

Хмельницький національний університет  
Факультет міжнародних відносин і права  
Кафедра міжнародної комунікації та політології

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
Соціальні мережі як інструмент політичних маніпуляцій

Рівень вищої освіти Перший (бакалаврський)

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність 052 Політологія


Освітня програма Політологія

Шифр

Виконала: студент 4-го курсу  
група ПОЛ-21-1

  
Вікторія ВЕРЕСЮК

Керівник  
канд. пед. наук.

  
Олеся ПОСВІСТАК

Нормоконтролер

  
Світлана КОЗАЧЕНКО

До захисту допускаю:  
Зав. кафедри міжнародної  
комунікації та політології  
канд. політ. наук, доц.

  
Ольга ЗАСЛАВСЬКА

16 06 2025 р.

Хмельницький 2025

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**  
**ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет Міжнародних відносин і права  
Кафедра Міжнародної комунікації та політології

Рівень вищої освіти: Перший (бакалаврський)  
Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки  
Спеціальність: 052 Політологія  
Освітня програма: Освітньо-професійна програма "Політологія"

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри  
міжнародної  
комунікації та політології  
Ольга ЗАСЛАВСЬКА  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2025 р.

**ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Вересюк Вікторії Олександрівни

**1. Тема кваліфікаційної роботи:** Соціальні мережі як інструмент політичних маніпуляцій

**Керівник кваліфікаційної роботи:** Д-р. психол. н. проф. кафедри Міжнародної комунікації та політології  
Посвістак Олеся Анатоліївна

**2. Строк подання студентом роботи на кафедру:** \_\_\_\_\_ 2025 р.

**3. Вихідні дані до роботи:** Теоретичні праці з політології, медіалогії, соціальної психології; аналітичні матеріали щодо використання соціальних мереж у політичних процесах; статистичні дані про користування соцмережами в Україні; кейси політичних кампаній.

**4. Зміст пояснювальної записки:** аналіз теоретичних засад політичних маніпуляцій; дослідження ролі соціальних мереж у політичній комунікації; вивчення технологій та методів політичних маніпуляцій у соцмережах; оцінка

впливу соціальних мереж на політичні процеси та громадську думку; аналіз українського досвіду використання соцмереж для політичних маніпуляцій

**5. Дата видачі завдання** \_\_\_\_\_

Керівник \_\_\_\_\_ Посвістак О.А.

Завдання прийняла до виконання \_\_\_\_\_ Вересюк В.О.

досвіду використання соцмереж для політичних маніпуляцій

**5. Перелік графічного матеріалу:** Схеми, таблиці, діаграми, що ілюструють механізми політичних маніпуляцій у соцмережах.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

<b>Назва етапів кваліфікаційної роботи</b>	<b>Строк виконання</b>	<b>Примітка</b>
Вибір теми дослідження. Визначення об'єкта і предмета дослідження, постановка мети і завдань	До _____ 2025 р.	виконано
Визначення теоретико-методологічних засад дослідження. З'ясування актуальності проблеми	До _____ 2025 р.	виконано
Оформлення вступу кваліфікаційної роботи	До _____ 2025 р.	виконано
I розділ кваліфікаційної роботи	До _____ 2025 р.	виконано
II розділ кваліфікаційної роботи	До _____ 2025 р.	виконано
III розділ кваліфікаційної роботи	До _____ 2025 р.	виконано
Загальні висновки	До _____ 2025 р.	виконано
Оформлення кваліфікаційної роботи	До _____ 2025 р.	виконано
Попередній захист кваліфікаційної роботи	_____ червня 2025 р.	виконано
Захист кваліфікаційної роботи	_____ червня 2025 р.	виконано

Керівник \_\_\_\_\_ Посвістак О.А.

Завдання прийняла до виконання \_\_\_\_\_ Вересюк В.О.

## **АНОТАЦІЯ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ**

**Тема кваліфікаційної роботи** «Соціальні мережі як інструмент політичних маніпуляцій»

**Студент:** Вересюк Вікторія Олександрівна

**Керівник:** Посвістак Олеся Анатоліївна

Кваліфікаційна робота включає 64 сторінки, 17 таблиць, 9 рисунків, перелік джерел посилання складає 31 найменування, 1 додаток.

**Ключові слова:** політичні маніпуляції, соціальні мережі, політична комунікація, інформаційний вплив, громадська думка, політичні технології, медіа-маніпуляції.

