурс] // zp-pravda.info – Режим доступу до ресурсу: <https://zp-pravda.info/2016/03/25/davaj-niderlandi-davaj/>
57. Клички в Голландії агітуватимуть за Україну [Електронний ресурс] // ukrinform.ua – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/1985709-klicki-v-gollandii-agituvatimut-za-ukrainu.html>
58. Клімкін очолить велопробіг у Нідерландах на підтримку України [Електронний ресурс] // interfax.com – Режим доступу до ресурсу: <https://ua.interfax.com.ua/news/political/335024.html>
59. Ukraine's next generation [Електронний ресурс] // youtube – Режим доступу до ресурсу: https://www.youtube.com/channel/UCE_nGvrxpZKJYOJdCxICE3A
60. ЗАКОН УКРАЇНИ "ПРО ІНФОРМАЦІЮ" [Електронний ресурс] // old.uinp.gov.ua – Режим доступу до ресурсу: <https://old.uinp.gov.ua/laws/zakon-ukraini-pro-informatsiyu>
61. Закон України “ Про телебачення і радіомовлення” [Електронний ресурс] // ВР України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=3759-12&p=1239267667879110#Text>

62. Закон України “Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення” [Електронний ресурс] // ВР України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/538/97-%D0%B2%D1%80#Text>
63. Закон України “Про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення прозорості власності засобів масової інформації та реалізації принципів державної політики у сфері телебачення і радіомовлення” [Електронний ресурс] // ВР України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/674-19#Text>
64. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення. Рішення №2 [Електронний ресурс] // ВР України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0251-16#Text> Литвин М.
65. Актуальні проблеми медіа-законодавства України [Електронний ресурс] // jur-gazeta.com – Режим доступу до ресурсу: <https://jur-gazeta.com/publications/practice/informaciyne-pravo-telekomunikaciyi/aktualni-problemi-medi zakonodavstva-ukrayini.html>
66. Дві проблеми та дві позитивні тенденції української журналістики. Опитування ДМ [Електронний ресурс] // detector.media – Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/community/article/126689/2017-06-06-dvi-problemi-ta-dvi-pozitivni-tendentsii-ukrainskoi-zhurnalistiki-opituvannya-dm/>
67. Філатов А. Українські фільми у прокаті 2013 року [Електронний ресурс] // cutinsight.com – Режим доступу до ресурсу: https://www.cutinsight.com/ua/ukrainskie_filmy_v_prokate_2013_goda-3/
68. Філатов А. Збори українських фільмів у прокаті 2014 року [Електронний ресурс] // cutinsight.com – Режим доступу до ресурсу: https://www.cutinsight.com/ua/sbory_ukrainskih_filmov_v_prokate_2014_goda-3/
69. Філатов А. У 2015 році в наших кінотеатрах вийшло 16 українських фільмів [Електронний ресурс] // cutinsight.com – Режим доступу до

ресурсу:

https://www.cutinsight.com/ua/v_2015_godu_v_nashih_kinoteatrah_vyshlo_16_ukrainskih_filymov/

70. Філатов А. Рекорд: У 2016 році вийшло 30 українських кінопрем'єр [Електронний ресурс] // cutinsight.com – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cutinsight.com/ua/rekord-v-2016-godu-vyshlo-30-ukrainskih-kinopremier/>
71. Філатов А. Рекорд. У 2017 році вийшло не менше 33 українських фільмів [Електронний ресурс] // cutinsight.com – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cutinsight.com/ua/rekord-v-2017-godu-vyshlo-ne-menee-33-ukrainskih-filmov/>
72. Фільм О. Степченко “Вий” [Електронний ресурс] // more.tv – Режим доступу до ресурсу: https://more.tv/vii_2014
73. Бондарчук Д. Сім іноземних фільмів про історію України [Електронний ресурс] // bbc.com – Режим доступу до ресурсу: https://www-bbc-com.cdn.ampproject.org/v/s/www.bbc.com/ukrainian/blog-cinema-46149629.amp?amp_js_v=a6&_gsa=1&usqp=mq331AQHKAFArABIA%3D%3D#aoh=16077754224315&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&_tf=%D0%A1%20%D1%81%D0%B0%D0%B9%D1%82%D0%B0%20%251%24s&share=https%3A%2F%2Fwww.bbc.com%2Fukrainian%2Fblog-cinema-46149629
74. A new front opens in the Russia-ukraine conflict: Borscht [Електронний ресурс] // nytimes.com – Режим доступу до ресурсу: <https://www.nytimes.com/2020/11/04/world/europe/russia-ukraine-borscht.html> <https://focus.ua/politics/468862-borshch-ukrainskiy-ruskiu-retsept>
75. Державне регулювання діяльності національних ЗМІ в умовах глобалізації (за матеріалами закордонних досліджень) [Електронний ресурс] // referat.co – Режим доступу до ресурсу: <https://referat.co/ref/104527/read?p=6>

