

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

(повне найменування вищого навчального закладу)

факультет політичних наук

(повне найменування інституту, назва факультету (відділення))

кафедра соціології та політології

(повна назва кафедри (предметної, циклової комісії))

«Допущено до захисту»

В.о. завідувача кафедри соціології та
політології

_____ Т.В.Лушагіна

“ ____ ” _____ 20__ року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти

магістр

(ступінь вищої освіти)

на тему: Технології інформаційного впливу на прийняття політичних
рішень

Виконав: студент VI курсу, групи 631м
Аркушенко Віктор
Валентинович
_____ (П.І.Б.)

Керівник: к.політ.н., доцент
Лушагіна Тетяна Вікторівна
_____ (вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Рецензент: к.і.н., доцент
Фесенко Артур Михайлович
_____ (вчене звання, науковий ступінь, П.І.Б.)

Миколаїв – 2024 рік

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ПРИЙНЯТТЯ ПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ.....	7
1.1. Особливості визначення поняття «інформаційний вплив».....	7
1.2. Процеси, типи і правила ухвалення політичних рішень.....	17
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ПРИЙНЯТТЯ ПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ.....	26
2.1. Роль засобів масової інформації у прийнятті політичних рішень...	26
2.2. Вплив соціальних мереж на формування громадської думки.....	39
РОЗДІЛ 3. ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	51
3.1. Негативний інформаційний вплив на сучасне громадянське суспільство.....	51
3.2. Ризики інформаційного впливу на прийняття політичних рішень..	59
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	72
ДОДАТКИ.....	79

ВСТУП

Актуальність дослідження. Зростання впливу інформаційних технологій та соціальних мереж на суспільство створює нові виклики та можливості для формування політичних уявлень та прийняття рішень. Дослідження є актуальним з точки зору визначення методів, стратегій та механізмів інформаційного впливу, які можуть використовуватися в політичних цілях. Розуміння цього впливу є критично важливим для забезпечення інформованості суспільства та впровадження заходів, спрямованих на запобігання маніпуляціям та дезінформації в політичному просторі. Особливо враховуючи російсько-українську війну, коли використовуються різноманітні методи і технології інформаційного впливу на індивіда, суспільство, державні інститути, військо.

Додатково, актуальність визначається посиленням кількості та різноманітності джерел інформації, які впливають на громадську думку, а також у зв'язку з розширенням можливостей технологій для аналізу та впливу на поведінку користувачів.

Незважаючи на актуальність визначеної проблематики, стан наукової розробки дослідження показав, що в українській політичній науці є багато питань щодо зазначеної проблематики, які потребують вирішення. Вчені практично не досліджують комплексно явище впливу інформації. У їхніх дослідженнях інформаційний вплив розглядається як частина інших понять та визначень, при цьому недостатньо приділяється уваги розгляданню його як самостійного феномену.

Так, такі дослідники як Н. Волошина та С. Череватий розглядають питання інформаційного впливу на громадську думку українського суспільства. Також цьому питанню приділяє увагу Д. Зінюк, О. Зіменко, Л. Качковська, Г. Малеончук.

Особливу групу досліджень складають праці українських вчених у напрямку інформаційно-психологічних операцій. Зокрема, інформаційно-

психологічний вплив на особистість під час війни в Україні досліджує А. Велічко. Інформаційно-психологічну складову гібридної війни Російської Федерації проти України (2014-2021 рр.) розкривають К. Базилюк та В. Гулай. Історичний досвід інформаційно-психологічного впливу на супротивника у війнах досліджує В. Заборовський. Проте, найбільшу групу досліджень складають праці у сфері інформаційного впливу ЗМІ та соціальних мереж на формування думки громадськості. Зокрема, праці Н. Карпчук, К. Качинської, Ю. Кокарчої, К. Лазора, І. Пронози та ін. Проте, залишається ще низка питань, що потребують детального вивчення. Зокрема у напрямку інформаційних впливів на прийняття політичних рішень.

Об'єктом дослідження виступає інформаційний простір у політичному процесі.

Предмет дослідження – технології інформаційного впливу на прийняття політичних рішень.

Мета дослідження – розкрити особливості формування та застосування технологій інформаційного впливу на прийняття політичних рішень

Відповідно до поставленої мети дослідження визначено основні завдання дослідження:

- розкрити теоретичні основи дослідження технологій інформаційного впливу на прийняття політичних рішень;
- показати роль засобів масової інформації у прийнятті політичних рішень;
- визначити вплив соціальних мереж на формування громадської думки;
- охарактеризувати негативний інформаційний вплив на сучасне громадянське суспільство;
- визначити ризики інформаційного впливу на прийняття політичних рішень;
- надати висновки та рекомендації.

Методи дослідження. Досягнення визначеної мети та вирішення поставлених завдань стали можливими завдяки застосуванню комплексу взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих сучасних загальнонаукових і спеціальних методів і підходів. Під час проведення дослідження було використано такі загальнонаукові методи, як аналіз та синтез (для формування загального уявлення про технології інформаційного впливу, інформаційну війну та інформаційну безпеку), графічний метод (для наочного відображення результатів дослідження у формі ілюстрацій), порівняння (для визначення особливостей інформаційного впливу ЗМІ та соціальних мереж), структурний (при визначенні інформаційної безпеки в структурі національної безпеки держави).

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що дане дослідження зосереджене на розкритті технологій інформаційного впливу на прийняття політичних рішень, зокрема, під час російсько-української війни. Новизна дослідження знайшла свій вираз у теоретичному вирішенні наступних актуальних питань:

- *вперше* було здійснено спробу комплексно показати технології інформаційного впливу на прийняття політичних рішень;
- *удосконалено* визначення поняття «інформаційний вплив» та систематизовано наукові розвідки щодо вивчення процесу прийняття політичного рішення;
- *дістало подальшого розвитку* визначення особливостей негативного інформаційного впливу на сучасне громадянське суспільство.

Теоретичне та практичне значення результатів дослідження полягає у тому, що дослідження дає можливість розширити наші знання про технології інформаційного впливу на окрему особистість, суспільство, державні інститути, політичні процеси. Отримані результати дослідження можуть бути використані при підготовці до виступу чи доповіді на дану тематику, а також для запобігання та протидії ризикам інформаційного впливу.

Практичне значення полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані при підготовці до практичних занять із дисциплін «Загальна теорія політики», «Технології маніпулювання людиною і суспільством», «Технології політичних процесів». Також результати дослідження можуть бути використані органами місцевої влади, територіальними громадами, громадськими організаціями як набір практичних порад щодо запобігання інформаційних впливів на прийняття політичних рішень.

Апробація дослідження. Результати дослідження були апробовані на XXVI Всеукраїнській щорічній науково-практичній конференції «Могилянські читання – 2023: Досвід та тенденції розвитку суспільства в Україні: глобальний, національний та регіональний аспекти» (м. Миколаїв).

Структура роботи. За структурою робота складається зі вступу, трьох основних розділів, що містять по два підрозділи кожен, висновку, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг роботи складається з 80 сторінок. Основний текст роботи викладено на 70 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ПРИЙНЯТТЯ ПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ

1.1. Особливості визначення поняття «інформаційний вплив»

Питання інформаційних впливів у сучасному глобальному суспільстві є особливо актуальним. Оскільки, інформаційний вплив визначається широким спектром чинників, серед яких масові медіа, соціальні мережі, веб-платформи, аналітика даних і штучний інтелект. Сучасне глобалізоване суспільство має надзвичайно швидкий і простий доступ до інформації завдяки Інтернету та технологіям зв'язку, що створює нові можливості для швидкого розповсюдження новин, ідей та поглядів. Проте, поряд із низкою позитивних аспектів, інформаційний вплив має і негативні сторони, особливо в контексті інформаційних та гібридних воєн. Оскільки з підвищенням кількості інформації з'явилася і загроза дезінформації та поширення фейкових новин, що може впливати на прийняття рішень на різних рівнях, включаючи політику, економіку та суспільні питання.

О. Зіменко зазначає, що наростаючі обсяги інформації призводять до того, що свідомість і підсвідомість індивіда опиняються під впливом настільки потужного інформаційного потоку, що формування ставлення людини до світу ґрунтується не на безпосередньому досвіді, а на основі штучно створених в інформаційному полі образів. Так, частка інформації, яку індивід одержує безпосередньо від предмета, явища, людини, скоротилася до мінімально можливих обсягів, є витісненою потоком інформації, котра формується штучно. Сучасні комунікативні технології, як інструмент опосередкованої взаємодії, замінили природні, безпосередні форми взаємодії людини з іншими людьми і навколишнім середовищем, виключивши можливість діалогу з навколишнім світом [22, с. 26].

В основі поняття «інформаційний вплив» лежить інше поняття – інформація. Закон України «Про інформацію» визначає поняття «інформація» як «будь-які відомості та/або дані, які можуть бути збережені на матеріальних носіях або відображені в електронному вигляді» [40].

Існує велика кількість типології інформації, проте для цього дослідження важливе значення має саме політична інформація, що може мати різні прояви – позитивні та негативні.

Позитивна інформація (конструктивна) – прагне довести до особистості (людини) певні переконання у доступній формі. Вона повинна сприяти соціальній гармонії, злагоді, виховання людей у відповідності до загальноприйнятих цінностей. Позитивна інформація виконує виховну та інформаційну функції в суспільстві. Вона здійснюється в інтересах тих, кому адресована, а не обмеженого кола зацікавлених осіб. Позитивна інформація не переслідує маніпулятивних цілей [47].

Метою негативних інформаційних впливів є розпалювання соціальної ворожнечі, ескалація соціальних конфліктів, загострення суперечок у суспільстві. Це дозволяє роз'єднати людей, зробити їх слухняними волі нападника [47].

Інформація складається з двох основних компонентів: змістовної та представницької. Змістова частина інформації відображає її сутність та пов'язана з відтворенням реальної дійсності. Представницька частина визначає форму подання інформації для передачі, забезпечуючи її адекватне сприйняття споживачем. Основними параметрами інформації вважаються кількість, якість матеріалу та зміст [39].

Основними властивостями інформації є:

- здатність впливати на психіку;
- значимість (повнота);
- достовірність;
- цілісність;
- актуальність [39].

Інформація буває конструктивна та спотворена. М. Примуш та А. Осмолівська виділяють такі основні різновиди спотвореної інформації у порівнянні з її антиподами – «протилежними полюсами» інформації, необхідної для нормального функціонування конкретних структурних елементів політичної системи суспільства:

- «об'єктивна – фальсифікована інформація» – у сфері політичної боротьби часто спостерігається тенденція свідомого чи навіть непередбаченого «фальсифікування» об'єктивної інформації – її підроблення, спотворення, заміна правдивої інформації недостовірною. Це явище породжує маревні політичні концепції [39];

- «системна – дезорієнтуюча інформація» – у рамках системної політичної інформації може існувати варіант, який можна назвати «інформацією, що дезорієнтує». Ця інформація невірно визначає становище суспільства в історичному контексті, включаючи його економічний стан, відносини з іншими народами та державами тощо. Така інформація може породжувати надцінні політичні ідеї, що об'єктивно не заслуговують на таку увагу, яку суб'єктивно вони викликають [39];

- «організована – деморалізуюча інформація» – організованість інформації сприяє упорядкуванню моральних принципів, економічних вимог, поведінки у щось ціле та гармонійне. Може відбуватися підміна організованої інформації «деморалізуючою», яка трансформує моральні цінності та провокує «стрибок політичних ідей», що впливає з порушення послідовності висновків, тверджень, хаотичності та незавершеності думок, непослідовності поведінки [39];

– «достатня – ентропійна політична інформація» - замість короткої, переконливої та доказової інформації у засобах масової комунікації з'являються різні точки зору: від найпримітивніших до найфантастичніших та неймовірних. Безліч газет, політичних партій, авторитетів тлумачать елементарні речі, роблячи відоме – невідомим, зрозуміле – незрозумілим, потворне – красивим, моральне – аморальним, ясне – незрозумілим. Причому

домінують найбільш примітивні, містичні та просто примарні пояснення [39, с. 38];

- «соціалізуюча політична інформація» – «політична дезінформація» у «соціалізуючій політичній інформації» відображаються результати трансформації вихідних даних про соціально-політичну ситуацію та напрямках її розвитку у форму ясних, зрозумілих та переконливих для більшості населення нових алгоритмів і стереотипів соціальної поведінки, адекватних для соціальної дійсності. У той же час «соціалізуюча політична інформація» може підмінюватися «політичною дезінформацією» – хибними повідомленнями, які вводять громадську думку в оману під виглядом істини. Починається процес знищення книг та видання нових, з принципово іншими фактами та їх трактуваннями. У результаті таких інформаційних процесів розвивається так звана масова «незв'язність політичного мислення», при якій можливе правильне сприйняття часткових даних, але втрачається здатність до логічних висновків і синтезу часток в ціле. Відомі всім уявлення, поняття, думки втрачають їхній істинний історичний зв'язок, розриваються. Інформаційна тканина розпадається на беззмистовні фрагменти, з яких складається нова деформована картина світу [39, с. 38-39];

- «конкретна політична інформація» – «дезорганізуюча політична інформація», тобто та, що розбудовує систему адміністративного управління, руйнує громадський порядок і веде до розвалу господарської та фінансової діяльності. Здійснюється методами «політичного резонерства», основними ознаками яких є абсолютно беззмистовні програмні політичні виступи, огорнуті зовні в правильну і привабливу форму;

- «необхідна інформація» – «дезорганізуюча політична інформація», під впливом якої роз'єднується цілісне суспільство на конкуруючі, протиборчі частини. Під впливом такої інформації люди раптом виявляють нерозв'язні протиріччя у відносинах із своїми недавніми соратниками, колегами, навіть родичами. Крайнім наслідком результатів

впливу цього виду інформації може бути громадянська війна («брат проти брата», «син проти батька» тощо) [39, с. 39].

З огляду на вищезазначене, варто надати визначення поняття «інформаційний вплив» та розглянути види інформаційного впливу.

В. Хорошко та Ю. Хохлачова визначають, що під інформаційним впливом розуміються цілеспрямовані заходи інформаційного характеру, які спрямовані на зміну поведінки або реакції людини, суспільства чи інформаційно-обчислювальних (інформаційно-керуючих) систем (ІОС) в інтересах супротивника. Об'єктами впливу в процесі інформаційно-аналітичної діяльності (ІАД) можуть виступати: людина, суспільство, держава або ІОС. Вплив на ІОС є предметом протидії з боку технічного захисту інформації [47].

О. Зіменко називає інформаційним впливом нову форму «глобального протистояння, що реалізується на різних рівнях та охоплює всі елементи інформаційного простору. Ці дії цілеспрямовані і ґрунтуються на використанні інформаційної переваги у вигляді контрольованого впливу на інформацію, інформаційні процеси та інформаційно-телекомунікаційну інфраструктуру» [22, с. 31].

В. Остроухов та В. Петрик визначають інформаційний вплив як організоване цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних засобів і технологій для внесення змін у свідомість населення (корекція поведінки) та (або) інформаційно-технічну інфраструктуру об'єкта [35, с. 134].

Деякі автори зазначають, що інформаційний вплив традиційно розглядається як соціально-психологічний вплив, бо здійснюється за допомогою саме психологічних засобів: слів, наголосів, пауз, образів, невербальних засобів тощо [18, с. 223].

Отже, як бачимо, серед дослідників інформаційного впливу немає єдиного підходу до визначення поняття. Проте, спільним аспектом цих зазначених визначень є певне маніпулювання інформацією для досягнення певного результату.

Як зазначають В. Хорошко та Ю. Хохлачова, що хоча інформаційний вплив започаткував свою історію з початком історії суспільства, першою науковою школою, що спеціально досліджувала проблему інформаційного впливу, стала американська школа вивчення ЗМІ. Ця школа вивчала його передусім на матеріалі Першої світової війни і виокремлювала три основні типи інформаційних впливів:

- «Білий» вплив - відзначається тим, що журналіст відверто визнає свою особу і дозволяє пов'язувати тексти із реальним джерелом. Яскравим прикладом такої інформації є висловлення президента, уряду чи офіційного інформаційного агентства;

- «Сірий» вплив передбачає використання журналістом спеціально створених джерел або забезпечення поширення матеріалів через певні незалежні засоби масової інформації. Прикладом такого «сірого» інформаційного впливу може бути розповсюдження інформації через неурядові ЗМІ, неурядові організації тощо.

- «Чорний» вплив передбачає, що журналіст розповсюджує матеріали від імені третьої особи, наприклад, підпільної організації [48].

Н. Волошина та С. Череватий визначають наступні форми інформаційного впливу:

- усне мовлення – це інформаційний вплив, здійснюваний шляхом передачі через станції мовлення різних повідомлень і програм, які безпосередньо сприймають військовослужбовці противника, його цивільне населення, полонені. Об'єктами усного мовлення в загрозливий період звичайно є службовці військ прикордонної охорони ймовірного противника; підрозділи його розвідувальних, інженерних та інших частин, висунутих до державного кордону; мешканці розташованих біля нього населених пунктів; організовані противником на кордоні скупчення людей, демонстрації, мітинги тощо.