**Об'єктом дослідження** є процеси політичних маніпуляцій у сучасному інформаційному просторі.

**Предметом дослідження** є соціальні мережі як інструмент здійснення політичних маніпуляцій та їх вплив на формування громадської думки.

За результатами дослідження розроблено комплексний аналіз механізмів політичних маніпуляцій у соціальних мережах, систематизовано основні технології та методи маніпулятивного впливу, оцінено роль соцмереж у політичних процесах України.

Одержані результати можуть бути використані для розробки стратегій протидії маніпулятивним впливам, підвищення медіаграмотності громадян, удосконалення системи політичної комунікації.

**Випускник** \_\_\_\_\_ Вересюк В.О

**Дата подання кваліфікаційної роботи до захисту** \_\_\_\_\_  
2025 р.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ	9
1.1. Поняття політичних маніпуляцій	9
1.2. Соціальні мережі як інструмент політичної комунікації	15
РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ	3
ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	31
2.1. Технології та методи політичних маніпуляцій у соціальних мережах	31
2.2. Вплив соціальних мереж на політичні процеси та громадську думку	38
РОЗДІЛ 3. ПОЛІТИЧНІ МАНІПУЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ: РОЛЬ	
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ	46
3.1. Аналіз використання соціальних мереж у політичних кампаніях в	
Україні	46
3.2. Особливості маніпулятивних технологій в українському	
політичному просторі	50
ВИСНОВКИ	57
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	61
ДОДАТКИ	64

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій та масового поширення соціальних мереж кардинально змінюється характер політичної комунікації. Соціальні мережі перетворилися на потужний інструмент формування громадської думки та політичної поведінки громадян. Водночас вони стали новим простором для здійснення політичних маніпуляцій, що створює серйозні виклики для демократичних процесів.

Особливої актуальності ця проблема набуває в контексті українських реалій, де соціальні мережі відіграють ключову роль у політичному житті суспільства. Події останніх років, включаючи виборчі кампанії та суспільно-політичні кризи, яскраво продемонстрували масштаби використання соцмереж для маніпулятивного впливу на громадську думку.

Необхідність дослідження цієї проблематики зумовлена потребою розуміння механізмів політичних маніпуляцій у цифровому просторі, їх впливу на демократичні процеси та розробки ефективних засобів протидії деструктивним інформаційним впливам.

**Ступінь розробленості проблеми.** Проблематика політичних маніпуляцій досліджується в працях таких зарубіжних учених, як Г. Шиллер, Н. Хомський, Р. Чалдіні, а також вітчизняних дослідників - О. Бойко, Г. Почепцова, В. Бебика, О. Требіна. Питання використання соціальних мереж у політичній комунікації розглядають М. Кастельс, Дж. Наїсбітт, А. Тоффлер, серед українських науковців - В. Іванов, О. Литвиненко, Т. Приступенко.

Однак комплексного дослідження соціальних мереж як інструменту політичних маніпуляцій в українському контексті досі не проводилося, що зумовлює необхідність даного дослідження.

**Мета дослідження** - комплексний аналіз ролі соціальних мереж як інструменту політичних маніпуляцій та їх впливу на політичні процеси в Україні.

**Завдання дослідження:**

- дослідити теоретичні засади політичних маніпуляцій та роль соціальних мереж у політичній комунікації;
- проаналізувати технології та методи політичних маніпуляцій у соціальних мережах;
- оцінити вплив соціальних мереж на політичні процеси та формування громадської думки;
- дослідити особливості використання соціальних мереж для політичних маніпуляцій в Україні;
- розробити рекомендації щодо протидії маніпулятивним впливам у соціальних мережах.

**Об'єкт дослідження** - політичні маніпуляції у сучасному інформаційному просторі.

**Предмет дослідження** - соціальні мережі як інструмент здійснення політичних маніпуляцій та їх вплив на формування громадської думки.

**Методи дослідження.** У роботі використано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів: системний підхід для комплексного аналізу феномену політичних маніпуляцій; порівняльний метод для зіставлення різних підходів до розуміння маніпулятивних технологій; контент-аналіз для дослідження маніпулятивного контенту в соціальних мережах; кейс-стаді для аналізу конкретних випадків політичних маніпуляцій в Україні.

**Джерельна база дослідження** включає теоретичні праці з політології, соціології, психології та медіакомунікацій; аналітичні матеріали міжнародних організацій; статистичні дані щодо використання соціальних мереж; матеріали українських ЗМІ та соціальних мереж.