76. Конституція України [Електронний ресурс] // ВР України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
77. Закон України “про інформацію” [Електронний ресурс] // ВР України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
78. Закон України “Про науково-технічну інформацію” [Електронний ресурс] // ВР України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3322-12#Text>
79. Закон України “Про Національну програму інформатизації” [Електронний ресурс] // ВР України – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/74/98-%D0%B2%D1%80#Text>
80. Медіа під мікроскопом: як влада хоче контролювати ЗМІ [Електронний ресурс] // news.24tv.ua – Режим доступу до ресурсу: https://news.24tv.ua/media_pid_mikroskopom_yak_vlada_hoche_kontrolyuvati_zmi_n1235115
81. ЗАКОНИ ДЛЯ СОЦМЕРЕЖ: ЯК ПРОТИДІЯТИ МАНІПУЛЯЦІЯМ У ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ [Електронний ресурс] // Центр демократії та верховенства права – Режим доступу до ресурсу: <https://cedem.org.ua/news/zakony-dlya-sotsmerezh/>
82. ЗАКОНИ ДЛЯ СОЦМЕРЕЖ: ЯК ПРОТИДІЯТИ МАНІПУЛЯЦІЯМ У ІНТЕРНЕТ-ПРОСТОРИ [Електронний ресурс] // Центр демократії та верховенства права – Режим доступу до ресурсу: <https://cedem.org.ua/news/zakony-dlya-sotsmerezh/>
83. Gustav Gressel PROTECTING EUROPE AGAINST HYBRID THREATS [Електронний ресурс] // EUROPEAN COUNCIL ON FOREIGN RELATIONS – Режим доступу до ресурсу: https://ecfr.eu/archive/page/-/6_Protecting_Europe_against_hybrid_threats.pdf

84. СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЦЕНТР КИБЕРЗАЩИТЫ И ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ КИБЕРУГРОЗАМ CERT-UA [Электронный ресурс] // ligazakon.net – Режим доступа до ресурсу: <https://ips.ligazakon.net/document/TO001441>
85. Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України [Електронний ресурс] // cip.gov.ua – Режим доступу до ресурсу: https://cip.gov.ua/ua?art_id=131981&cat_id=119127
86. European Union agency for cybersecurity [Електронний ресурс] // ENISA. Europ.eu – Режим доступу до ресурсу: <https://www.enisa.europa.eu/>
87. Служба зовнішньої розвідки України [Електронний ресурс] // szru.gov.ua – Режим доступу до ресурсу: <https://szru.gov.ua/>
88. Україна стала партнером НАТО з розширеними можливостями. Що це значить [Електронний ресурс] // bbc.com – Режим доступу до ресурсу: <https://www.bbc.com/ukrainian/news-53027070>
89. Gustav Gressel PROTECTING EUROPE AGAINST HYBRID THREATS [Електронний ресурс] // EUROPEAN COUNCIL ON FOREIGN RELATIONS – Режим доступу до ресурсу: https://ecfr.eu/archive/page/-/6_Protecting_Europe_against_hybrid_threats.pdf
90. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІЙНИ: ПРОБЛЕМИ, ЗАГРОЗИ ТА ПРОТИДІЯ З.М. Бржевська, Н.М. Довженко, Р.В. Киричок, Г.І. Гайдур, А.О. Аносов; [Електронний ресурс] // Кібербезпека: освіта, наука, техніка №3 2019. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.csecurity.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/65/79>
91. StopFake [Електронний ресурс] // stopfake.org – Режим доступу до ресурсу: <https://www.stopfake.org/en/main/>
92. InformNapalm [Електронний ресурс] // informnapalm.org – Режим доступу до ресурсу: <https://informnapalm.org/en/>
93. Top 100: Ukraine [Електронний ресурс] // music.apple.com – Режим доступу до ресурсу: <https://music.apple.com/ua/playlist/top-100-ukraine/pl.815f78effb3844909a8259d759ecbddb>