- вплив на противника друкованими засобами здійснюється шляхом розповсюдження друкованої продукції іноземними мовами, а також публікації

матеріалів у засобах масової інформації своєї країни і держав-союзників. Ця форма інформаційного впливу має такі важливі особливості, як доступність, наочність, розмаїтість видів, здатність впливати на різноманітні масові аудиторії. Основними видами матеріалів для розповсюдження з метою інформаційного впливу є листівки, газети, журнали і брошури;

- вплив образотворчими засобами – це вплив за допомогою наочних засобів, що несуть сильний емоційний заряд. Для цього використовують художньо оформлені плакати, транспаранти, фотостенди, стінні газети і карикатури, карти, схеми, спеціально організовані виставки, а також інші засоби, наприклад, наклейки, нашивки, сувеніри з відповідною символікою;

- вплив за допомогою радіо та телебачення здійснюється шляхом передачі в ефір через військові й цивільні радіо- і телепередавачі спеціальних радіо- і телепрограм, а також шляхом входження в мережі бойового керування і канали зв'язку противника через військові (корабельні) радіозасоби. Ця форма інформаційного впливу дозволяє оперативно і ефективно охоплювати масові аудиторії в межах радіуса прийому радіо - телемовлення конкретної станції [13, с. 147].

Отже, з огляду на все вищезазначене ми можемо визначити інформаційний вплив у сфері прийняття політичних рішень як вплив різноманітної інформації, яка надходить до політиків, чиновників чи громадськості та впливає на формування їхніх поглядів, політичної позиції та політичного вибору. Відповідно, цей вплив може бути сформований під дією різних чинників: медіа та ЗМІ, соціальні мережі, експертні думки, лобіювання та групи впливу, громадська думка. Інформаційний вплив може бути конструктивним або сприяти поширенню неправдивої інформації, залежно від якості та об'єктивності інформації, її джерела та інших чинників.

У наукових дослідженнях поряд із поняттям «інформаційний вплив» часто вживається поняття «інформаційно-психологічний вплив».

Інформаційно-психологічний вплив являє собою цілеспрямоване розроблення і поширення спеціальної актуальної інформації, здатної

безпосередньо або непрямо впливати на суспільну свідомість, психологію і поведінку населення, військовослужбовців. При цьому інформація психологічного і пропагандистського типу може бути не тільки усного, друкованого, письмового, аудіо і візуального походження, але й екстрасенсорного, телепатичного й іншого типу, розрахована, насамперед, на підсвідомість реципієнта впливу [54, с. 62].

В. Заборовський зазначає, що мета інформаційно-психологічного впливу – вплив на масову свідомість супротивника шляхом цілого арсеналу маніпуляційних методик та досягнення стійкого результату у формуванні суспільної думки в заданому маніпуляторами ключі [19, с. 30].

О. Завгородня визначає інформаційно-психологічний вплив як «проникнення» в психіку реципієнта (цільової аудиторії) за допомогою інформаційного контенту, яке має на меті змінити індивідуальні чи групові психологічні характеристики (погляди, установки, мотиви тощо) у напрямку, визначеному ініціаторами впливу. Інформаційно-психологічний вплив здійснюється спеціальними засобами в різних формах (від листівок, плакатів, новинних каналів до соціальних мереж, радіо та подкастів), може розглядатися як процес, що змінює різні аспекти активності реципієнта, і як результат цих змін [20, с. 54].

В. Гулай і К. Базелюк приходять до висновків, що інформаційно-психологічний вплив – це вплив на свідомість та підсвідомість особистості, населення з метою внесення змін у їх поведінку і світогляд. За свідченням фахівців, базовими методами інформаційно-психологічного впливу є переконання й навіювання. Інформаційно-психологічний вплив може викликати зрушення в цінностях, життєвих позиціях, орієнтирах, світогляді особистості. Такі зміни зумовлюють вияви девіантної антисоціальної поведінки й становлять небезпеку вже для суспільства й держави [16, с. 876].

І. Юзова та П. Пацек пропонують наступні види психологічно-інформаційного впливу:

- нейролінгвістичний вплив – вид психологічного впливу, що припускає використання спеціальних прийомів, спрямованих на створення позитивної мотивації, психологічної корекції внутрішніх джерел поведінки й світогляду особистості людини;

- психогенний вплив – це психічний або фізичний вплив подій або явищ на мозок, свідомість людини. При цьому спостерігається порушення вищої нервової діяльності, а саме з'являється відчуття паніки й страху, людина перестає раціонально мислити;

- психоаналітичний (психокорекційний) вплив є вивченням (аналіз) підсвідомості людини й впливом на нього шляхом, що виключає опір на рівні свідомості (здійснюється в стані гіпнотичного сну);

- психотропний вплив – це вплив на мозок і поведінку особистості шляхом введення в її організм різних препаратів, засвоєння яких відбивається на її вищій нервовій діяльності (у тому числі фармацевтичних препаратів, запахів);

- психотронний вплив – вплив, що може здійснюватися за допомогою передачі енергії мислення через позачуттєве сприйняття і яке охоплює опосередковане свідомістю і процесами сприйняття дистантної взаємодії між навколишнім середовищем та живими організмами [54, с. 62].

Для інформаційно-психологічного впливу характерні певні закономірності, а саме:

– якщо він спрямований на емоційну сферу людей, їх потреби, то його результати відчуються на спрямованості й силі спонукань, бажань і прагнень людей;

– коли під впливом виявляється емоційна сфера психіки, то це відображається на внутрішніх переживаннях, міжособистісних стосунках, відносинах людей;

– поєднання впливів на обидві названі сфери дозволяє впливати на вольову активність людей і таким чином керувати їх поведінкою;

– вплив на комунікативно-поведінкову сферу, специфіку взаємовідносин і спілкування дозволяє створювати соціально-психологічний комфорт і дискомфорт, змушує людей співпрацювати чи конфліктувати з іншими;

– в результаті психологічного впливу на інтелектуально-пізнавальну сферу людини, змінюються в необхідну сторону її уявлення, характер сприйняття нової інформації, як підсумок – «картина світу людини» [49, с. 187].

Отже, інформаційно-психологічний вплив можна визначити як маніпулятивне протиправне втручання в свідомість об'єкта впливу за допомогою різних інформаційних впливів з метою формування бажаної поведінки індивіда чи суспільства. Саме ж співвідношення між інформаційним та інформаційно-психологічним впливом визначається тим, як інформація впливає на психологічний стан та визначає поведінку людей. У такому разі, інформаційний вплив полягає в передачі конкретної інформації чи фактів без врахування їх впливу на психіку або емоційний стан особи. Це може бути, наприклад, подання новин, наукових даних або статистики. Інформаційний вплив спрямований на передачу об'єктивної інформації. У свою чергу, інформаційно-психологічний вплив, навпаки, орієнтований на викликання певних емоцій, переконань або зміни в психологічному стані людини. Це може включати в себе використання різних методів та технік, таких як психологічні трюки, реклама, маніпуляція чи пропаганда. Зазвичай, обидва види впливу взаємодіють між собою, інформаційний вплив може викликати емоції, а інформаційно-психологічний вплив може базуватися на певних фактах чи інформації. Важливо враховувати, що мета та ефективність такого впливу може різнитися в залежності від конкретної ситуації та контексту. Також обидва види впливу можуть бути спрямовані як на окрему людину, так і на народи, нації, державні та політичні інститути. Такі види впливи здатні визначати майбутнє окремої держави та формувати їх зовнішньополітичний курс, впливаючи на прийняття політичних рішень.

1.2. Процеси, типи і правила ухвалення політичних рішень

Важливу роль відіграє також той факт, що у зв'язку з розвитком інформаційних технологій, так само як і з загальним процесом науково-технічного прогресу, ми можемо спостерігати еволюцію й уведення принципово нових інноваційних прийомів, що використовуються в сучасних інформаційних протистояннях у політичній сфері. Процес застосування інформаційно-комунікативних форм впливу є динамічним. Фактично з кожним відносно невеликим відрізком часу відбувається теоретико-методологічна та структурна видозміна вже наявного інструментарію концепту інформаційного впливу. Віртуалізація інформаційного простору сприяє «змережуванню» споживачів інформаційного продукту, частковому відходу зі сфери впливу публічної політики і традиційних ЗМІ (газети, радіо, телебачення) у віртуальну [22, с. 28].

У сучасному інформаційно-комунікаційному просторі інформаційний вплив дуже часто визначає особливості внутрішньої політики держави та її позиціонування на міжнародній арені. Тому важливо розглянути питання яким чином інформаційний вплив визначає курс розвитку держави чи то впливає на прийняття політичних рішень. Для початку треба визначити поняття, що значить «політичне рішення».

Згідно широкого розуміння політичного рішення фахівцями в галузі управління державою, політичне рішення це не одиничний акт, обмежений в часі, а тривалий політичний процес, з безліччю складних змінних. Тобто, з позиції «широкого» розуміння суть управління державою (або будь-яким іншим утворенням) полягає в організації процесу таким чином, щоб він дозволяв досягати конкретних цілей, за допомогою прийняття оптимальних рішень [7, с. 195].

В рамках же «вузького підходу» до політичного рішення воно є всього лише функцією публічної політики або ж короткочасною фазою управлінського процесу, такою ж, як збір даних і їх аналітика [7, с. 196].

Процес прийняття рішень – це найважливіший елемент політичного процесу. Очевидно, що головна відмінність політичного рішення від всіх інших полягає в тому, що наслідки політичного рішення впливають на велику групу населення, зачіпаючи інтереси великої кількості людей, відповідно відповідальність за політичні рішення дуже висока. Виходячи з цього можна говорити, що сфера прийняття політичних рішень – це досить закрита для населення сфера організації політичного життя, де у населення недостатнє представництво, при цьому самі рішення приймаються від імені народу [7, с. 200]. Проте, завдяки сучасному розвитку інформаційно-комунікаційних технологій процес прийняття рішень виходить із закритої площини в більш публічну що дозволяє членам громадянського суспільства контролювати владу на різних її рівнях. Але розвиток інформаційно-комунікаційних технологій має і негативні прояви – це інформаційний вплив на політичну сферу зокрема політичні процеси та політичні інститути.

Прийняття політичного рішення найчастіше визначається у двох вимірах: по – перше, як технологічне перетворення політичної влади в управління соціальними процесами, а по – друге, як центральний елемент перетворення політичних вимог різних груп громадян у прийнятні для всього суспільства засоби і методи регулювання соціальних відносин [11].

Процес прийняття політичних рішень визначається послідовністю таких операцій:

- постановка актуальної політичної проблеми;
- збір інформації про суб'єкти політики, політичні процеси, явища та події;
- виокремлення можливих альтернатив вирішення даної політичної проблеми;
- добір конкретної альтернативи розв'язання проблеми [3, с. 12].

Основними характеристиками політичних рішень, які відрізняють їх від інших типів управлінських рішень, є:

- особлива сутність політичного рішення, яка полягає у регулюванні й розподілі суспільних ресурсів (економічних, інтелектуальних, інформаційних тощо);
- висока ступінь невизначеності середовища;
- наявність конфлікту групових інтересів і суспільного блага [11].

В. Бебик пропонує типологізувати політичні рішення з точки зору масштабів охоплення, часових термінів та правових форм реалізації і виокремлює наступні типи політичних рішень:

- фундаментальні рішення ухвалюються конституційним (правовим) або насильницьким (революційним) шляхом. Вони стосуються формально-правового статусу і функціональних повноважень основних суб'єктів політики: політичних структур та правлячої еліти (президента, монарха, парламенту, уряду, судових і прокурорських органів та ін.), стратегічних напрямків розвитку суспільства та моделей ухвалення політичних рішень;

- законодавчі рішення ухвалюються вже в межах конституційного поля або так званої революційної законності, декларованої як конституційної. Ці рішення торкаються статусу й прав більшості членів суспільства (інколи і всіх громадян), прийомів і процедур ухвалення рішень у співавторстві. До такого типу рішень належать закони, укази президента, постанови парламенту та уряду;

- адміністративні рішення стосуються відносно невеликої кількості людей і можуть видаватись у вигляді розпоряджень, інструкцій, наказів тощо [3].

У сучасному інформаційному просторі спостерігається велика кількість публічних політичних протиборств, які є вагомим чинником під час ухвалення політичних рішень, одні стають формою маніпуляції політичною свідомістю, інші формують об'єктивну картину політичних процесів. Така політична дійсність формує гібридні форми взаємодії в політичній системі та

провокує політичних діячів до творення базових орієнтирів, якими варто керуватись під час політичної діяльності й участі в конфліктній взаємодії [21, с. 147]. Така ситуація ставить під загрозу класичні методи забезпечення національної безпеки.

Найбільш вразливими вважаються політична, суспільна, економічна, військова, науково-технологічна, духовна сфера життєдіяльності суспільства, а саме:

- у політичній сфері інформаційна безпека стосується структур підготовки та прийняття політичних рішень, структур управління місцевої та регіональної влади, структур виборчих систем, інформаційно-телекомунікаційних урядових систем спеціального призначення;

- для економічної сфери критичним вважається системи загальноекономічного аналізу та прогнозування економічного розвитку, структури прийняття рішень та координації управлінських дій в економічній сфері, зокрема, в умовах надзвичайного стану, інфраструктури банківських мереж і систем, системи управління в критично важливих для функціонування держави структурах (енергетика, транспортні комунікації, телекомунікаційні та інформаційні мережі);

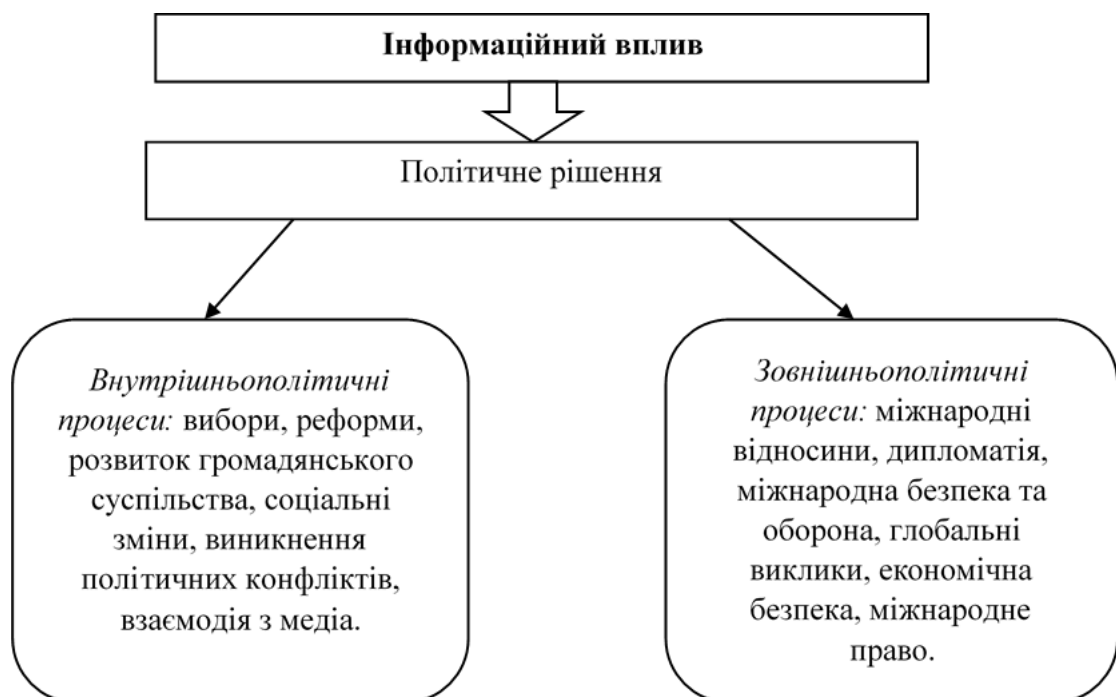
- у військовій сфері вразливими в умовах інформаційного протистояння вважаються інформаційні ресурси збройних сил, військово-промисловий комплекс системи управління військами, системи контролю і постійного спостереження, канали надходження інформації стратегічного, оперативного, тактичного, розвідувального характеру;

- глобальними загрозами в науково-технічній сфері є феномен транскордонного переміщення інтелектуальних ресурсів, тобто вивезення інформації унікального науково-технічного характеру на біологічних носіях до міжнародних систем спостереження, аналізу і прогнозування тенденцій науково-технічного розвитку в різних країнах, з метою доступу до об'єктів критичної інфраструктури до конфіденційних баз і банків даних;

- суспільна сфера є найбільш вразливою для інформаційних впливів, оскільки включає системи формування громадської думки, структури засобів масової комунікації, інформаційно-організаційної структури, політичних партій громадських рухів плюралізму і незалежності виявлення поглядів, вільного обміну думками, ідеями та інформацією;

- духовна сфера стає критичною в умовах конфесійного протистояння, релігійного фанатизму, трансформації духовних ідеалів та морально-етичних цінностей [5].