**Наукова новизна роботи** полягає в комплексному дослідженні соціальних мереж як інструменту політичних маніпуляцій в українському контексті, систематизації основних технологій маніпулятивного впливу в цифровому просторі та розробці рекомендацій щодо протидії таким впливам.

**Практичне значення** результатів дослідження полягає в можливості їх використання для розробки стратегій інформаційної безпеки, підвищення медіаграмотності громадян, удосконалення системи політичної комунікації та протидії деструктивним інформаційним впливам.

**Структура роботи.** Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 64 сторінки.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

### 1.1. Поняття політичних маніпуляцій

Феномен політичних маніпуляцій є одним із найбільш актуальних та складних явищ сучасної політичної науки. Особливої гостроти ця проблема набуває в умовах розвитку інформаційного суспільства та демократичних свобод, коли традиційні засоби впливу втрачають свою ефективність і на зміну їм приходять нові методики.

Етимологічні корені слова "маніпуляція" сягають латинської мови, де "manus" означає руку (manipulus – жменя, горстка, що утворилося від "manus" – рука та "ple" – заповнювати). Первинний зміст цього терміну позначав складні дії, що виконувалися за допомогою рук і потребували особливої майстерності. Згідно з "Новим тлумачним словником української мови", поняття "маніпуляція" трактується як "складна дія, що виконується руками і зазвичай потребує спритності, навичок тощо; процедура, операція. Аналогічно махінації, обману" [19, с. 188].

У переносному розумінні термін характеризується як підступна або корислива дія обманної природи, призначена для формування у свідомості маніпульованого об'єкта різних ілюзій щодо сприйняття реальних явищ. Саме в такому контексті найчастіше застосовується політичне маніпулювання.

У науковому дискурсі представлено кілька концепцій визначення політичного маніпулювання. Передусім, політичне маніпулювання трактується як комплекс методів ідеологічного та духовно-психологічного впливу на колективну свідомість з метою імплантації конкретних ідей, цінностей, а також спрямований вплив на суспільну думку і політичну поведінку для їх орієнтації у бажаному напрямку.

О. Бойко характеризує політичне маніпулювання як ефективний механізм латентного впливу на людську психіку і масову поведінку, що інтенсивно застосовується у процесі боротьби за владу та спробах її зберегти [2, с. 234].

М. В. Бородчак стверджує, що маніпулювання масами являє собою метод домінування через вплив на людей шляхом програмування їхньої поведінки. Ця дія, спрямована на психічні структури особистості, реалізується приховано і має на меті трансформацію думок, мотивів, цілей та поведінки людей відповідно до потреб влади [3, с. 260]. Дослідник вбачає одну з причин суспільної кризи у свідомій орієнтації влади на обман населення, цинічне маніпулювання громадськими настроями. На його переконання, управління народними масами можливе двома шляхами: тоталітарна система управління та розділення людей через пропаганду індивідуалістичних принципів.

Політичне маніпулювання являє собою латентне керування політичною свідомістю і поведінкою індивідів з метою спонукати їх до дії або бездіяльності в інтересах маніпуляторів, тобто нав'язування волі маніпулятора у вигляді прихованого впливу. Політичному маніпулюванню властиві латентність (маскування) дії, цілеспрямований вплив на масову аудиторію, прагнення маніпулятора направити суспільні настрої та поведінку у бажаному напрямку. Основною метою політичного маніпулювання є отримання, реалізація і збереження (утримання) влади. Успішним політичне маніпулювання буде тоді, коли об'єкти політичних маніпулювань впевнені в тому, що все що відбувається в суспільстві є природним і неминучим.

Єфтені Н. М. ділить управління людиною на два основних типи: відкрите (явне) і приховане (латентне). Якщо управління має явний характер, цілі ставляться і здійснюються відкрито, при латентному – замовчуються, приховуються. Перевага того чи іншого типу залежить від ступеня розбіжності інтересів керованих і керуючих; цивілізованості суспільства;

можливостей і вміння правлячої еліти використовувати різні способи прихованого впливу на маси [16, с. 239].

У науковій літературі виділяють три основні підходи до оцінки маніпуляції: деструктивний, конструктивний та нейтральний.