- 94.Що дивилися в Україні на YouTube в 2020 році [Електронний ресурс] // офіційний блог - Google Україна – Режим доступу до ресурсу: <https://ukraine.googleblog.com/2020/12/youtube-2020.html>
- 95.Rid T. Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare_[Електронний ресурс] // books.google.com – Режим доступу до ресурсу:
- 96.https://books.google.com.ua/books?id=IWltDwAAQBAJ&pg=PT10&lpg=PT10&dq=We+live+in+an+age+of+disinformation.+Private+correspondence+gets+stolen+and+leaked+to+the+press+for+malicious+effect;+political+passions+are+inflamed+online+in+order+to+drive+wedges+into+existing+cracks+in+liberal+democracies;+perpetrators+sow+doubt+and+deny+malicious+activity+in+public,+while+covertly+ramping+up+behind+the+scenes.&source=bl&ots=aRpTI2mou1&sig=ACfU3U1mRjdcII1yZ3pV7FyU1DSGcWBw&hl=en&sa=X&ved=2ahUKEwi1_N25wsntAhVQ-yoKHdIBA3UQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q&f=false
- 97.Disinformation That Kills: The Expanding Battlefield Of Digital Warfare [Електронний ресурс] // cbinsights.com – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cbinsights.com/research/future-of-information-warfare/>
- 98.Generative Adversarial Networks [Електронний ресурс] // developers.google.com – Режим доступу до ресурсу: <https://developers.google.com/machine-learning/gan>
- 99.Visual Threat Intelligence Platform [Електронний ресурс] // sensity.ai – Режим доступу до ресурсу: <https://sensity.ai/>
100. Hassan H. Malaysia's economic minister Azmin Ali denies he is man in gay sex video, says claims were a 'nefarious plot' [Електронний ресурс] // The Straitstimes – Режим доступу до ресурсу: <https://www.straitstimes.com/asia/se-asia/malaysias-minister-azmin-denies-he-is-man-in-gay-sex-video>
101. Sarah C. How misinformation helped spark an attempted coup in Gabon [Електронний ресурс] // washingtonpost.com – Режим доступу до

- ресурсу: <https://www.washingtonpost.com/politics/2020/02/13/how-sick-president-suspect-video-helped-sparked-an-attempted-coup-gabon/>
102. Бакланов А. Видео с речью политика в США замедлили, чтобы она казалась пьяной. Facebook признал запись фейком, но отказался ее удалять=
103. [Электронный ресурс] // meduza.io – Режим доступа до ресурсу: <https://meduza.io/feature/2019/05/26/video-s-rechyu-politika-v-ssha-zamedlili-chtoby-ona-kazalas-pyanoy-facebook-priznal-zapis-feykom-no-otkazalsya-ee-udalyat>
104. 'Post-truth' declared word of the year by Oxford Dictionaries [Электронный ресурс] // bbc.com – Режим доступа до ресурсу: <https://www.bbc.com/news/uk-37995600>
105. Miles O. How does the Facebook News Feed work? An interview with Dan Zigmond, head of Facebook News Feed analytics [Электронный ресурс] // milesobrien.com – Режим доступа до ресурсу: <https://milesobrien.com/how-does-the-facebook-news-feed-work-an-interview-with-dan-zigmond-head-of-facebook-news-feed-analytics/>
106. Gimler C. [The Future of Information Warfare](#) [Электронный ресурс] // SANS Institute. 2001. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.sans.org/reading-room/whitepapers/warfare/future-information-warfare-819>
107. Shanto Iyengar and Donald R. Kinder, "News That Matters: Television and American Opinion"
108. Doris A. Graber, "Media Power in Politics"
109. Jonathan Haidt, "The Righteous Mind: Why Good People Are Divided by Politics and Religion"
110. Kathleen Hall Jamieson, "Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President"
111. Claire Wardle, "Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making"

112. P.W. Singer and Emerson T. Brooking, "LikeWar: The Weaponization of Social Media"