Отже, з огляду на вищезазначене, можемо зробити висновки, що інформаційний вплив на прийняття політичних рішень має декілька напрямків – внутрішньополітичний та зовнішньополітичний (мал.1.1.).



Мал. 1.1. Напрямки інформаційного впливу (розроблено автором)

Одним із надважливих інструментів інформаційного впливу на прийняття політичних рішень є безпосередньо політична інформація.

Політична інформація – дані про діяльність політичних партій, інституцій, організацій, політичних лідерів; дані, що використовуються при

виробленні та прийнятті політичних рішень; дані, які мали прямий чи опосередкований вплив на політичну поведінку мас [39, с. 37].

Тобто, політична інформація – це вид інформації, що стосується політичної сфери, політичних подій, процесів та учасників політичного життя. Ця інформація може бути здобута, оброблена та поширена через різні засоби масової інформації та комунікаційні канали. Проблема споживання політичної інформації розкривається через поняття «егокастингу», тобто створення «комфортної для себе інформаційної зони», та поширення «мови ворожнечі» в соціальних мережах, що особливо загострюється в умовах виборчих кампаній, інформаційної та гібридної війн, кризи легітимності політичної влади тощо. Наслідками «егокастингу» розглянуто посилення поляризації думок у суспільстві, формування однобічного, поверхового сприйняття політичної ситуації, звуження світогляду, дистанціювання від об'єктивної реальності та інших позицій. Пом'якшення його дії як захисного бар'єру залежить від рівня політичних знань, політичного мислення користувача мережі, що актуалізує відповідальність інститутів та агентів політичної соціалізації, чия діяльність пов'язана з формуванням раціонального, об'єктивного сприйняття політичної сфери й ставлення до неї, зокрема й до системи політичної освіти [29, с. 4-5].

Такий вид інформації має особливий вплив на прийняття політичних рішень і формування суспільної думки, що все більше викликає занепокоєння в період криз. Адже, як зазначає Ю. Кокарча «окреслені занепокоєння актуалізують іншу проблему – створення якісного політичного контенту в ЗМК і зокрема створення та поширення його у соціальних мережах. Проблема якісного політичного контенту в соціальних мережах зачіпає питання не лише створення його суб'єктами політики, а й споживання певною аудиторією. Сучасні медіа, які використовують політику «потoku» новин, а також надають можливість висловлювати думку з будь-якої ситуації актуалізують питання критичного сприйняття інформації, а також вміння орієнтуватися у великому

її обсязі та невпорядкованості, серед яких є багато «інформаційного шуму», дезінформації» [29, с. 168].

Отже, розглядаючи визначення поняття політичне рішення, можемо зробити висновок, що в науковій літературі немає єдиного підходу до розуміння цього поняття. Проте науковці приходять до висновків, що це певний тривалий процес що передбачає визначення суттєвої політичної проблеми; акумулювання інформації щодо учасників політики, політичних процесів, явищ та подій; ідентифікацію можливих варіантів вирішення визначеної політичної проблеми; вибір конкретного варіанту для вирішення даної проблеми.

Політичні рішення бувають фундаментальними, законодавчими, адміністративними. Проте, яким би не було політичне рішення, існують ризики інформаційних впливів на суб'єктів, які приймають ці політичні рішення. У сучасному інформаційному просторі існує велика кількість технологій, які безпосередньо чи опосередковано здатні змінювати ставлення громадськості до органів державної влади, підвищувати або руйнувати кредит довіри до всіх органів влади, мобілізувати населення або посіяти паніку. Тому дослідження питання впливу інформаційних потоків на прийняття політичних рішень в сьогоденному політичному дискурсі залишається відкритим.

Отже, розглядаючи теоретичні основи дослідження технологій інформаційного впливу на прийняття політичних рішень, приходимо до висновків, що зазначена проблема є актуальною на сьогодні для української держави та молодосліджуваною. Серед науковців не існує єдиного підходу до визначення поняття інформаційний вплив, проте, спільним ядром усіх підходів є те, що науковці визначають інформаційний вплив як використання та маніпулювання інформацією для досягнення певного результату. Тож на нашу думку, інформаційний вплив у сфері прийняття політичних рішень можна визначити як вплив різноманітної інформації, яка надходить до політиків, чиновників чи громадськості та впливає на формування їхніх поглядів, політичної позиції та політичного вибору. Цей вплив може бути

сформований під дією різноманітних чинників таких як медіа та ЗМІ, соціальних мереж, експортних думок, процесів лобіювання та груп впливу, а також громадської думки. Інформаційний вплив на прийняття політичних рішень може мати конструктивний характер або сприяти поширенню неправдивої інформації, залежно від якості та об'єктивності інформації, її джерел поширення, а також основної мети поширення цієї інформації. До складу інформаційного впливу може входити ще один вид впливу, такий як інформаційно-психологічний вплив, що являє собою цілеспрямоване розроблення і поширення спеціальної актуальної інформації яка здатна безпосередньо або опосередковано впливати на суспільну свідомість індивіда або цілої групи.

Наслідки впровадження інформаційних технологій у традиційні моделі взаємовідносин у політиці мають суперечливий та неоднозначний характер. З одного боку, ці технології сприяють формуванню більш вдосконалених принципів взаємодії влади та суспільства, які раніше не існували. Використання електронних пристроїв зміцнює особисту інформаційну незалежність та розширює можливості участі громадян у політичному процесі. З іншого боку, впровадження інформаційних технологій породжує додаткові загрози та ризики для традиційних принципів демократії. У суспільстві виникають нові інформаційні бар'єри, нові форми нерівності, «віртуальна політика» та «маніпулятивна демократія».

Сучасні інформаційно-комунікаційні системи створюють можливість маніпуляцій з центрів прийняття політичних рішень, втручання у сфери компетенцій традиційних політичних інститутів та зміни традиційних механізмів масової мобілізації. Застосування інформаційних технологій у політичній сфері призводить до розмиття традиційних функцій політичних виборів, залишаючи за ними головним чином функцію легітимізації влади.

Використання технологій впливу на громадську думку стає особливо актуальним у випадку ухвалення непопулярних рішень, пов'язаних, наприклад, із реформуванням соціальної сфери, здійсненням економічних

реформ, що модифікують політику перерозподілу доходів у суспільстві, а також при наявності дефіциту державного бюджету та необхідності скорочення соціальних програм. Реакція громадськості на такі заходи може варіюватися від нейтрального або обережного ставлення до дій влади до гнівного обурення, що викликає масові протести і загрозу дестабілізації всієї політичної системи.

Враховуючи російсько-українську війну, питання інформаційних впливів на прийняття політичних рішень набуває особливої актуальності. Проте, серед досліджень українських науковців бачимо, що дана тема не досить розкрита в політологічному дискурсі. Наприклад, подальшого вивчення потребує питання електронної демократії та інформаційних впливів на її становлення та розвиток, захист інформаційної безпеки від деструктивних інформаційних впливів та різних кібератак тощо.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ НА ПРИЙНЯТТЯ ПОЛІТИЧНИХ РІШЕНЬ

2.1. Роль засобів масової інформації у прийнятті політичних рішень

Засоби масової інформації, такі як телебачення, радіо, газети та інтернет-платформи, виконують ключову роль у формуванні громадської думки, впливають на політичні переконання та сприяють обговоренню та розумінню важливих питань. Ці засоби масової інформації виступають як посередники між політичними подіями та громадськістю, надаючи інформацію, аналіз та коментарі. Вони можуть впливати на формування думок громадян, керувати увагою до конкретних політичних питань та впливати на сприйняття політичних дій та рішень. Засоби масової інформації також можуть викликати обговорення та дебати, створюючи платформу для висловлення різноманітних точок зору. Вони можуть впливати на публічну думку та масовий настрій, що, в свою чергу, може впливати на прийняття політичних рішень. У зв'язку з цим, важливо розуміти, що засоби масової інформації володіють значною силою у формуванні політичного ландшафту та мають великий вплив на політичний процес.

Як зазначає І. Проноза, що у другій половині ХХ ст. розвинені демократичні країни пережили дві революції у сфері доступу громадян до інформації, результатом яких стали масова освіта і масове телебачення. Визначну роль у перетворенні політичного простору відіграли поява на інформаційному політичному ринку електронних ЗМІ, виникнення діалогових способів політичної комунікації, різке збільшення швидкості передачі повідомлень, формування «електронних спільнот» (наприклад, користувачів Інтернет) тощо. Ці та пов'язані з ними явища й факти якісно змінили умови і можливості конкуренції за державну владу [42, с. 65].

Вплив медіа на політичну сферу та політизацію медіасфери можна розглядати як двосторонній процес, де обидва напрями взаємозумовлені та

взаємно підсилюють свій потенціал у взаємодії, створюючи феномен медіафактора політики. Одним із проявів цього фактора є комерціалізація політичного процесу, виникнення політичного ринку, коли політичне життя і зміни у політичній системі зумовлюються ринково-економічними мотиваціями, а політичні рішення перетворюються на своєрідний товар, розрахований на попит електорату [17, с. 33].

Як бачимо, медіа є важливим гравцем на політичній арені. В цілому, ми можемо визначити медіа як засоби та інструменти для зберігання і передачі інформації та даних для індивіда чи певної групи людей. Досить часто в науковій літературі термін медіа вживається як синонім до засобів масової інформації, а також зустрічається термін «мас-медіа». До медіа зараховують різні засоби зв'язку і передачі інформації різних типів, наприклад, від найдавніших засобів передачі інформації (такі як мова жестів, наскельні малюнки тощо) до найсучасніших, що утворюють глобальні інформаційні супермагістралі.

Термін мас-медіа найчастіше використовується, коли мова йде про одночасну комунікацію з великою аудиторією. До такого виду комунікації можуть належати преса, радіотелебачення та реклама.

Здійснюючи свій вплив на визначення об'єкти медіа завжди має на меті процес комунікації, який включає ключове повідомлення, суб'єкта повідомлення, об'єкта повідомлення та зворотній зв'язок.

Засоби масової інформації здійснюють активний вплив і на інститути влади, і на громадянське суспільство, застосовуючи при цьому різні технології, які можуть бути конструктивними або ж навпаки, носити деструктивний характер, включати маніпуляції, фейки, дезінформацію тощо.

У сучасній науці існують два підходи до проблеми маніпулятивних можливостей ЗМІ: медіаорієнтований і медіацентристський. Згідно з першим, людина розглядається як активний і критично налаштований споживач інформації; ЗМІ не можуть підпорядковувати собі свідомість людини, навпаки, людина пристосовує ЗМІ до своїх потреб. Людина обирає з

інформаційного потоку ті повідомлення, які відповідають її потребам, тим самим формує ринок інформації. Згідно з медіацентристським підходом аудиторія ЗМІ – пасивна маса, схильна до навіювання й стороннього управління. ЗМІ створюють для цієї знеособленої маси нову реальність, ілюзорний світ. Представники медіацентристського підходу вважають, що ЗМІ нівелюють індивідуальність людини, позбавляють її самостійності й свободи вибору [10, с. 49].

Досліджуючи медіа, як засіб масової комунікації, перш за все, слід розрізняти новітні та традиційні. До традиційних медіа відносять пресу, радіо і телебачення. Часто новітні медіа ототожнюють з новими, але між цими поняттями є суттєва різниця. Новими називають новостворені медіа, а новітні медіа мають три базові складові: цифровий формат, інтерактивність і мультимедійність. Таким чином, можна дійти до висновку, що новітні медіа використовують сучасні технічні можливості аби продукувати контент та утримувати аудиторію. Наприклад, контентом новітніх медіа може бути відео, онлайн-радіо, телевізійна трансляція, анімація, звукове оформлення, та, власне, текст [32, с. 609].

І. Новосельський наголошує, що ототожнення нових медіа суто з електронними ЗМІ є помилковим і обмеженим функціонально й інституціонально. Адже натепер альтернативними джерелами інформації на противагу традиційним ЗМІ можна вважати соціальні мережі, месенджери й інтегровані в них інформаційні канали, пошукові системи, агрегатори новин тощо. Так, разом із мережею Інтернет соцмережі стали каталізаторами інформаційних процесів, перебігу політичних подій, розвитку громадянського суспільства [34, с. 60].

Новітні медіа – повністю відкриті для читача, взаємодіють з ним та надають їм можливість створювати та модифікувати зміст повідомлень. На відміну від традиційних мас-медіа, де комунікація здійснюється за схемою «від одного до багатьох» [32, с. 610]. До таких медіа слід віднести:

- Video-on-Demand (відео на замовлення) та Audio-on-Demand (аудіо на замовлення) - система індивідуальної доставки споживачу за його запитом фільмів, телепередач, іншого контенту за допомогою Інтернет (наприклад, сервіси YouTube, iTunes; в Україні - інтернет-кінозал компанії Star Media);

- Catch-Up TV (різновид Video-on-Demand) – це такий тип інтернетсервіси, які дозволяють переглядати телевізійний матеріал протягом певного обмеженого періоду часу, що відбувається за здійсненням телевізійної трансляції програм [32, с. 610].

Варто звернути увагу і на:

- соціальні мережі: Facebook, Instagram, Foursquare;
- блоги, включаючи підкасти та відеоблоги;
- мережі мікро-блогів: Twitter, Tumblr ;
- онлайн-медіаплеєри
- фотосервіси: Picasa, Flickr [32, с. 610].

У свою чергу І. Новосельський зазначає, що сутнісні зміни, які спричинила діджиталізація джерел інформації, дозволяють розкрити основні характеристики нових медіа:

- поєднання різних типів мовлення на одному ресурсі;
- одночасні виклад інформації та її інтерпретація;
- персоналізація інформації;
- конкретність формулювання й оприлюднення інформації, орієнтованість її на життєве середовище;
- адресність – розсилка контенту на електронні адреси (підписки) або ж за допомогою інтернет-телефонії;
- продукування електронної реклами та вірусного контенту з метою посилення інформаційного впливу на всі категорії аудиторії;
- інтерактивність через запровадження онлайн-комунікації та інтерактивних чатів (як між користувачами, так і за участі ботів);
- функціонування стрімінгових відео та музичних сервісів (NETFLIX, Vevo, Spotify, Google Play Music, Apple Music та под.);

– оцифрування видань, створення електронних архівів тощо [34, с. 59-60].

Виникнення нових засобів інформації відповідно створює нові інструменти інформаційного впливу як на соціальну сферу, так і на політичну сферу. Також необхідно враховувати особливості і специфіку роботи медіа. Наприклад, усі повідомлення які створюються в засобах масової інформації - створюються людьми, які під час роботи мають різні знання, різний настрій, певні емоції тощо. Вони також можуть закладати в медіа повідомлення свої інтереси та бачення. Тому не можна їх сприймати як правду, а лише як одну із версій картин світу. Також медіа повідомлення будуються за допомогою окремої мови зі своїми правилами. Варто зважати, що великий план, тривожна музика, вибір слів, візуальних та звукових засобів впливає на сприйняття інформації. Наступною особливістю є те, що аудиторія складається з різноманітних людей і вони по-різному можуть сприймати одне і те ж повідомлення, і по-різному його потім відтворювати. Сучасні засоби масової інформації мають свої цінності і свої точки зору, і дуже часто ці цінності не відповідають етичним нормам. Більшість медіаповідомлень створені для отримання прибутку, влади або більшої аудиторії. Це звичайна бізнес-модель. Однак важливо розуміти чи можна це проаналізувати та хто отримує прибуток від діяльності таких медіа. Також варто зазначити, що ЗМІ можуть виступати як суб'єктом маніпуляцій, так і об'єктом.

За допомогою ЗМІ інформацію можна:

- спотворити (фрагментарний спосіб поширення інформації);
- відредагувати, додавши власні домисли і коментарі;
- інтерпретувати у вигідному для когось світлі;
- приховати на перший погляд малозначну деталь;
- створити «інформаційний галас»;
- відволікти увагу від дійсно важливих подій;
- оперативно подати навіть неперевірену інформацію;

- поширювати певний погляд на інформацію як її єдино можливий та правильний варіант.

Досить часто інформаційний вплив ЗМІ здійснюють маніпулюючи об'єктивною інформацією. Н. Карпчук називає інструменти, які дають змогу маніпулювати об'єктивністю:

- маніпуляція соціологією: у студії проводять опитування аудиторії, але будь-яка мала група не відображає населення всієї України; однак група перебуває під тиском почутої інформації й побачених подій, тому її висновки теж починають слідувати напрому, заданому авторами;

- маніпуляція темами (маніпуляція порядком денним обговорення тем): саме ті теми, які обговорюють у мас-медіа, набувають широкого розголосу в суспільстві; таким чином формують удавану чи реальну важливість проблем для розв'язання;

- маніпуляція порядком (порядком обговорення теми): тема обговорюється в прайм-тайм чи, наприклад, в обідню пору; дискутується в топ-програмах або в нерейтингових передачах; підсилена ілюстративним матеріалом чи питаннями; презентується сильним або слабким оратором; переривається рекламою, яка послаблює пристрасті під час обговорення;

- маніпуляція гостями: підбір експертів чи лідерів думок, які апріорі викликають симпатію/антипатію аудиторії, що дає змогу закласти певне ставлення аудиторії до подій, явищ, людей;

- маніпуляції часом: можливість долучитися до обговорення, задати запитання, говорити довше, ніж інші оратори без переривання. Як наслідок, певна тема/людина отримує сприятливіший контекст для представлення тощо [24, с. 292–293].