Систематизувати ці підходи допомагає наступна таблиця:

**Таблиця 1.1 - Основні підходи до розуміння політичних маніпуляцій**

Підхід	Характеристика	Представники	Ключові ознаки
Деструктивний	Розглядає маніпуляції як негативне явище, що шкодить людині і суспільству	Т. Дейк, Е. Шостром	Форма незаконного впливу, зловживання владою, експлуатація об'єкта
Конструктивний	Визнає можливість позитивного використання маніпулятивних технологій	А. Живалевіч	Приховане мотивування для досягнення спільних цілей, захисний засіб
Нейтральний	Прагне абстрагуватися від етичної оцінки явища	Є. Доценко, Ю. Єрмаков	Психологічний вплив без моральної оцінки, акцент на механізмах дії

*Джерело: складено автором на основі [13, 16]*

Формування теоретичних основ маніпуляції бере початок від давньогрецької софістики (від грец. *sophisma* – вимисел, хитрощі, підступ) – свідомого застосування у дискусіях і доведеннях хибних аргументів, що базуються на навмисному порушенні логічних принципів. Серед перших теоретиків маніпулятивних технік називають італійського філософа Н. Макіавеллі. Його відома робота "Державець" пропонує поради для володарів стосовно здобуття та утримання влади, керування підданими. Макіавеллі зазначав: "значні досягнення мали ті правителі, котрі мало дбали про дотримання обіцянок, вміли хитрістю заплутати людей і таким способом, врешті-решт, перемогли тих, хто покладався на чесність".

Макіавеллі також уперше запровадив у політичну теорію концепцію "натовпу", розуміючи під ним масу людей, які погано розбираються в тому, що насправді представляє собою володар, а звертають увагу винятково на те, що демонструє або як подає себе правитель. Принципово важливо

розмежовувати концепції народу та натовпу: перші більшою мірою покладаються на розум, в той час як другі – на емоції та пристрасті.

Наприкінці XIX – у середині XX століття до питань маніпулювання колективною свідомістю зверталися провідні дослідники того періоду, які досліджували природу і особливості масових рухів – Г. Лебон, Х. Ортега-і-Гассет, А. Грамші, Г. Лассуел. Французький психолог Г. Лебон у дослідженні "Психологія мас" визначив основні характеристики мас, які створювали можливості для контролю над людьми: відчуття нездоланої могутності, інфекційність, схильність людей до навіювання [1, с. 177]. Іспанський мислитель Хосе Ортега-і-Гассет у творі "Повстання мас" підкреслював, що маса "має право надавати рух і силу закону своїм примітивним уявленням", що акцентує роль мас у політичних процесах та можливість кваліфікованого керування їх свідомістю і діями.

А. Грамші створив теорію гегемонії, стверджуючи, що головним інструментом влади в управлінні народом виступає не стільки примус, скільки переконання. Гегемонія досягається через отримання певного ступеня "активної" згоди суспільства на управління ним і впливає на всю спільноту як динамічний процес. Значущою для розуміння політичного маніпулювання є робота Г. Лассуела "Техніка пропаганди в світовій війні" (1927), де пропаганда розглядається як намагання змінити переконання людей, засіб "масового переконування" [11, с. 20].

Необхідно чітко розрізняти маніпуляцію та пропаганду. По-перше, пропаганда являє собою намагання навіяти, переконати у правильності конкретної позиції щодо дійсності, тоді як маніпуляція – метод досягти підтримки таких владних дій, які без застосування спеціальних маніпулятивних методів суспільство б не прийняло. По-друге, суб'єкт пропаганди зазвичай ідентифікований, а головною особливістю маніпуляції є приховування суб'єкта впливу.

В другій половині XX століття з'явилися початкові наукові дослідження, спрямовані на безпосереднє вивчення маніпулятивних процесів.

Німецький соціолог Г. Франк у дослідженні "Маніпульована людина" (1964) охарактеризував маніпуляцію як "психологічний вплив, що здійснюється приховано і, відповідно, завдає шкоди тим індивідам, проти яких він направлений" [11, с. 21].

Сучасні вітчизняні науковці інтенсивно досліджують питання політичної маніпуляції. К. В. Боярова виокремлює в політичному маніпулюванні такі елементи: впровадження в колективну свідомість під маскою об'єктивних даних бажаного для певної групи контенту; вплив на чутливі аспекти суспільної свідомості, що породжують страх, занепокоєння, ворожість; втілення декларованих і латентних намірів, досягнення яких маніпулятор пов'язує з підтримкою громадською думкою власної позиції [1, с. 167].