М. Костельнюк у своєму дослідженні «Маніпуляційні технології в політичних процесах: термінологічний інструментарій» називає наступні прийоми маніпулятивного впливу ЗМІ:

- анонімний авторитет - цей прийом введення в оману відноситься до так званої «сірої пропаганди». Давно доведено, що одним з ефективних методів

впливу є звернення до авторитету. Авторитет, до якого звертаються, може бути релігійною чи вагомою політичною фігурою, діячем науки тощо;

- голодовка - ефективний прийом емоційного впливу на електорат і психологічного тиску на владу. Підбирається група добре оплачуваних молодих людей із міцним здоров'ям, які, нічим не ризикуючи, організують «курс лікувального голодування» в якому-небудь публічному місці. Навкруг цього засоби масової інформації здійснюють неймовірний шум. При цьому постійно звучать звинувачення в нелюдності режиму, організації або конкретної особи. Влада вимушені реагувати на вимоги, що висувуються «борцями» [31, с. 127];

- буденна розповідь – якщо потрібно «привчити» людей до насильства, крові, убивств, усякого роду лиходійств, то щодня в засобах масової інформації повідомляється про найтяжчі з них. Через декілька тижнів такої обробки населення перестає реагувати на найжахливіші злочини і масові вбивства, що відбуваються в суспільстві (тобто настає психологічний ефект звикання). Такий прийом дозволяє ЗМІ зберегти ілюзію об'єктивного висвітлення подій, але, в той же час, девальвує значимість того, що відбулося, створює у масової аудиторії уявлення про дану подію як про щось малозначне, що не потребує особливої уваги і тим більше суспільної оцінки;

- тримай злодія – цей прийом використовується для дискредитації, коли винні, відчуваючи поразку, першими піднімають крик і направляють гнів народу в інший бік. Цим прийомом часто користуються так звані «правозахисники», завданням яких є дезорганізація громадськості [31, с. 127];

- емоційний резонанс - спосіб створення у широкої аудиторії певного настрою з одночасною передачею їм пропагандистської інформації. Він дозволяє зняти психологічний захист, який на розумовому рівні вибудовує людина, свідомо намагаючись захиститися від пропагандистського або рекламного «промивання мозку». І якщо пропагандистський вплив на людину відбувається на емоційному рівні, поза її свідомим контролем, ніякі раціональні контраргументи в цьому випадку не спрацьовують;

- набридлива похвала - використовується для боротьби з опонентом, безперервно доречно вихваляючи його і недоречно показуючи незвичайні здібності, постійно тримаючи на слуху його ім'я, явно перебільшуючи його здібності. Дуже швидко це всім набридає і одне ім'я цієї людини викликає роздратування. Авторів такого заходу важко викрити в навмисній дискредитації, оскільки формально вони докладають зусилля тільки для похвали [31, с. 127];

- «інформаційний шум», коли за потоком другорядних повідомлень потрібно приховати якусь важливу подію чи проблему;

- ефект бумеранга – це ті граблі, на які регулярно наступають можновладні угруповання. При організації тотального цькування свого опонента, вони «забивають» його до такої міри, що в результаті він починає викликати жалість і симпатію у широкої аудиторії. Те ж саме трапляється, коли влада вирішує боротися з поширеними в суспільстві негативними чутками – довіра до чуток тільки підсилюється; ефект бумеранга може мати і протилежну дію – так, перенасиченість ефіру рекламою того або іншого кандидата починає викликати роздратування аудиторії;

- інформаційна блокада - позбавити противника можливості публічно розкрити свою позицію. Інформаційна блокада завжди тісно пов'язана з інформаційним домінуванням. До них вдаються як під час збройного конфлікту, так і за мирного часу (під час виборів). Заангажовані засоби масової інформації створюють інформаційний ажітаж тільки навколо свого кандидата. При цьому його опонент повністю позбавляється можливості розкрити свою позицію та дати відповідь на випадки в свою адресу [31, с. 127];

- ефект ореолу - базується на підступній психологічній властивості – людській схильності мислити. Складається з двох поширених стереотипів-помилки:

1. «Поряд – значить разом». Знаходження поряд зі знаменитою або високопоставленою людиною дещо підвищує статус в очах оточуючих.

Невипадково ті, хто зображений на фото поряд із відомими людьми, із задоволенням демонструють ці фотографії всім друзям і знайомим.

2. Другий стереотип полягає в тому, що людину, яка досягла вагомих успіхів у конкретній області, вважають здатною на більше і в інших справах. Численні факти доводять, що це всього лише поширена помилка. Є безліч прикладів, коли люди, які блискуче роблять одну справу, в усьому іншому виявляються абсолютно безпорадними [31, с. 128].

- ефект присутності – включає низку трюків, які імітують реальність, їх використовують при «репортажах із місця бою» та в кримінальній хроніці, фабрикуючи заднім числом зйомку «реального» затримання бандитів чи автокатастрофи. Ілюзію «бойової обстановки» створюють, наприклад, різкими рухами камери та порушенням її фокусу. При цьому все виглядає так, ніби оператор у страшному хвилюванні, під вогнем знімає реальність. Ілюзія достовірності надає сильного емоційного впливу і створює відчуття автентичності подій, ніхто не підозрює, що це лише дешевий трюк;

- використання медіаторів – дана техніка ґрунтується на двох постулатах. По-перше, встановлено, що більшого ефекту на формування думки з якого-небудь питання у «середньостатистичної людини» досягають не масовані пропагандистські кампанії в ЗМІ, а міфи, чутки і плітки, які циркулюють в суспільстві. Другий постулат витікає з першого: ефективний інформаційний вплив на людину здійснюється не безпосередньо від засобів масової комунікації, а через значущих для неї, знайомих їй авторитетних людей («лідерів думки») – трансляторів думок і чуток [31, с. 128];

- зворотний зв'язок – сучасними засобами масової інформації широко практикуються способи «зворотного зв'язку» в різних формах: дзвінки в студію під час прямого ефіру, вибір по телефону варіанта відповіді на поставлене питання тощо. Подібний «макіяж» покликаний створити у масової аудиторії ілюзію участі в інформаційному процесі;

- коментарі – повідомлення про факт супроводжується інтерпретацією коментатора, який пропонує читачеві або глядачеві декілька варіантів

пояснення. Від спритності коментатора залежить можливість зробити необхідний варіант найбільш правдоподібним. Для цього зазвичай використовується декілька додаткових прийомів: по-перше, включення в пропагандистські матеріали так званих «двосторонніх повідомлень», які ніби випереджають аргументи опонента і при умілій їх критиці сприяють створенню певного імунітету проти них; по-друге, дозуються позитивні і негативні елементи для того, щоб позитивна оцінка виглядала більш правдоподібною до характеристики описуваної точки зору додається небагато критики; по-третє, здійснюється підбір фактів посилення або ослаблення висловлювань і як результат, висновки не входять у текст наведених повідомлень, їх повинні зробити ті, для кого призначена інформація; по-четверте, відбувається оперування порівняльними матеріалами для посилення важливості, демонстрації тенденцій і масштабності подій [31, с. 128];

- констатація факту – бажаний стан речей подається засобами масової інформації як факт, що відбувся. Прийом використовується для створення відповідних настроїв у суспільстві. Розрахунок на те, що більшість людей мислить стереотипами: «Диму без вогню не буває», «Раз про це всі говорять – значить так воно і є». У людини штучно створюється відчуття себе в меншості. В результаті вона стає безініціативною, віддаючи пріоритет тому, кого вона вважає представником «більшості»;

- помилкова аналогія - звичним для більшості людей стилем мислення є той стиль, який використовує логічні зв'язки «причина-наслідок». Логічний зв'язок «конкретна причина – конкретний наслідок», який мав місце коли-небудь, ми схильні екстраполювати і на інші об'єкти, що не мають ніякого стосунку до цього – тут і криється каверза [31, с. 128];

- обхід із флангу – полягає в дозованій передачі достовірних відомостей, точність яких наперед відома слухачам або читачам і може бути легко ними перевірена. До категорії такої «переконливої інформації» належать фактичні дані, наприклад, імена, назви вулиць, інші деталі, що є достовірними і в які «упаковуються» пропагандистські повідомлення;

- псевдосоціологічні опитування (коли під час ефіру глядачі голосують по телефону) частіше за все є лише способом формування громадської думки, а не його реальним віддзеркаленням, тобто різновидом звичайної пропагандистської маніпуляції. Питання формулюються так, щоб створити в аудиторії «правильний погляд» на ту чи іншу проблему. Вони спрямовують хід наших роздумів у конкретному напрямі. «Ніколи не ставте питання, на яке не можна отримати ту відповідь, яка вам потрібна», – головний принцип подібних опитувань [31, с. 129].

Ще однією цікавою технологією інформаційного впливу через ЗМІ є «спіраль мовчання». Е. Ноель-Нойман пояснювала цей механізм як такий, що висловлює та поширює громадську думку. Прикладом «спіралі» може слугувати збільшення потреби користувача приховувати свої погляди коли їх не підтримує більшість. Перед тим як подавати власну точку зору, показувати своє бачення проблеми, люди схильні несвідомо перевіряти, чи поділяють їх погляди інші учасники комунікації. ЗМІ завжди маніпулюють громадською думкою за рахунок надання слова меншості замість більшості. Людина через страх опинитися в ізоляції не схильна висловлювати свою думку, якщо відчуває, що знаходяться в меншості. Так одні мовчки переходять на сторону більшості, не змінюючи при цьому своїх поглядів, а інші просто не вступають в дискусію і ніяк не заявляють про свою точку зору. Ось так навіть найгірші суспільні ідеї стають реальністю [4]. Проте, ця технологія діє не всі групи населення. Виокремлюють наступні винятки:

- авангард – люди з інтелектуальним потенціалом, творчі особистості та активісти, які сподіваються на відгук більшості на свої ініціативи, навіть у випадках, коли вона зазвичай виявляється негативною, орієнтовані на майбутнє і, таким чином, залишаються ізольованими, примусово, але із впевненістю, що їхні ідеї випереджають свій час і підштовхують їх до постійного розвитку;

- ядро – це особистості, які виявилися нестандартними, вже маючи досвід відкритого захисту своїх непопулярних поглядів перед громадськістю.

Вони віддані своєму минулому та розглядають суспільний осуд як необхідну ціну, яку їм доводиться платити.

Також цікавою є ще «техніка сандвіча» - суперечливе використання матеріалів різного характеру полягає в тому, що позитивні та негативні образи взаємодіють між собою, створюючи враження «отруйного сандвіча» та «цукрового сандвіча». У випадку «отруйного сандвіча», позитивний факт або подія, які сприятливі для суб'єкта впливу, обрамлюються спеціально підібраним попереднім і наступним негативним матеріалом, що призводить до нівелювання позитивного ефекту. Натомість, в «цукровому сандвічі» негативний факт навколо себе обрамлюється позитивним, створюючи контекст, який сприяє сприйняттю негативу у більш сприятливому світлі.

Тож, як бачимо, ЗМІ мають в арсеналі велику кількість технік для здійснення інформаційного впливу як на політичну сферу, так і на громадську. Як зазначає Н. Горбенко, «ЗМІ здатні впливати на політичний порядок денний; на те, які соціальні проблеми привернуть увагу політиків; та навіть на проблеми, які в результаті можуть бути вирішені. Однак інтенсивність впливу засобів масової інформації на політичний порядок денний може різнитися за певних факторів: політичного режиму, типу висвітлення, типу проблем, належності до парламентської більшості, відповідності висвітленої проблеми програмі політичної партії» [15, с. 58].

Проте, можна стверджувати, що ЗМІ здійснює інформаційний вплив на політичний вибір індивіда, оскільки:

- ЗМІ є ефективними в ситуаціях, коли партійна ідентифікація слабка;
- медіа зазвичай висвітлює нові і зазвичай невідомі теми політики;
- медіа відіграє важливу роль в великому охопленні цільової аудиторії, а також у використанні різноманітних засобів виразності (вплив на різні органи чуттів, наприклад, в ситуації з телебаченням), що значно посилює його роль у формуванні ставлення і думок;

- ЗМІ виступає важливою ланкою, в ситуації, коли цільова аудиторія рідко обговорює політичні теми в побутовому житті, тоді ЗМІ виступає в якості співрозмовника [44, с. 255].

ЗМІ відіграють величезну роль у політичних конфліктах. Вони є не лише посередниками, а й виконують функції групи підтримки, змінюють розвиток конфліктів на користь тієї чи іншої сторони. У свою чергу, засоби масової інформації не переходять законодавчі рамки. По-перше, контроль над ЗМІ підвищує політичну звітність, що, як виявляється, покращує політику, із застереженням щодо багатозадачності та стратегічної взаємодоповнюваності. Збільшення активності ЗМІ асоціюється з кращими результатами політики. Наразі існують певні докази того, що медіа-ефекти виникають тому, що ЗМІ передають інформацію виборцям, яка покращує мотивацію та вибір політиків. Поведінкові ефекти, що вивчаються в комунікаційній літературі – формування порядку денного, праймінг навряд чи змінять цей загальний висновок. Причина полягає в тому, що висвітлення в ЗМІ в цих моделях викликає спогади про минуле, тим самим збільшуючи загальний доступ до спогадів, таким чином збільшуючи загальний доступ до інформації. По-друге, одним з негативних ефектів, є багатозадачність: ЗМІ змушують політиків займатися питаннями, які не є найбільш важливими. Потенційні ефекти формування порядку денного та праймінгу, ймовірно, загострюють ці проблеми. По-третє, медіа-ефекти, ймовірно, будуть особливо сильними в ситуаціях стратегічної взаємодоповнюваності. Сильний негативний медіа-ефект може виникнути, зокрема, коли є конфлікт інтересів між різними групами суспільства [37, с. 123-124].

Отже, досліджуючи медіа як засіб масової комунікації, важливо визначати різницю між традиційними та новітніми формами. До традиційних медіа відносять пресу, радіо та телебачення. Зазвичай новітні медіа сприймаються як нові форми, але між цими поняттями існує суттєва різниця. Новими вважаються недавно створені медіа, тоді як новітні медіа

характеризуються трьома основними елементами: цифровим форматом, інтерактивністю і мультимедійністю.

Здійснюючи інформаційний вплив засоби масової інформації можуть здійснювати маніпуляцію соціологією, окремими темами, порядком обговорення теми, маніпулювати гостями та часом. До основних інструментів інформаційного впливу засобів масової інформації належать: анонімний авторитет, техніка «голодовка», «буденна розповідь», техніка «тримай злодія», емоційний резонанс, набридлива похвала, інформаційний шум, ефект бумеранга, інформаційна блокада, «ефект ореолу», ефект присутності, використання медіаторів, зворотний зв'язок, коментарі, констатація факту, помилкова аналогія, «обхід із флангу», псевдосоціологічні опитування та спіраль мовчання. З огляду на таку кількість інструментів та технік інформаційного впливу ЗМІ на прийняття політичних рішень, необхідним є вироблення методики захисту індивіда від негативного інформаційного впливу.

2.2. Вплив соціальних мереж на формування громадської думки

Процес застосування інформаційно-комунікативних форм впливу є динамічним. Фактично з кожним відносно невеликим відрізком часу відбувається теоретико-методологічна та структурна видозміна вже наявного інструментарію концепту інформаційного впливу. Віртуалізація інформаційного простору сприяє «змережуванню» споживачів інформаційного продукту, частковому відходу зі сфери впливу публічної політики і традиційних ЗМІ (газети, радіо, телебачення) у віртуальну [22, с. 28].

В сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі набувають нових форм політичної реальності, оскільки, ці мережі виступають важливим каналом для вираження політичних переконань, обміну інформацією та формування громадської думки. Вони стають майданчиками для активної участі громадян у політичних процесах, дозволяючи швидко обмінюватися думками та

долучатися до обговорень. Соціальні мережі також впливають на політичні кампанії та комунікації. Політики використовують їх для просування своїх ідей, мобілізації виборців та взаємодії з громадськістю. Одночасно соціальні мережі можуть стати майданчиком для поширення фейкової інформації, маніпуляцій та впливу на громадську думку. Усе це вказує на те, що соціальні мережі відіграють значущу роль у формуванні політичної реальності, надаючи новий контекст для взаємодії між громадянами, політиками та іншими учасниками політичного процесу.

Розглядаючи питання щодо вплив соціальних мереж на формування громадської думки, варто дати визначення поняття «соціальна мережа». Так, вперше термін «соціальна мережа» був уведений Дж. Барнесом у 1954 році у своїй роботі «Класи і збори в норвезькому острівному приході», яка входить до збірки «Людські стосунки». У своєму визначенні він пропонував уявляти соціальну мережу як безліч точок, що з'єднані між собою лініями. Точки в цій схемі представляли окремих індивідів і соціальні групи, а лінії відображали природу їх взаємодії.

Від початку створення соціальні мережі виконували розважальну функцію та були неформальним засобом комунікації. Перші соціальні мережі з'явилися у 90-их роках, вони були лише текстовими та працювали на стаціонарних комп'ютерах. З розвитком інтернету та цифрових технологій змінювались й соціальні мережі та месенджери. З часом соціальні мережі стали джерелом інформації, користувачі переглядали цікавий контент та дізнавались актуальні новини. Справжній вибух популярності месенджерів припав на 2014-2015 роки із вдосконаленням можливостей для інтерактивного спілкування через Viber, Telegram, Facebook Messenger. Не в останню чергу візуалізація людських емоцій та слів відбулася завдяки бурхливому розвитку мобільних сервісів та 3G- / 4G-зв'язку. Зміни у сприйнятті месенджерів як засобу комунікації настали в момент, коли швидкості та стабільність роботи бездротових мереж дали змогу людям спілкуватися не лише за монітором комп'ютера чи екраном ноутбуку [8, с. 72]

У визначенні змісту поняття соціальної мережі можна виокремити декілька підходів, зокрема:

- технологічний (акцентує на характеристиках як сервісу, що надає технічні можливості для комунікації, створення акаунту для ідентифікації); соціологічний (розглядає як віртуальну спільноту, що пов'язана системою зв'язків між учасниками);

- комунікативний (платформа для комунікації, обмін інформацією, її створення та поширення, самовираження);

- маркетинговий (акцентує увагу на соціальній мережі як системі цільових груп використання різних стратегій комунікації у них); мережевий (вказує на мережевий тип побудови соціальних зв'язків) [29, с. 86].

Вплив соціальних медіа – це нова тенденція у сучасній політиці. Насамперед це пов'язано з набуттям дедалі більшого значення соціальних медіа, як майданчика для політичної активності. Соціальні мережі пропонують нові та інноваційні способи мотивації участі громадян у політичному житті та можуть забезпечити розширення участі громадян у політичному житті, особливо в ході виборчих кампаній [33, с. 476].

Сьогодні соціальні мережі здатні впливати на прийняття владних рішень, коли викриття та розповсюдження інформації, наприклад, про корупцію в органах влади, примушує очільників держави звільняти посадовців, а відповідні антикорупційні органи влади – відкривати гучні справи (наприклад, справи про державні закупівлі в оборонному секторі).

Також соціальні мережі активно впливають на громадську думку, формуючи її оціночні судження щодо певних політичних подій чи осіб. Основними формами прояву громадської думки є наступні: оцінка, скарга, порада, схвалення, побажання, незадоволення, осуд, несхвалення, незгода, протест. Загальною рисою кожної із форм громадської думки стосовно будь-якої події, явища, що відбувається у суспільстві є оцінний характер. Підґрунтям оцінювальної дії є елементи знання, що виступають у вигляді інформованості людей, тобто наявності у них певної сукупності даних,

уявлень про різні явища дійсності. Саме на це орієнтуються сили інформаційного впливу при підготовці та проведенні сучасних інформаційних операцій в ході збройних конфліктів та після них [13, с. 145].

Також варто відмітити, що сьогодні соціальні мережі помітно виграють у порівнянні із класичними засобами масової інформації, оскільки соціальні мережі викликають відчуття реальної включеності у соціально-політичні процеси не лише на рівні взаємодії та обміну інформацією, але й на рівні конкретних дій та участі у вирішенні суспільних проблем. Вони стають важливим інструментом для активізації міжособистісного спілкування та організації соціальних протестів. Ці мережі, використовуючись як внутрішніми, так і зовнішніми маніпуляціями, можуть стати компонентом як у локальних конфліктах, так і у військових суперечностях, сприяючи перерозподілу влади та досягненню різноманітних цілей.

Як влучно зазначає Т. Воронова, «стрімкий розвиток і глибоке проникнення в усі сфери сучасного суспільства інформаційно-комунікаційних технологій виводять мережеві взаємодії на перший план: світ виходить на зовсім інший рівень використання інформації і комунікації. Сучасна інформаційно-комунікаційне середовище відкриває нові можливості громадської участі та контролю, процеси вже знаходяться на рухомому кордоні переходу громадської участі в політичну. Вплив на формування громадської думки в соціальних мережах не настільки явний, він не розглядається користувачами як нав'язування, швидше повідомлення сприймається як рекомендації знайомих, як думка цікавих людей лідерів спільнот і це викликає більшу довіру. Така специфічна комунікація відмінно працює в соціальних мережах» [14, с. 86].

Вважаємо, що успіх впливу соціальних мереж громадську думку спричинений тим фактором, що соціальні мережі здатні створювати найсолідшу ілюзію свободи, затримуючи всіх користувачів у вигляді невидимої клітки, де решітки неочевидні, та навчати їх відчувати задоволення

від цієї ілюзії, переконуючи, що вони вільні у своїх думках. Мета полягає в тому, щоб так вправляти людей в вірі у свою власну свободу.

Якщо проаналізувати принципи формування громадської думки за посередництвом соціальних медіа, то насамперед слід врахувати психологічні чинники. Адже кожен індивід прагне бути почутим і прийнятим, задовільнити свою потребу у спілкуванні і приналежності до певної групи. Тут теж варто наголосити на соціальній значущості і ототожненні з друзями з групи, соціальній вигоді від дружби з певними особами (коли йдеться про відомих політиків, громадських діячів, зірок естради, письменників). Не менш важливим психологічним чинником є самоідентифікація, підтвердження правильності своїх переконань, утвердження своїх ідей через схвалення однодумців. І хоч комунікація відбувається у віртуальний спосіб, все ж її учасники дбають про створення певного іміджу, для них важлива їхня репутація, яка базується на закладених цінностях. З цього випливає складова мережевого спілкування – самопрезентація. Це можливість креативного вираження свого «Я», розкриття духовно-творчого потенціалу, презентація широкому загалу мистецьких здібностей, апробація таланту. Часом для користувача соціальними медіа важливо мати можливість сплеску емоцій, тобто поділитись якоюсь негативною ситуацією, яка трапилась. Такий прийом емоційної розрядки дає ефект проговорення проблеми, додаткову соціалізацію (ти не один у цьому світі), емпатію та підтримку друзів, а також досвід тої чи іншої ситуації, який для інших може бути корисним застереженням. Звичайно, популярними є також і розповіді про позитивні події (цікаві зустрічі, подорожі, особисті досягнення). Все це є приводом для комунікації, яка може виходити і за рамки віртуальності. Соціалізація є надважливим чинником у мережевій комунікації. У віртуальному вимірі вона має більшу свободу і ширші можливості, бо об'єднує людей не за географічними чи демографічними показниками, а насамперед за інтересами як вузькопрофільними, так і загальнолюдськими [43, с. 201].

Соціальні мережі так само як і традиційні ЗМІ використовують низку інструментів і технологій щоб впливати на громадську думку і прийняття тих чи інших політичних рішень. До таких прийомів належать:

- міфи, стереотипи, цінності
- замовчування одних фактів і випинання інших
- перенос приватного факту у сферу суспільного
- новинний потік, чутки, домисли, фейки
- метод фрагментації;
- багаторазові повтори, або «метод Геббельса»
- створення псевдоподій, містифікація.

До методів інформаційного впливу в соціальних мережах належать:

- метод відволікання уваги – досягається через насичення інформаційного простору менш важливими подіями;
- метод «дезінформації» - зазвичай дезінформація викидається у той момент, коли особа приймає важливе рішення. Таким чином, коли правда виявляється, мета дезінформації вже досягнута. Зазвичай спростування дезінформації лишається непоміченим, і воно не впливає на вже сформовані соціально-психологічні установки, викликані за допомогою неправдивої інформації;
- метод «історичних аналогій» - цей метод є дуже вигідним з різних точок зору. По-перше, маніпулятор може спробувати завоювати аудиторію, використовуючи її ерудованість. Ця стратегія сприяє створенню «історичних» метафор та «історичних міфів», які використовуються в стратегічній перспективі. Ці міфи програмують об'єкт впливу, сприяючи певному сприйняттю та позиціонуванню [41];
- метод «міфів» - до таких методів відноситься пряме підтасування фактів, умисне приховування небажаної інформації, розповсюдження брехні та наклепу. Також використовуються більш витончені прийоми, такі як напівправа, де з метою підвищення довіри аудиторії об'єктивно та детально

висвітлюються конкретні, але малозначущі факти, при цьому приховуючи більш важливі або ж надається загально хибна інтерпретація подій;

- метод «закидання брудом» - цей метод можна вважати одним із найбільш грубих прийомів пропаганди, і, тим не менше, він частіше використовується в сучасній політично-інформаційній боротьбі. Завдяки відбору епітетів та лексики, які надають предмету розмови жорстку негативну етичну оцінку, образ «клієнта» перетворюється на повне «втілення зла». У цьому світлі цей образ закріплюється в масовій свідомості [41];

- метод використання стереотипів - під стереотипом розуміють сприйняття соціального об'єкта у спрощеному та схематизованому вигляді. Згодом це уявлення закріплюється в свідомості особи і практично стає неочевидним для перевірки досвідом. Заміна імен або наклеювання ярликів є способом відображення цього явища;

- метод створення проблем, а потім пропонування способів їх вирішення – цей підхід включає в себе створення проблеми, яка спричинює необхідну реакцію владних структур та дозволяє впроваджувати рішення, які в інших обставинах викликали б супротест населення. Наприклад, використання кривавих терактів як каталізатора для прийняття законів, що на папері підвищують рівень «безпеки», а насправді спрямовані на обмеження прав звичайних громадян [41];

- чутки – як правило, вони стосуються важливих для певної соціальної групи чи людини явищ, торкаються актуальних для них потреб та інтересів. Переказування чуток є неусвідомленим бажанням співдіяти у повідомленні чогось важливого та сенсаційного, виглядати поінформованим до моменту, коли переказана інформація буде загальновідомою [43, с. 203];

- фейки – неправдива інформація і до моменту її спростування аудиторія настільки масштабно поширює цю інформацію, що не виникає жодного сумніву стосовно її правдивості. Парадоксально, що фейкові новини продовжують жити навіть після оприлюднення правди. Часом такі фейки не мають терміну придатності і вірусно поширюються групами по кілька разів.

Все це через те, що хтось з учасників із запізненням отримав інформацію, але бажає виконати заклик «поширити», тобто допомогти [43, с. 203].

Усі зазначені методи та прийоми можуть активно використовуватися в соціальних мережах та мати прихований характер.

Сьогодні електронні соціальні мережі надають можливість вибудувати ефективну комунікацію між групою або групами індивідів, об'єднаних однією метою. Можливо прослідкувати нерівномірність розвитку соціальної (інтернет) комунікації і стверджувати що одні країни відстають від розвитку політичних процесів в провідних країнах, але їх інформаційна складова йде вперед колосальними темпами. Нинішня активність громадян в Інтернеті це, по суті, протополітична партія, яка з часом може перетворитися на реальну [14, с. 88].

Окремим напрямком інформаційного впливу на громадську думку у соціальних мережах є блогінг. Адже, відеоблоги стають масштабним засобом комунікації і культурного впливу. Блогери нині є набагато популярнішими особистостями, ніж традиційні медійні персони і за певних умов можуть стати лідерами думок. Але при цьому блогери можуть маніпулювати свідомістю своєї аудиторії, включаючи можливість формування конкретного бажаного ставлення до значущих подій, і в такий спосіб впливати на звички і думки, а в кінцевому варіанті і на поведінку. Оцінюючи переваги і недоліки використання інноваційних засобів комунікації, слід зауважити, що миттєва реакція на контент і загроза втрати популярності через скандали або критику від інших представників спільноти є особливим важелем етичної регуляції дій блогера. Однак відсутність законодавчих обмежень щодо Інтернету розширює діапазон фейкової інформації, спонукає до існування ботів тощо. З цієї позиції традиційні ЗМІ набагато сильніше обмежені нормативно-правовими актами у своїй діяльності, однак при цьому масового реагування на неаргументовано негативний матеріал або розміщення недоброчесної реклами очікувати не варто. Відеоблогери ж несуть особисту відповідальність за якість

рекламованого продукту і зацікавлені в тому, щоб втримати або розширити свою аудиторію [12, с. 53].

Політичний відеоблог у загальному вимірі являє собою огляди політичних подій у світі. Він істотно відрізняється від телевізійного формату багатовекторністю, суб'єктивним підходом, різнополярними поглядами. Тому цей ресурс дуже часто задіяний в інформаційному протистоянні [12, с. 53].

Як зазначають О. Вдовічена, Н. Родіонова та Л. Тішко, що «на сьогодні можна стверджувати, що соціальні мережі здатні продукувати соціальні конфлікти в різних сферах: політичній, економічній, екологічній, соціальній, медичній тощо. При цьому такі конфлікти дають змогу переключити увагу населення від дійсно важливих проблем людства, які потребують термінового вирішення, на неважливі для соціального розвитку. Цілі створення соціальних конфліктів у соціальних мережах досить часто є різними, однак у цілому вони направлені на зміну настроїв населення» [9, с. 108].

Інформаційний вплив через соціальні мережі на формування громадської думки та прийняття політичних рішень має низку ризиків і небезпек. Серед них:

- збирання емоцій користувачів – емоції в таких умовах стають більш прогнозованими та штучними, оскільки вони стали комерційним продуктом, на якому базується суть сучасної інформаційної війни. Емоції сьогодні активно використовуються медійниками та армією для ведення інформаційних війн. У соціальних мережах кожна новина може супроводжуватися низкою супровідної інформації, яка створює негативний емоційний фон. У результаті така інформація може підсилювати рівень тривоги серед населення, формувати в ньому бунтівні настрої тощо [9, с. 108];

- відчуття безкарності – маючи можливість виявити природний егоцентризм, користувачі соціальних мереж прагнуть продемонструвати свої лідерські якості, протиборство, суперництво та власну позицію щодо публікацій у соціальних мережах. Враховуючи те, що користувачі соціальних мереж мають можливість діяти анонімно, вони стають не лише учасниками

соціальних конфліктів, однак і їх ініціаторами. Відчуття безкарності розширює межі егоїзму: користувач соціальних мереж не відчуває відповідальності за поширення неправдивої інформації, образ, плітки тощо [9, с. 109];

- ідейне безробіття – на початку XXI ст. спостерігається процес концентрування уваги на соціально-економічних проблемах у суспільстві, яке підсилюється пропагандою легких грошей. Споживаючи розрекламовану в соціальних мережах ідею легких грошей, суспільство поступово вкорінює засади інфантилізму, легких заробітків та ідейного безробіття, оскільки орієнтується на результат роботи, а не на її процес [9, с. 109];

- низький рівень грамотності населення – ідейне безробіття та бажання легкого заробітку привертає до себе увагу в основному людей без якісної освіти чи корисного життєвого досвіду. Такі люди мають достатньо вільного часу для того, щоб споживати опубліковану інформацію, вони стають учасниками розповсюдження інформації, копіюючи дії блогерів та прагнучи легких заробітків або власної популяризації в соціальних мережах. При цьому більшість людей за умови невміння використовувати інформацію, а також без наявності потрібних інструментів, не можуть досягнути бажаного успіху. Крім того, відсутність критичного мислення, бажання шукати першоджерело, відрізнити правдиву інформацію від фейкової створює передумови для накопичення негативу в суспільстві. У результаті цей чинник у поєднанні з трьома попередніми стає причиною формування конфліктних ситуацій у суспільстві [9, с. 109].

Незважаючи на ризики, які зараз існують у зв'язку із розвитком соціальних мереж та комунікаційних технологій, засоби масової інформації все частіше використовують інформацію і соціальних мереж, що пов'язано перш за все із швидкістю обробки інформаційних потоків та необхідністю подавати інформацію якнайпершими. А також це насамперед пов'язано зі зручністю моніторингу того, що діється навколо. По-друге – це швидкість поширення інформації; третє – зріз громадської думки про те, що є важливим сьогодні; четверте – пошук ексклюзивної інформації та нових поглядів на

проблеми; п'яте – швидка взаємодія з аудиторією. Журналістам, як професійним комунікаторам, важливе першоджерело інформації, а їхня присутність у соцмережах тільки збільшує популярність видання і допомагає зміцнити зв'язки з аудиторією, залучити додатковий контент [43, с. 204].

Отже, розглядаючи вплив соціальних мереж на формування громадської думки, можемо зробити висновок, що в сучасному політичному інформаційному просторі соціальні мережі все більше стають джерелом інформації. Різноманітні телеграм канали пропонують інформацію «із перших уст», таким чином залучаючи все більше підписників. Крім того, самі ж політики переходять у площину соціальних мереж для швидкої комунікації з громадянами. Проте, досить часто інформація, що з'являється в соціальних мережах і не верифікована, може мати деструктивний характер.