М. В. Бородчак зауважує, що технологія загальнонаціонального маніпулювання базується на цілеспрямованому, послідовному та систематичному внесенні у масову свідомість соціально-політичних міфів, стереотипів, ілюзій, концепцій, принципів тощо, які мають сприйматися без критичного аналізу, на основі довіри [3, с. 198]. С. Грабовська підкреслює, що "якщо сучасна людина більше не довіряє природній магії, то вона, безумовно, практикує певний вид 'соціальної магії'" [9, с. 20].

Інструменти політичного маніпулювання можна систематизувати за різними параметрами: за відповідністю діючому законодавству (санкціоновані законом і ті, що виходять за рамки правових норм); за методом впливу (відкриті і приховані); за призначенням (PR, агітація тощо); за структурою (агітаційні, економічні, адміністративні та провокативні); за змістовим спрямуванням (реклама і контрреклама); за масштабом впливу (міжперсональні, групові і масові); за інформаційними каналами (друковані, електронні, зовнішні).

Усі методи політичних маніпулювань базуються на формуванні та впровадженні в масову свідомість соціальних міфів – концепцій, які підтримують інтереси маніпуляторів і сприймаються більшістю без

грунтового аналізу, на основі довіри. Нові політичні міфи розробляються за детальним планом, відповідно до індивідуальної та групової психології людей і цілей маніпуляторів.

Процес політичного маніпулювання включає такі етапи: активізація зацікавленості в потенційного об'єкта маніпулювання до дій, висловлювань маніпулятора; завоювання маніпулятором довіри об'єкта маніпулятивних дій; зацікавлення інтригою; маневр відведення уваги (переключення уваги об'єкта маніпулювання на другорядний аспект); заміна, приховування; фіксація сфабрикованого результату; латентне або відкрите спонукання об'єкта маніпулювання до дій, потрібних маніпуляторів.

Політичні маніпуляції реалізуються на різних шаблонах: міжперсональному, внутрішньогруповому, міжгруповому та масовому. На міжперсональному та внутрішньогруповому шаблонах застосовують комплекс певних маніпулятивних методів, а на міжгруповому та масовому шаблонах функціонують маніпулятивні технології.

На міжперсональному шаблоні маніпулятор експлуатує свої особистісні ресурси, психологічну перевагу над опонентом під час комунікації. На груповому шаблоні маніпулятор взаємодіє з колективом, використовуючи специфіку поведінки індивіда в групі. Комунікація на масовому шаблоні відбувається через посередників, зокрема через медіа.

Особливої ваги маніпуляція набуває, коли претенденти на здобуття влади впливають на створення необхідної для них громадської думки. Нерідко такі методи впливу виходять за межі правового простору, що спричинює проблеми в суспільстві та підвищення соціальної напруженості.

Масштаби використання маніпулятивних технологій зростають прискореними темпами у міру розвитку цивілізації. Причинами цього є збільшення конфліктного потенціалу суспільства внаслідок підвищення рівня соціальної нерівності, що генерує потребу в обмані, усвідомлення суспільством наявної нерівності.

На сучасному етапі в Україні випадки політичного маніпулювання як у виборчих кампаніях, так і у практиках політичного керування набули широкого розповсюдження. Сучасні науковці зазначають, що в умовах України політичне маніпулювання отримує статус самостійної політичної діяльності та є однією з основ системи політичних комунікацій.

І. Поліщук та С. Рум'янцева справедливо підкреслюють, що "сучасна людина не може уникнути впливу інформаційних потоків, що надходять від друкованих медіа, телебачення, радіо, мережі Інтернет та інших засобів масової комунікації. Під цим тиском не завжди можливо проаналізувати та розрізнити ту інформацію, яка відповідає реальності" [22, с. 178].

Таким чином, політичні маніпуляції представляють собою складне багатоаспектне явище, яке характеризується прихованим впливом на політичну свідомість і поведінку з метою досягнення певних політичних цілей. Розуміння природи та механізмів політичних маніпуляцій є необхідною умовою для аналізу сучасних політичних процесів та захисту демократичних інститутів від деструктивних впливів.