Тож, підводячи підсумок до розділу, варто зазначити, що у сучасній науці вирізняють два підходи до розгляду проблеми маніпуляційних можливостей ЗМІ: медіаорієнтований і медіацентристський. Згідно з першим підходом, людина розглядається як активний та критично налаштований споживач інформації; ЗМІ не можуть підкорювати свідомість людини, навпаки, людина адаптує ЗМІ до своїх потреб. Вона вибирає з інформаційного потоку ті повідомлення, які відповідають її потребам, тим самим формуючи ринок інформації. Згідно з медіацентристським підходом, аудиторія ЗМІ розглядається як пасивна маса, схильна до впливу та зовнішнього керування. ЗМІ створюють для цієї анонімної маси нову реальність і ілюзорний світ.

У сучасному науковому середовищі виділяють традиційні та новітні медіа. Одним із проявів новітніх медіа є соціальні мережі. Інформаційний вплив соціальних мереж виявляється в передачі та розповсюдженні різноманітної інформації через платформи соціальної взаємодії. Соціальні мережі можуть впливати на суспільство, формуючи думки, ставлення та поведінку користувачів за допомогою різного контенту, який може бути рекламним, інформаційним, політичним і навіть включати маніпулятивну складову.

Нині відбувається зменшення впливу держави на суверенітет в інформаційній сфері, тобто ефективний контроль національного інформаційного простору, особливо у кризових ситуаціях. Інформаційні процеси створили нові інструменти зовнішньополітичного впливу.

Інформаційні технології за своєю ефективності стали перевершувати всі інші. У цьому сенсі захист національних інтересів сьогодні неможливий без забезпечення державою інформаційної безпеки, без створення інформаційного ресурсу впливу, здатного протидіяти у разі потреби «інформаційній агресії».

Інтернет перетворився на інструмент для прояву політичної активності завдяки економічним, технологічним, соціальним, політичним чинникам. Багато в чому, в умовах розвитку нашої країни інтернет стає середовищем, в якому існує та розвивається реальна політична конкуренція. Сучасні телекомунікаційні технології створюють додаткові можливості для громадянських асоціацій формувати та виражати суспільні інтереси, тим самим активніше брати участь у суспільних процесах, створюючи передумови для найбільш повного втілення принципів демократичного суспільного устрою, що призвело до появи уявлень про електронну демократію.

РОЗДІЛ 3. ТЕХНОЛОГІЇ ІНФОРМАЦІЙНОГО ВПЛИВУ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

3.1. Негативний інформаційний вплив на сучасне громадянське суспільство

Інформаційний вплив на формування громадської думки та прийняття політичних рішень в державі може мати як конструктивний напрям так і деструктивний. У сучасній політичній науці все активніше здійснюється дослідження у напрямку негативних інформаційних впливів, особливо під час конфліктів та воєн. Враховуючи російсько-українську війну та ту кількість інформаційних негативних потоків, яка здійснюється щодня під час інформаційної війни, зазначена проблема для України є особливо актуальною.

З цього приводу О. Панченко та А. Кабанцева зазначають, що «цей світ складається з безмежної кількості інформаційних потоків, які кожен секунду впливають на людину. Всебічний вплив інформації є позитивним явищем дійсності, але поряд із цим воно стає і базою розвитку інформаційного стресу, тому що інформації може бути занадто багато. Остання може мати непередбачуваний характер, вимагати від особистості швидких дій, швидкого психічного реагування та адаптації до нових умов. Інформаційний стрес викликає стан психічної напруги, тривоги, страху та інші психофізіологічні порушення. Особливо це стосується інформації, яка за своєю сутністю не відповідає моральним нормам, є маніпулятивною та робить особистість залежною від інформації» [36, с. 266].

Після початку повномасштабної війни в Україні політичне життя перейшло в простір соціальних мереж, оскільки саме соціальні мережі стали швидким джерелом отримання інформації, де політики очільники регіонів військові здійснюють швидку комунікацію з населенням. Така швидкість комунікації всередині держави має як позитивні аспекти так і негативні впливи.

Від лютого 2022 року потреба в отриманні актуальної інформації збільшилася, тож у соціальних мережах активно почали з'являтися новинні канали. Найбільшу частину таких інформаційних каналів створено на платформі «Телеграм», зокрема, можемо виділити такі канали як: «Ukraine NOW» (понад 1 млн підписників), «ТСН новини» (понад 868 тисяч підписників), «УНІАН» (понад 758 тисяч підписників) тощо. Всі ці канали об'єднує їх спрямованість на сповіщення населення України про найважливіші новини про війну з росією [8, с. 72].

Проте, під час війни, процес комунікації в соціальних мережах має низку загроз та негативних інформаційних впливів, коли ворогами застосовуються різні методи дезорієнтації українського населення, створення панічних настроїв, формування недовіри до органів державної влади та військового керівництва тощо. Такі процеси негативного інформаційного впливу включають наступні інструменти:

пропаганда – ніколи не має універсального впливу, більше того, для спільнот, які не поділяють спільну ідеологічну базу, багато, якщо не більшість тез пропаганди, виглядають як дуже мало ймовірно прийнятні. Пропаганду традиційно розглядають як «зброю масового ураження свідомості», але вона може мати вибіркочну дію, й її сила ураження залежить не лише від засобів (мовних, зокрема), рівня освіти і критичного мислення у реципієнтів, але і від системи ціннісних моральних переконань [30, с. 86]. Погоджуємося із Я. Гарсенко, що основна проблема полягає саме в процесі диференціації інформаційного впливу та негативного інформаційного впливу, прикладом якого є пропаганда. Наступна ж проблема полягає у можливості приховування пропаганди в інформації з ознаками нейтрального інформаційного впливу [45, с. 380];

- дезінформація – частина пропаганди (бо вона також є прихована та використовує неправдиву інформацію) – вона складається з повідомлень, спеціально призначених для ослаблення противника. Дезінформація навколо широкомасштабного вторгнення Росії в Україну в лютому 2022 року

ознаменувала ескалацію давніх інформаційних операцій Росії проти України та відкритих демократій. У поєднанні з посиленням обмежень щодо політичної опозиції в Росії дезінформацій ці наративи перейшли від пропаганди та історичного ревізіонізму – наприклад, наполягання на тому, що Крим «завжди був російським» після анексії Москвою у 2014 році – до неправдивих тверджень про неонацистське проникнення в український уряд та теорій змови щодо лабораторій біозброї в Україні та США. Ці зусилля представляють лише деякі з способів, якими російський уряд і пов'язані з ним суб'єкти використовують дезінформацію як зброю для відволікання, заплутування і підриву опонентів [6, с. 74];

- фейк – це спеціально спотворена новина, подія або журналістський матеріал, який містить неправдиву або перекручену інформацію та призначений дискримінувати певну людину чи групу осіб в очах аудиторії. Існують різні класифікації фейків. За методом поширення вони поділяються на масмедійні фейки (створюються спеціально для ЗМІ та поширюються через них) та мережеві чутки (розповсюдження чужої вигадки через соціальні мережі). За формою виділяють фотофейки, відеофейки і фейковий журналістський матеріал. Класифікація допомагає розрізнити різні типи фейків за їхніми особливостями та методами поширення. Фейки мають сформовані завдання, що орієнтовані на створення паніки серед населення; міжнаціональної та міжконфесійної ворожнечі; відволікання від правди та поширення хибних думок; маніпулювання свідомістю; як реклама чогось або когось; для прибутку ЗМІ, що його поширює («жовта преса»); для запламування чиеїсь репутації; або фейки можуть мати розважальний характер;

- фейкові фото – зазвичай використовується для емоційного окрасу або драматизації описаної події. Розрізняють кілька видів фото-маніпуляцій: 1) оригінальне фото (справжнє фото особи або місця) з підписом зображення іншого місця чи особи; 2) фото, відредаговані у графічних редакторах для зміни певних об'єктів (додавання або прибирання елементів); 3) обрізані

фотографії, які демонструють лише частину зображення – ніби виривання із контексту необхідного матеріалу [52, с. 229].

- кібербулінг - це форма булінгу, або систематичного заподіювання фізичних, емоційних чи психологічних травм, яка виникає з використання цифрових технологій. Це може стосуватися не лише соціальних мереж і месенджерів, але й ігрових платформ, форумів, електронної пошти, мобільних телефонів та інших онлайн-каналів комунікації. Кібербулінг може включати в себе різноманітні форми домагань, образ, знуцання та інших негативних впливів, які відбуваються через інтернет або інші цифрові засоби;

- електронна пошта – зручний засіб швидкого й ефективного спілкування великої кількості адресатів. Тому поширення спеціально підібраної інформації (дезінформації) було однією з перших Інтернет технологій маніпулювання свідомістю, що активно використовується ворогуючими сторонами під час політичних і воєнних конфліктів. Так під час конфлікту в Косово Югославською стороною широко застосовувалося розсилання електронних листів. Змушуючи сумніватися у правильності офіційної пропаганди, поштові скриньки більше 10 тис. користувачів різних агентств новин та урядових чиновників США регулярно заповнювалися посланням з описом результатів бомбардувань і ракетних ударів по цивільних об'єктах, числа жертв серед мирного населення, а також страждань мирних громадян [25, с. 73];

- тролі і боти – медійна спільнота є досить своєрідною та інколи агресивною. Важливо розрізняти такі онлайн феномени, як боти та «тролі». Ще не так давно існувала тенденція популярності, одиницею вимірювання якої була кількість фоловерів та лайків або вподобань. Проте далеко не кожен із фоловерів є «живою людиною» - реально існуючим індивідом, хто проявляє свою зацікавленість та позитивне підтвердження цінності викладеного матеріалу. Тими самими «неживими користувачами» є боти – скорочено «робот». Боти також можуть поширювати інформацію як інтерактивного характеру (музика, вірші), так і наклеп та спам. Що стосується тролів, то це

реальні люди, які мають намір викликати певні емоції, зазвичай навмисно підбурюють та першими починають діалог. Такі тенденції можуть використовувати у просуванні продукту під гучним галсом «Антиреклама – також реклама» [52, с. 229];

- комп'ютерні ігри - споживач (гравець) не обмежується пасивним споживанням інформації: внаслідок самої природи цього явища запускається психологічний механізм співучасті. Неминуче ототожнення глядача з героєм фільму/книги в комп'ютерній грі набуває активного характеру. Комп'ютерні ігри роблять людину – свого роду учасником жорстоких дій, що можуть тривати нескінченно довго. Ігри-бойовики (головне завдання – знищити ворогів) можуть ґрунтуватися на різних сюжетах, як фантастичних (дія розгортається у вигаданій реальності), так і пов'язаних з реальними подіями, політичними, соціальними, географічними реаліями. Прикладом останніх можуть слугувати політичні комп'ютерні ігри і військові комп'ютерні ігри, що виступають як засіб формування стереотипів [25, с. 80];

- смартмоб - представляє собою форму соціальної організації, яка самоконструюється завдяки ефективному використанню високих технологій. Ця ініціатива дозволяє формувати політичні погляди та переконання серед молоді, зокрема за допомогою політмобів, також відомих як соціомобів. Соціомоби - це акції з соціальним або політичним спрямуванням, які є простим, оперативним та безпечним засобом вираження громадської думки чи привертання уваги до конкретних проблем, у порівнянні з мітингами чи демонстраціями.

Тож, як бачимо, негативні інформаційні потоки здатні контролювати будь-яку сферу життєдіяльності суспільства (мал. 3.1). В умовах інформаційної війни формування української політичної нації істотно гальмується. Головний удар інформаційних «кілерів» спрямований на підірив основних націєтворчих засад: 1) на послаблення єдності української нації; 2) на деструкцію української національної культури; 3) на нівеляцію громадянського суспільства; 4) на руйнування власного інформаційного

простору; 5) на послаблення української держави (за допомогою регіоналізації, сепаратизації та федералізації) [1].



Мал. 3.1. Негативні інформаційні впливи на окремі сфери громадянського суспільства [28]

Досить часто негативний інформаційний вплив здійснюється з метою «зомбувати» населення, що може проявлятися в наступних формах:

- розслабити суспільство – вселяти через засоби масової інформації, що ворогів немає, при цьому обговорювати окремі історичні періоди і інтереси окремих народностей (мета – суспільство як ціле має зникнути як об'єкт свідомості суспільства);

- змусити суспільство слухати тільки противника, не звертаючи уваги на якість іншої думки або відчуття. Наприклад, акцентувати засоби масової

інформації на певній парадигмі суспільного розвитку (наприклад, російський), виключивши будь-який інший досвід: наприклад, України, Польщі (мета – процес навантажування свідомості і дії формуючих сил послаблюються);

- змусити суспільство не розмірковувати над тим, що говорить супротивник, і для цього виключити із засобів масової інформації результати досліджень серйозних аналітичних проблем (мета – сприяти гальмуванню безперервного потоку думок);

- зосередити увагу суспільства на якомусь предметі, окрім вхідного інформаційного потоку, наприклад, внутрішні катаклізми, війни, терористичні атаки (мета – підсистема захисту, відповідальна за обробку вхідної інформації, виявляється не в змозі виконувати свою функцію і як би розбудовується);

- постійно навіювати, що саме суспільство стає краще і краще, що всі навколишні ставляться до нього краще й краще (мета – подібне навіювання послаблює історичну пам'ять і почуття самоотождення, якими характеризується нормальний стан суспільства);

- ЗМІ одночасно повинні переконувати суспільство, що викликало такий стан – це не зовсім те, що повинно бути (мета – створення пасивного стану свідомості, в якому зберігається можливість залежності від інформаційного впливу супротивника) [47].

Під час російсько-української війни окреме місце у поширенні негативного інформаційного впливу посідають закордонні ЗМІ. Що не так з іноземними ЗМІ? Військова аналітика залишається в основному віданням західних спецслужб, коли йдеться про оголошення офіційних заяв. Однак українські журналісти мають більше можливостей для особистого вивчення, спостереження та взаємодії. Це дозволяє їм отримувати інформацію оперативніше та детальніше.

Однак існує певний недолік у використанні експертизи. Іноземні ЗМІ, не завжди глибоко розуміючи відтінки російсько-українського протистояння, іноді привертають в ролі експертів тих, хто може бути прихильником

російських імперських амбіцій, що може призвести до неадекватної та необ'єктивної інтерпретації подій.

Авторство матеріалів часто впливає на сприйняття інформації. Іноземні ЗМІ, маючи свої офіси в різних країнах, можуть впливати на тон та спосіб представлення новин залежно від конкретного автора чи редакції. Це може призвести до ситуацій, коли співробітник московського офісу, наприклад, висвітлює заяви І.Гірка як «військового аналітика» замість терориста [23].

Неточності в перекладі також можуть викликати непорозуміння та обурення. Прикладом є випадок з березневими заявами Ердогана про «порозуміння» чи «компроміс» між Україною та Росією під час переговорів в Туреччині.

Маніпулятивні матеріали, особливо під час війни, можуть включати публікацію неперевіреної інформації, яка дублює російські наративи, такі як твердження про продаж Україною західної зброї третім країнам.

Ефективними способами протистояння негативному впливу інформаційних потоків є:

- формування критичного мислення щодо отримання інформації від зовнішнього світу, набуття навичок роботи з інформацією;
- спільні обговорення (у складі груп, колективів) негативного впливу інформаційних потоків (приклади і слідства, обґрунтування отриманих висновків) із метою набуття навичок вміння аналізувати різні медіатексти, виділяти спрямованість інтересів авторів подібних текстів;
- отримання і закріплення матеріалу з інформаційної безпеки, формування уявлення про вплив інформаційних потоків на психіку людини (за допомогою, в т.ч., знань про роботу мозку та сприйняття інформації) на лекціях, семінарах;
- спеціальні цикли курсів із глибинної психології, основ загальної психології, психофізіології, політології, історії, літератури, філософії тощо;

– ширше запровадження у вищих навчальних закладах та факультетах підготовки дисциплін, спектр уваги яких буде приділено темі інформаційно-психологічного впливу [36, с. 231].

Отже, розглядаючи негативний інформаційний вплив на сучасне громадянське суспільство під час російсько-української війни, можемо зробити висновок, що інформаційні кампанії та медіа-ресурси часто використовуються для маніпуляцій, створення негативних стереотипів, а також поширення дезінформації. Це може впливати на формування громадської думки, викликати конфлікти та поділяти суспільство на різні групи. Такий інформаційний вплив може підірвати довіру до медіа, спричинити паніку та сприяти поширенню вірогідно неправдивої інформації.

3.2. Ризики інформаційного впливу на прийняття політичних рішень

Стабільне функціонування суспільства неможливе без забезпечення інформаційного простору від деструктивних інформаційних впливів, мета яких — за допомогою формування думок, уявлень, знань, атитюдів, ціннісних орієнтацій наповнити індивідуальну і масову свідомість певним змістом, який стане базисом прогнозованої поведінки. Феномен прихованого деструктивного інформаційного впливу належить до глобальних проблем, властивих усім соціально значущим сторонам суспільного життя. У сучасному суспільстві прихований вплив переважає над силовими методами. Зростання його ефективності пов'язане з революційним науково-технічним прогресом, що спричинив стрімкий розвиток засобів масової комунікації [22, с.31-32].