## **1.2. Соціальні мережі як інструмент політичної комунікації**

У сучасному світі мережа Інтернет становить собою абсолютно нову комунікативну середу зі своїми специфічними особливостями. Ступінь розвитку, популярності та поширеності Інтернету дозволяє говорити про значущість цього каналу комунікації. Інтернет часто розглядається як один із важливих чинників глобалізації, який полегшує доступ людей до інформації і тим самим стирає міжрегіональні відмінності.

У зв'язку з поширенням інтернет-технологій у сучасному світі, сполученим зі звуженням, формалізацією традиційних каналів політичної комунікації, а зокрема засобів масової інформації, соціальні мережі стають дедалі більш популярним і зручним засобом комунікації. Активно проникаючи до політичної сфери, нові інформаційно-комунікаційні

технології можуть якісно змінити "старі" уявлення, настанови, стереотипи і моделі взаємовідносин між політичними інститутами і індивідами.

Під соціальною мережею варто розуміти інтерактивний багатопользовацький онлайн-ресурс, зміст якого формується безпосередньо учасниками платформи. Такий ресурс представляє собою автоматизоване соціальне середовище, що забезпечує комунікацію між групою користувачів, які мають спільні інтереси. До цієї категорії відносяться також тематичні форуми, особливо професійні, які динамічно розвиваються в останні роки. Взаємодія відбувається через веб-сервіси внутрішньої пошти або системи миттєвого обміну повідомленнями [12, с. 206].

В. Сазонов трактує соціальну мережу як сукупність акторів (агентів), здатних вступати в соціальну взаємодію між собою. Науковий співробітник Асоціації досліджень нових засобів комунікації П. Гіллен характеризує соціальні мережі як нові агенти впливу, пов'язуючи їх з процесом "інтеграції різноманітних онлайн-технологій, що надають користувачам можливість комунікувати між собою". Відмінною особливістю всіх соціальних мереж, на його переконання, є те, що контент генерують безпосередньо користувачі.

Досліджуючи соціальні мережі, американський журналіст П. Дойль зосереджує увагу на технологічних аспектах цього феномену, пов'язуючи їх функціональність, передусім, з онлайн-технологіями, що "формують умови для комунікації людей через обмін інформацією та ресурсами в інтернет-просторі". Британський експерт у сфері зв'язків з громадськістю С. Блек дотримується подібної точки зору, характеризує соціальні мережі як "комплекс онлайн-технологій і практик, що дозволяють людям обмінюватися ідеями, враженнями або поглядами, забезпечуючи комунікацію і зміцнюючи взаємини між всіма учасниками комунікаційного процесу" [5, с. 22].

Експерти з аналізу комунікаційних процесів, нових соціальних медіа і соціальних мереж Сінгер П., Брукінг Е. стверджують, що "в широкому розумінні соціальну мережу розглядають як структуру, що утворена з вузлових компонентів та зв'язків між ними, так званої соціальної павутини. З

технологічної перспективи соціальна мережа – це інтерактивний веб-ресурс з великою кількістю користувачів, зміст якого створюється безпосередньо учасниками". Таким чином в основі функціонування соціальних мереж закладено принцип культури участі (партиципативності), що означає можливість рівноправного використання простору соціальних мереж у процесі комунікації, відповідальність за розміщену інформацію покладається на користувача, а платформа виконує номінальні функції – вона "служує майданчиком для доступу до розміщеної інформації з обмеженням лише забороненого законодавством контенту" [26, с. 230].

З'явившись відносно недавно, соціальні мережі інтенсивно інтегрувалися в життя суспільства, охопивши всі його сфери: в політиці (вони розглядаються як впливові транснаціональні політичні актори), в економіці (як потужний і результативний канал комунікації між брендами і споживачами), у релігії (підсилюючи діалог всередині конфесій і між ними), у культурі (роблячи платформи культурного обміну значно більш доступними, а в сфері дозвілля вони здобули провідні позиції) і насамперед у сфері повсякденної комунікації, пронизуючи весь соціальний простір життя суспільства, особливо у мегаполісах і серед молодого покоління. Вони перетворюються на найважливіший соціальний інструмент.

Соціальні мережі реалізують одну з найвагоміших для суспільства функцій – комунікативну. Потреба в спілкуванні об'єднує широку аудиторію на певному ресурсі. У зв'язку з великою кількістю залучених користувачів можна розглядати це середовище як досить потужний інструмент для впливу на інтереси. В сучасних умовах соціальні мережі значно більшою мірою, ніж традиційні медіа, формують соціальний і політичний порядок денний, створюють інформаційні приводи, безконтрольно проникають у повсякденне життя, роблячи його максимально прозорим.