Як бачимо з попередніх розділів, інформаційний вплив на прийняття політичних рішень може бути супроводжений різними ризиками, серед яких:

- дезінформація та фейки як розповсюдження неправдивої чи прихованої інформації, що може призвести до неправильного розуміння ситуації та прийняття неправильних рішень;
- фільтрація інформації – залежно від джерел та агентів впливу, може відбуватися відбір або приховування певних фактів чи точок зору, що призводить до необ'єктивності в оцінці подій;
- маніпуляції та психологічний тиск, що передбачає здатність впливати на емоції та психологічний стан громадськості і може спричинити ухвалення рішень під впливом неправильного переживання обставин;
- кібератаки та кіберзагрози, які проявляються як атаки на інформаційні системи і можуть викликати розголошення конфіденційної інформації, спотворення даних та інші негативні наслідки;
- залежність від соціальних мереж, оскільки велика кількість людей отримує інформацію через соціальні мережі, що може призвести до формування вузького світогляду та ехо-камер, де особи отримують лише підтвердження своїх власних поглядів;
- лобіювання та корупція, що означає, що інтереси впливових груп або окремих осіб можуть використовувати різні механізми для впливу на прийняття політичних рішень, що може виглядати неправомірним чи недемократичним.

Усі зазначені аспекти викликають низку ризиків для прийняття лідерами держави політичних рішень. Як зазначають І. Похило та А. Слободянюк, зміст оптимального варіанту рішення складає сукупність та взаємодію елементів, що є загальними при пошуку оптимальної дії у будь-яких ситуаціях і обставинах, які притаманні лише процесу вирішення завдань імовірного характеру в умовах невизначеності. По-перше, оптимальним в ситуаціях ризику буде рішення, яке забезпечує для даних умов досягнення потрібного результату при мінімальних витратах. По-друге, оптимальність рішення, яке треба вибрати, залежить від часу, що був витрачений на вибір даного варіанту. Така потреба виникає у зв'язку з існуванням у кожний конкретний момент

об'єктивно необхідного часу, який вже не можна скоротити при виборі ризикового рішення. Інакше виникає загроза появи помилок через недостатність інформації. По-третє, процес прийняття рішень містить в собі врахування особливостей інтересів суб'єктів, які приймають участь у виробці вибору та реалізації рішень. По-четверте, визначення оптимальності альтернативи, що вибирається в умовах невизначеності, передбачає виявлення ймовірності її впливу на рішення, які будуть прийняті у близькому та віддаленому майбутньому. По-п'яте, ситуація, яка обирається в умовах ризику, повинна оцінюватися з позиції ймовірності досягнення передбаченого результату і можливого відхилення від поставленої цілі у даних конкретних умовах. Оптимальними є рішення, що разом з вказаними вище умовами, передбачають обґрунтовану оцінку ймовірного ризику [38, с. 19].

Найбільший негативний інформаційний вплив здійснюється під час інформаційного протистояння держав. Зокрема під час інформаційних воєн саме ризики інформаційної війни здатні породжувати реальні війни та реальні конфлікти. Л. Качковська та Г. Малеончук зазначають, що потрібно розрізняти війну інформаційної ери й інформаційну війну. Перша використовує інформаційну технологію як засіб для успішного проведення бойових операцій. Технології інформаційної ери реалізували теоретичну можливість – пряме маніпулювання інформацією противника. Інформаційна війна, навпаки, розглядає інформацію як окремий об'єкт або потенційну зброю для безпосереднього досягнення поставленої мети. Інформаційні війни в сучасному світі певною мірою є формами соціальної взаємодії різних суб'єктів глобалізації, які керуються у своїх діях стандартами відповідних моделей. Саме тому дія й життєздатність процесів глобалізації передбачають класифікацію агресивних інформаційних впливів з урахуванням їх характеру, спрямованості та адресності [26].

Досвід існуючих в останній час збройних конфліктів показує, що одними з найважливіших механізмів війни стають не тільки зміни у військовій справі, але й інформаційна революція, яка наразі переживає стадію формування.

Перший досвід ведення інформаційної боротьби в оперативному масштабі, як однієї із складових військових протиборств, був започаткований у війні в зоні Перської затоки у 1991 році. Успіх застосування інформаційної зброї не тільки окрилив США в розумінні ролі інформаційної боротьби, але надав приклад іншим державам – як її застосувати. Прикладом її масштабного використання є інформаційна війна, яка ведеться Росією проти України [48, с. 9].

Також дослідники розрізняють електронну війну і психологічну війну. Електронна війна об'єктом свого впливу має засоби електронних комунікацій – радіозв'язку, телевізійних і комп'ютерних мереж. Психологічна війна – здійснюється шляхом пропаганди, «промивання мозку» і іншими методами інформаційної обробки населення [48, с.9].

Під час інформаційних воєн найчастіше використовують інформаційно-психологічні операції (ІПСО) – це спрямовані на вплив на психологічний стан людей та груп населення дії, що виконуються з використанням інформаційних технологій та медіа. Мета ІПСО – зміна психологічного стану цільової аудиторії з метою досягнення бажаного результату, який може бути політичним, економічним, військовим або іншим. ІПСО використовуються в різних сферах, включаючи військові конфлікти, політичні кампанії, маркетинг та рекламу, а також для зміни психологічного стану масової аудиторії в цілях соціальної інженерії та маніпуляції громадською думкою. Поняття ІПСО увійшло до активного наукового вжитку із середини ХХ століття, проте медійну популярність в Україні отримало лише з початком україно-російського протистояння [51, с. 226].

Типовими ознаками ІПСО є синхронність публікацій, фактичні, логічні, мовні помилки, а також нереальність так званих авторів такого матеріалу. Це переважно боти, які ховаються за кодовими іменами на зразок Userrr1234. Того, хто інфопросторі працює на державу в царині психологічних операцій, називають інтернет-тролем. Упродовж року війни в Україні інформаційні чутки про підготовку наступу з білорусі розгортаються щоразу з новою силою і більшим емоційним ефектом, до якого всі вже звикли і не сприймають такі

повідомлення реально. Так звані чутки-страшилки про можливий наступ з боку північного сусіда ширяться в українському медіапросторі від перших днів війни щоразу з новою датою білоруського вторгнення. Ця психологічна операція охоплює одночасно кілька цілей: по-перше, посіяти паніку серед українського населення, зокрема жителів прикордонної території; по-друге, дезорієнтувати українські сили оборони, перекинути їх з інших напрямків до білоруського кордону; по-третє, зробити так, аби білорусь усе ж вступила у війну на стороні росії [53, с. 270].

Офіційно же головні місії спецпідрозділів ПІСО розподіляються на:

– вплив інформацією. Місії військової інформаційної підтримки (MISO) передбачають обмін конкретною інформацією з іноземною аудиторією для впливу на емоції, мотиви, міркування та поведінку іноземних урядів і громадян. Це може включати кібервійну та передові методи комунікації в усіх формах медіа;

– навмисне повідомлення неправди. Місії військового обману використовують психологічну війну, щоб навмисно ввести ворожі сили в оману під час бойової ситуації;

– поради уряду. Міжвідомчі та урядові місії підтримки формують і впливають на прийняття іноземних рішень і поведінку на підтримку цілей держави [27, с. 24].

Тож враховуючи все вище за значенням виникає питання як запобігати таким ризикам чи уникати ризики і негативного інформаційного впливу на прийняття політичних рішень. відповіддю на це питання може стати ефективна державна політика щодо інформаційної безпеки.

Інформаційна безпека – це стійкий стан інформаційної сфери, що забезпечує її цілісність і захищеність об'єктів за наявності негативних внутрішніх і зовнішніх впливів, заснований на усвідомленні людиною своїх цінностей, потреб (життєво важливих інтересів) і цілей розвитку [50, с. 138].

Необхідність гарантування інформаційної безпеки зумовлюється, по-перше, потребою забезпечення національної безпеки України в цілому, по-

друге, існуванням таких загроз інформаційній сфері країни, які можуть завдавати значної шкоди загальним національним інтересам, по-третє, врахуванням того, що за допомогою інформації можна впливати на зміну свідомості і поведінку людей. Завдання інформаційної безпеки – створення системи протидії інформаційним загрозам та захист власного інформаційного простору, інформаційної інфраструктури, інформаційних ресурсів держави. При виникненні криз, загостренні конфліктів інформаційна боротьба може перерости в інформаційну війну, яка здійснюється за допомогою інформаційної зброї. Показниками, виступають цілеспрямованість, масштабність та комплексність дій тощо [2, с. 142].

Ми погоджуємося із М. Шевчуком, що складна воєнно-політична ситуація, що склалася внаслідок збройної агресії Росії проти України, анексії та окупації частини її суверенної території, набуває загроз і в інформаційному просторі. Разом зі стратегічним значенням інформаційного простору для сталого розвитку сучасного суспільства це визначає пріоритетність інформаційної безпеки в системі національної безпеки України. Інформаційна безпека як ключова складова національної безпеки включає такі пріоритетні напрями: забезпечення захисту інформаційного простору та забезпечення безпеки культурного генофонду людства в умовах глобалізації. Важливо ще раз підкреслити, що окрім правових, організаційних та технічних засобів і методів, важливими складовими процесу забезпечення безпеки інформаційного середовища є також соціокультурні аспекти [50, с. 139].

Проте, крім загальнонаціональної державної політики щодо формування національної безпеки в країні, необхідним є комплексна робота з громадянами для підвищення критичного мислення, пояснення основних правил роботи з ШСО та боротьби з маніпуляціями, фейками, дезінформацією. Така ціленаправлена робота в практичній площині може дати гарний позитивний результат, навіть більше ніж директиви та нормативно-правові акти. У сучасному інформаційному суспільстві необхідно ще з школи починати вчити дітей як уникати ризиків інформаційного впливу, розпізнавати фейки та

дезінформацію. Крім того, особливу увагу в сучасній Україні необхідно зосередити на роботі із деокупованими територіями та окупованими територіями, де відбувався та відбувається великий вплив російської пропаганди та промивання містків серед українського населення. Адже, як зазначають Д. Тінін та О. Мислива «вплив та зомбування російською пропагандою спідкає українців скрізь у повсякденному житті. Особливо гостро це питання стоїть на тимчасово окупованих територіях. Нав'язування думки країни-агресора та не правдива інформація дуже швидко розлітається за допомогою засобів масової інформації. ЗМІ є основними засобами, через які ворог намагається здійснити вплив на усвідомлення та оцінку ситуації населення нашої країни. Як показують сучасні реалії, масштабні інформаційні атаки, боти та фейкові витвори є ефективними інструментами для заплутування, залякування, маніпулювання та паніки. Ця проблема виникла через відключення українського телебачення, обмеження доступу до українських сайтів на цих територіях та демонстрації неправдивої інформації. Ці дії ворогу необхідні для примушування населення до співпраці» [46, с. 137].

Також в інформаційному полі за допомогою нових та старих засобів масової інформації необхідно проводити просвітницьку роботу серед дорослого населення. Зокрема, розповідати про основи інформаційно-психологічної безпеки особистості, що включає відповідний рівень теоретичної та практичної підготовки населення, досягнення захищеності та реалізації життєво важливих інтересів особистості, а також гармонійний розвиток, незалежно від існування потенційних загроз інформаційного характеру. Держава повинна мати можливість створювати умови для гармонійного розвитку та задоволення потреб особистості в інформації, при цьому забезпечуючи захищеність навіть у випадку можливих інформаційних загроз. Гарантування, розвиток і ефективне використання інформаційного середовища повинні бути зорієнтовані на інтереси особистості, забезпечуючи захист від різноманітних інформаційних небезпек.

Отже, і наш час інформаційні технології можуть бути використані не тільки для творчих і прогресивних цілей, але й для досягнення політичної, економічної, духовної та військової переваги. Інформаційні технології впливають на сучасний політичний процес. З одного боку, спостерігається позитивна динаміка їх впливу на людину і суспільство, а з іншого, проявляються негативні тенденції, що відображають як складний характер взаємодії людини з новими комп'ютерними системами, так і спроби використовувати їх потенціал для пропаганди насильства, тероризму, людиноненависницької моралі.

З'явився спектр нових інформаційних загроз, які здійснюються за допомогою спеціально підібраної системи інформації та спрямовані на дестабілізацію суспільства. У політичній сфері з'являються нові можливості для маніпулювання суспільною свідомістю, політичними настановами та орієнтаціями різних соціальних груп. Технологічні досягнення, їх широке проникнення та фактична доступність ведуть до формування особливого світовідчуття. Віртуальна реальність суттєво трансформує сучасну політичну дійсність.

Тому підводячи підсумки третього розділу, можемо визначити основне проблемне поле щодо технології інформаційного впливу під час російсько-української війни. Виявляються наступні ключові аспекти та виклики:

- дезінформація та фейки - за допомогою різноманітних інформаційних технологій ведеться активна кампанія дезінформації, що включає в себе розповсюдження фейків та перекручену інформацію;
- маніпуляція громадською думкою – інформаційні технології використовуються для маніпулювання громадською думкою, формування стереотипів та викликання певних реакцій серед населення;
- вплив на соціальні мережі, оскільки інформаційні технології грають ключову роль у впливі на соціальні мережі, де поширюється значна частина інформації та де формується громадська думка;

- кіберзагрози та кібератаки – технології інформаційного впливу також включають в себе кіберзагрози та кібератаки, спрямовані на інформаційну інфраструктуру та комунікаційні системи.

Під впливом сучасних технологічних платформ та мереж змінюється умови існування та розвитку політики. В інтернеті постійно відбувається перекомпонування політичних відносин. Дана якість мережевої взаємодії породжує цілу низку принципово важливих для політики наслідків, що мають прикладний характер.

Інтернет сприяє формуванню нових граней політичних явищ. Завдяки набуттю інформаційним середовищем нових властивостей та нових технологій політичної діяльності змінюються традиційні уявлення про владу, політичні інститути, політичну ідентичність та політичний процес загалом.

Для подолання зазначених проблемних напрямків необхідне напрацювання в сфері державної інформаційної безпеки, а також інформаційно-психологічної безпеки особистості, шляхом постійного навчання та тренінгів.

ВИСНОВКИ

Отже, розглядаючи питання технології інформаційного впливу на прийняття політичних рішень, можемо зробити висновки, що зазначена тема є особливо актуальна для сучасного українського політикуму. Адже, починаючи з 2014 року, українське суспільство постійно піддається різним інформаційним впливам та атакам, що особливо поглибилося після повномасштабного вторгнення російських військ на територію України. Тож в процесі дослідження усі поставлені завдання були виконані, а мета дослідження досягнена.

Відповідно до поставлених завдань, можемо зробити наступні висновки:

- в науковій літературі немає єдиного підходу до поняття «інформаційний вплив», який найчастіше включає взаємодію між трьома складовими – інформацією, технологіями та політичним процесом. Аналіз різних дефініцій поняття «інформаційний вплив» дозволяє зрозуміти, як інформація передається та сприймається у політичному контексті, особливо у віртуальному середовищі. Адже російсько-українська війна показала, що боротьба відбувається не тільки на полі бою, але і у віртуальному середовищі. Також важливим аспектом цього дослідження є розуміння процесу психології прийняття рішень. Тобто мова йде про особливості інформаційного впливу на індивіда, що включає сприйняття інформації та формування політичних переконань. Тож, розкриваючи основні аспекти теоретичних засад дослідження, було запропоноване авторське визначення поняття «інформаційний вплив» - як вплив різноманітної інформації, яка надходить до політиків, чиновників чи громадськості та впливає на формування їхніх поглядів, політичної позиції та політичного вибору;

- у сучасній науці вирізняють два підходи до розгляду проблеми маніпуляційних можливостей ЗМІ: медіаорієнтований і медіацентристський. Згідно з першим підходом, людина розглядається як активний та критично налаштований споживач інформації; ЗМІ не можуть підкорювати свідомість

людини, навпаки, людина адаптує ЗМІ до своїх потреб. Вона вибирає з інформаційного потоку ті повідомлення, які відповідають її потребам, тим самим формуючи ринок інформації. Згідно з медіацентристським підходом, аудиторія ЗМІ розглядається як пасивна маса, схильна до впливу та зовнішнього керування. ЗМІ створюють для цієї анонімної маси нову реальність і ілюзорний світ. Розрізняють старі та нові медіа. До нових характеристик медіа належать: поєднання різних типів мовлення на одному ресурсі; одночасні виклад інформації та її інтерпретація; персоналізація інформації; конкретність формулювання й оприлюднення інформації, орієнтованість її на життєве середовище; адресність – розсилка контенту на електронні адреси (підписки) або ж за допомогою інтернет-телефонії; продукування електронної реклами та вірусного контенту з метою посилення інформаційного впливу на всі категорії аудиторії; інтерактивність через запровадження онлайн-комунікації та інтерактивних чатів (як між користувачами, так і за участі ботів); функціонування стрімінгових відео та музичних сервісів (NETFLIX, Vevo, Spotify, Google Play Music, Apple Music та под.); оцифрування видань, створення електронних архівів тощо. Виникнення нових медіа та їх інтеграція у політичний простір визначають певне проблемне поле для захисту інформаційної безпеки індивіда та держави;

- особливу роль у здійсненні інформаційного впливу на формування громадської думки роблять соціальні мережі. Сучасний інформаційний простір насичений великою кількістю різної інформації, яка дуже часто не оброблюється і не перевіряється, тому стає досить ефективною зброєю під час інформаційної війни. Соціальні мережі використовують низку інструментів для здійснення маніпулювання на свідомість громадськості. До методів інформаційного впливу в соціальних мережах належать: метод відволікання уваги, метод дезінформації, метод історичних аналогій, метод міфів, метод закидання брудом, метод використання стереотипів, метод створення проблем, а потім пропонування способів їх вирішення, чутки, фейки та інші. Окремим напрямом впливу на громадську думку в соціальних мережах є

блогінг. Блогери нині є більш популярними, ніж традиційні медійні персони. Вони можуть маніпулювати свідомістю своєї аудиторії зокрема і в політичній сфері. Особливу роль у блогінгу відіграє саме політичний відеоблог – це огляд політичних подій у світі. Зазвичай аудиторія, яка підписана на того чи іншого політичного блогера розділяє його думку, тому він має безпосередній вплив на формування та мотивацію до дії своєї аудиторії;

- у сучасному інформаційному просторі вирізняють конструктивну інформацію та деструктивну інформацію. Саме деструктивна інформація є проявом негативного інформаційного впливу на громадянське суспільство. Питання негативного інформаційного впливу є особливо актуальним сьогодні, враховуючи російсько-українську війну не тільки в фізичному контексті, а й і в інформаційному. Адже негативні інформаційні потоки впливають не лише на прийняття політичних рішень, а і на психологічну стабільність населення. Велика кількість негативної інформації сприяє тому, що виникає низка фейків, неправдивої інформації, дезінформації, що несе низку загроз для державності. Негативний інформаційний вплив включає наступні інструменти: пропаганду, дезінформацію, фейки та фотофейки, кібербулінг, використання електронної пошти, тролів та ботів, комп'ютерні ігри, смартмоби. Всі ці негативні інформаційні потоки здатні контролювати будь-яку сферу життєдіяльності суспільства, якщо вчасно не протидіяти і не запобігати їм;

- виникнення інформаційного впливу на прийняття політичних рішень створює низку ризиків в процесі державотворення. Адже стабільне функціонування суспільства майже неможливе без безпечного інформаційного простору. Адже низка інструментів, які впливають на свідомість населення здатні підірвати психологічний стан людей. У такому випадку мова може йти про інформаційну війну. Під час інформаційних воєн досить часто застосовуються інформаційно-психологічні операції – дії, які спрямовані на психологічний стан людей і виконуються з використанням інформаційних технологій та медіа. Особливого поширення інформаційно-

психологічні операції набули під час російсько-української війни і становлять пряму загрозу для українського народу;

- тож, розглядаючи основні рекомендації щодо уникнення інформаційного впливу на прийняття політичних рішень, необхідним є вироблення чіткої концепції державної інформаційної безпеки та організація роботи з населенням в практичній площині. Зокрема, проводити інформаційну просвіту для школярів у школах; для дорослого населення реалізовувати навчання та тренінги, розповідаючи, що таке індивідуальна інформаційно-психологічна безпека; окремим напрямком роботи в цьому полі має стати робота з населенням, яке перебуває під окупацією або було деокупованим. Саме ці питання залишаються відкритими для наступних теоретичних досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Авер'янова Н., Воропаєва, Т. Інформаційна безпека України: соціально-філософські аспекти. *Молодий вчений*. 2020. 10 (86). 297-303. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-10-86-61>
2. Аніщук В. Інформаційна безпека як об'єкт посягання злочинів проти основ національної безпеки України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Право. 2023. Том 2. №77. С. 139-143.
3. Бебик В. Технології, процеси, типи і правила ухвалення політичних рішень. *Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова*. 2009. №1. С. 11-18.
4. Бойко Ю., Ковальська Л. Соціальні мережі як зброя та інструмент впливу в умовах інформаційної війни. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. 2021. Т. 1. №13. С. 235-239.
5. Борисова Л., Закора О., Фещенко А. Концептуальні засади інформаційної безпеки. URL: <http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/11892/1/%D0%94%D0%A3.%20%D0%91%D0%BE%D1%80%D0%B8%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%283%29.pdf>
6. Була С., Свідерська О. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. *Науковий журнал «ПОЛІТИКУС»*. 2022. Вип. 5. С. 21-25.
7. Вайер А. Місце політичних рішень в процесі розвитку сучасної України. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 63. С. 194-205.
8. Васьківська О. Є. Особливості інформаційних каналів соціальних мереж під час російсько-української війни. *Актуальні проблеми науки, освіти та суспільства в сучасних умовах: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції*. Полтава: ЦФЕНД, 2022. Ч. 2. С. 72-73
9. Вдовіченка О., Родіонова Н., Тішко Л. Вплив соціальних мереж на динаміку соціального конфлікту. *Держава та регіони*. Серія: Соціальні комунікації, 2022 р., № 1 (49). С. 107-113.

10. Велічко, А. В. Інформаційно-психологічний вплив на особистість під час війни в Україні. *Особистість, суспільство, війна: тези доп. учасників міжнар. психолог. форуму (м. Харків, 7 квіт. 2023 р.)* / МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2023. С. 48-50.
11. Вінникова Н. Сутність політичного рішення: від традиції до новації. *Український науковий журнал "Освіта регіону"*. 2010. №4. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/contents/10>
12. Вітман К., Кормич А. Відеоблоги як інноваційний засіб політичної комунікації. *Актуальні проблеми політики*. 2021. Вип. 68. С. 52-57.
13. Волошина Н., Череватий С. Інформаційний вплив на громадську думку українського суспільства. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. 2015. № 2. С. 144-149.
14. Воронова Т. Трансформація системи соціально-політичної комунікації держави: вплив соціальних (інтернет) мереж. *Науково-теоретичний альманах Грані*. 2023. 26(2), 84-89. <https://doi.org/10.15421/172331>
15. Горбенко Н. Медіатизація та вплив ЗМІ на політичний порядок денний. *Актуальні проблеми політики*. 2021. Вип. 67. С. 53-60.
16. Гулай В. В., Базилюк К. Ф. Інформаційно-психологічна складова гібридної війни Російської Федерації проти України (2014-2021 рр.): теоретико-методологічні засади дослідження. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects: Scientific monograph*. Riga, Latvia: "Baltija Publishing", 2022. С. 873-882. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-107>
17. Дроботун Д. С. Медіафактор у діяльності політичних еліт. *Політикус : наук. журнал*. 2021. № 4. С. 33–38.
18. Жданова І., Бондаренко Л., Велічко А. Психологічні аспекти інформаційного впливу під час воєнних дій в Україні. *ГАБІТУС*. 2022. Випуск 41. С. 222-226.

19. Заборовський В. Інформаційно-психологічний вплив на супротивника у війнах: історичний досвід. *Психологічні та педагогічні проблеми професійної освіти та патріотичного виховання персоналу системи МВС України* : тези доп. наук.-практ. конф. (м. Харків, 27 берез. 2020 р.) / МВС України, Харків. нац. ун-т внутр. справ. Харків, 2020. С. 29-32.
20. Завгородня О. Інформаційно-психологічний вплив на громадян під час загрозливих подій. *ГАБІТУС*. 2022. Вип 36. С. 53-57.
21. Завгородня Ю. Кіберконфлікти як елемент політичних технологій в інформаційному просторі. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. (32). С. 144-148. <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i32.1040>
22. Зіменко О. Інформаційний вплив: поняття та еволюція в сучасній науковій думці. *Вісник Харківської державної академії культури* : зб. наук. пр. 2021. Вип. 60. С. 24-35.
23. Інформаційна гігієна і Білий Список медіа. URL: <https://www.proofofbrain.io/@baluvana-galia/informacijna-gigiyena-i-bilij-spisok-media>
24. Карпчук Н. Медіа як невоєнний метод впливу в гібридній війні. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2018. № 2 (4). С. 41-49.
25. Качинська К. Засоби інтернет-комунікацій як важливий інструмент масової маніпуляції свідомістю. *Інформація і право*. 2016. № 4(19). С. 71-84.
26. Качковська Л., Малеончук Г., Зінюк Д. Інформаційний вплив в умовах гібридної війни. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2022. № 3 (14). С. 87-102.
27. Ковалевська-Славова А. Комунікативна структура сучасних ПІСО. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2023. Том 34 (73) № 2 Ч. 1. С. 23 – 28.

28. Козьмініх А. Негативний інформаційний вплив на сучасне громадянське суспільство. *Науковий журнал «ПОЛІТИКУС»*. 2020. Випуск 3. С. 38-43.
29. Кокарча Ю. Соціальні мережі як чинник політичного впливу в умовах розвитку демократичної політичної культури: дис. ... канд. політ. наук : 23.00.03 / Кокарча Юлія Анатоліївна ; Нац. пед. ун-т ім. М.П.Драгоманова. Київ, 2020. 240 с.
30. Комар О. Soft power і пропаганда у російсько-українській війні: епістемологічний аналіз. *Українознавчий альманах*. 2022. Випуск 30. С. 82-88.
31. Костельнюк М. Маніпуляційні технології в політичних процесах: термінологічний інструментарій. *Грані*. 2018. 21(5). С.123-132.
32. Костеньова І., Яковець А. Медіа як інструмент ведення інформаційної війни у міжнародних конфліктах. *The 11 th International scientific and practical conference "International scientific innovations in human life"* (May 11-13, 2022) Cognum Publishing House, Manchester, United Kingdom. 2022. С. 607-623.
33. Лазор К. П. Віртуальні мережі як нова форма політичної активності. *Proceedings of VI International Scientific and Practical Conference "Science and Innovation of Modern World"*. London, United Kingdom, 23-25 February 2023. С. 474-478.
34. Новосельський І. Ф. Конвергенція медіа як чинник розвитку інформаційного простору України: політологічний аспект. *Політикус : наук. журнал*. 2020. № 3. С. 58–65.
35. Остроухов В., Петрик В. До проблеми забезпечення інформаційної безпеки України. *Політичний менеджмент*. 2008. №4. С. 135-141
36. Панченко О., Кабанцева А. Людська психіка в інформаційній небезпеці. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*. Серія: Державне управління. 2020. Том 31 (70) № 3. С.226-233.

37. Пиголенко І., Северинчик О., Щапова А. Вплив ЗМІ на формування політичної свідомості. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2022. Вип. 39. - С. 120-125.

38. Похило І. Д., Слободянюк А. В. Ризик як складова прийняття політичного рішення політичним лідером. *Політичне життя*. 2017. №1 (2). С. 16-20.

39. Примуш М., Осмолівська А. Інформаційний вимір політичних конфліктів: теоретичні підходи та практичне втілення. *«ПОЛІТИЧНЕ ЖИТТЯ»*. 2022. №2. С. 36-42.

40. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 № 2657-ХІІ. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>

41. Прокрустове ложе “масової комунікації”, або Технології маніпулювання інформацією. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/4258/2002-03-20-prokrustove-lozhe-masovoi-komunikatsii-abo-tekhnologii-manipulyuvannya-informatsiieyu/>

42. Проноза І. І. Засоби масової інформації і комунікації в інформаційній війні як сучасна політична практика. *Політикус : наук. журнал*. 2020. № 3. С. 65–70.

43. Рудик М. Вплив соціальних медіа на формування громадської думки. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2020. Випуск 48. С. 198–206

44. Саврацька К., Бондарчук О. Вплив медіа на політичний вибір дорослої особистості. *Освіта і наука - 2023 : збірник наукових праць учасників звітнонаукової конференції студентів та аспірантів Факультету психології Українського державного університету імені Михайла Драгоманова (3-7 квітня 2023 року, м. Київ) [Електронне видання] / Ред. колегія: Л.М. Вольнова. Київ, 2023. URL: https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/40085/Osvita%20i%20nauka_2023.pdf?sequence=1#page=254*

45. Тарасенко Я. Основні проблеми комп'ютеризованого виявлення відмінностей між інформаційним впливом та пропагандою. *Сучасний рух науки: тези доп. XII міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*, 1-2 квітня 2021 р. Дніпро, Україна, 2021. Т.2. 512 с.

46. Тінін Д., Мислива О. Деякі аспекти інформаційної безпеки українського населення на тимчасово окупованих територіях. *Матеріали конференцій МЦНД, (23.06.2023; Полтава, Україна). 2023. С. 137–138.*

47. Хорошко В., Хохлачова Ю. Інформаційна війна. ЗМІ як інструмент інформаційного впливу на суспільство (частина 1). *Безпека інформації*. 2016. Т. 22, № 3. С. 283-288. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bezin_2016_22_3_9

48. Хорошко В., Хохлачова Ю., Прокоф'єв М. Концепція застосування інформаційних впливів та протидія інформаційній зброї. *Правове, нормативне та метрологічне забезпечення системи захисту інформації в Україні*. 2016. Вип. 1 (31). С. 9-23.

49. Чистоклетов Л., Шишко В. Інформаційно-психологічні впливи як невід'ємна складова парадигми інформаційної безпеки. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ*. 2012. №2 (1). С. 183-193.

50. Шевчук М.О. До питання генези поняття інформаційної безпеки як складової національної безпеки. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету*. 2023. Серія ПРАВО. Випуск 78: частина 2. С. 134-139.

51. Шмаленко Ю. Використання інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) у сучасній війні в Україні. *Європейські орієнтири розвитку України в умовах війни та глобальних викликів XXI століття: синергія наукових, освітніх та технологічних рішень* : у 2 т. : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 19 травня 2023 р.) / за загальною редакцією С. В. Ківалова. – Одеса : Видавництво «Юридика», 2023. Т. 1. С. 226-229.

52. Шмаленко Ю., Ячменьова Є. Маніпуляція громадською думкою через соціальні мережі. Трансформація українського суспільства в цифрову

еру : *Матеріали II всеукраїнської науково-практичної конференції* (м. Одеса, 23 березня 2023 р.) Одеса: Нац. ун-т «Одес. юрид. акад.», 2023. С.296-301.

53. Шульська Н., Букіна Н., Адамчук Н. Типологічні маркери інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) в умовах війни в медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Філологія. Журналістика. 2023. Том 34 (73) № 1 Ч. 2. С. 266-273.

54. Юзова І., Пацек П. Інформаційно-психологічний вплив противника та протидія йому в умовах ведення гібридних війн. *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України*. 2020. № 3. С. 61-68. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nitps_2020_3_9

ДОДАТКИ

Інструменти розпізнання фотофейків

Один з простих методів перевірки автентичності фотографії полягає в визначенні її першого виявлення в Інтернеті. Для цього можна використовувати пошук зображень у пошуковому двигуні Google або використовувати інструменти, такі як Google Lens або Google Об'єктив, останній з яких став недавно доступним. Зокрема, Google Об'єктив дозволяє ідентифікувати предмети на фотографії, визначити місце її зйомки та знайти новини, в яких зустрічається подібне зображення, будівля чи особа.

RevEye - розширення для Google Chrome, яке суттєво спрощує перевірку зображень.

Bing - пошуковик від Microsoft, який допомагає здійснювати пошук за деталями на зображенні, визначає текст на фотографії та здійснює пошук за текстом інше.

Розширення Search by Image для Google Chrome дозволяє одночасно виконувати пошук у десятках ресурсів. Зокрема, в ньому використовується TinEye, улюблений ресурс фактчекерів, який сортує знайдені зображення за часом і допомагає визначити, коли фотографія вперше з'явилася в Інтернеті.


Фотошоп можна перевірити за допомогою інструмента InVID – він може вказати, чи проводилися з фото якісь маніпуляції. Наприклад, у соцмережах поширювалася фотографія з американським актором Арнольдом Шварценегером, на футболці якого був намальований тимчасово окупований Крим та напис «I'll be back», що перекладається як «Я повернусь». Проте аналіз інструментами, такими як inVID або Forensically, вказує, що елементи, додані до фотографії, різко відрізняються за кольором. Цей аналіз рівня помилок (ELA) свідчить про те, що до зображення були внесені зміни в редакторі, а оригінальна фотографія актора на футболці не містила жодних малюнків.

Forensic

It provides an enhanced toolkit to detect image forgeries

⚠ This enhanced forensic toolkit aims to help you detect alterations in manipulated images. You should avoid More filters are highlighting the same zone, more suspicious is that particular area of the image. Please take artefacts (which means false positives are possible). Some complex textures or excess of luminance may a resolution available (even by searching through similarity for higher resolution identical images).

Analysed Image ↔ NEW IMAGE



Analysed Image ↔ NEW IMAGE



FameFlynet Pictures

3 / 11