Соціальні мережі, на відміну від невіртуальних медіа, відзначає відносна свобода слова, свобода у висловленні своєї точки зору практично з будь-якого питання. При цьому ні влада, ані суспільство не виробило дієвих

механізмів контролю за таким утручанням. У результаті багато громадських інститутів стають украй вразливими.

I. Дудко підкреслює, що сучасні цифрові технології значно сприяють і стимулюють демократичні процеси навіть за умов авторитарного правління, і що в ситуації, коли комп'ютери розширили можливості особистості, громадяни здатні більш результативно контролювати дії своїх урядів, аніж уряди можуть контролювати дії громадян. Експерти передбачають, що з розвитком цифрових технологій сучасне суспільство еволюціонує від представницької демократії до демократії участі, в межах якої ключові рішення, що торкаються життя громадян, прийматимуться в інтерактивному форматі через залучення до дискусій і прийняття рішень широких соціальних груп, які комунікують між собою і з владою з різноманітних питань [14, с. 323].

Соціальні платформи можна і варто ефективно застосовувати в різних галузях не лише для встановлення контактів та комунікації, але й для отримання даних, взаємодії з науковцями, політиками та посадовцями, реалізації наукової, соціальної і політичної активності. Соціальні платформи можна охарактеризувати як своєрідне "цифрове відображення реальності", в якому знаходять відгук як гострі проблеми, що турбують суспільство, так і думки та оцінки самого суспільства стосовно актуальних питань.

Конет А., досліджуючи трансформації в традиційному суспільстві, виокремлює сучасні цифрові технології як один з найбільш важливих факторів у формуванні нового суспільного устрою. Зокрема, на його думку, розширення мережі нових інформаційних засобів призводить до персоналізації лідерства, а шлях до влади пролягає через формування віртуального іміджу. Таким чином, сучасні інформаційні технології сприяють активному розвитку нових форм політичної комунікації, зокрема в цифровому просторі [19, с. 188].

Еволюцію політичної інтернет-комунікації можна умовно поділити на два періоди. Перший період – інформаційний. Його суть полягає у

проникненні і накопиченні в мережі політичної інформації. Насамперед це новинні потоки, електронні медіа, веб-сайти політичних партій і громадських організацій, окремих політичних лідерів, а також безпосередньо цифрові видання аналітичних і дослідницьких структур. Другий період пов'язаний з медіатизацією політики, спробою застосування Інтернету як інструменту політичних і PR-технологій.

Різноманітний спектр форм і методів політичної комунікації в мережі спрямовані на більш динамічний вплив на свідомість і поведінку онлайн-аудиторії порівняно з іншими медіа. Переконливим аргументом на користь цього твердження може слугувати те, що традиційні медіа функціонують переважно в режимі інформаційного монологу (односпрямованої комунікації), за допомогою якого відповідні структури впливають на реципієнта і підтримують контроль над підпорядкованими суб'єктами.

Цифрові технології, навпаки, відкрили можливість багатовекторної комунікації. Кожен, хто має доступ до мережі, може функціонувати як реципієнтом, так і генератором інформації, що дозволяє здійснювати ефективну віртуальну взаємодію комунікантів як між собою, так і з політичними інституціями. Це робить процес комунікації більш динамічним і взаємозалежним: і відправник, і отримувач виступають як активні учасники і можуть впливати на його перебіг. Така взаємодія певною мірою здатна привести або принаймні створити враження можливості подолання ієрархічності владних структур і цим зменшити залежність громадян від інституційних посередників, партійних і державних організацій, і навіть дозволити впливати на них.

Дослідники мають діаметрально протилежні погляди щодо наявності специфічної політичної ідентичності та ролі мережевих технологій у їх втіленні в реальній політичній діяльності. Зокрема, захисники ідей деліберативної та безпосередньої демократії вкладають в Інтернет значні сподівання як на інструмент зменшення розриву між владними структурами

та громадянським суспільством, розглядаючи його як простір для вільного обміну інформацією та безпосереднього діалогу між людьми. Водночас Р. Патнем дотримується протилежної позиції, стверджуючи, що розвиток Інтернету призводить не до формування мережевої ідентичності, а до соціальної відчуженості та девальвації соціального капіталу.

Варто зазначити, що сучасні комунікаційні технології кардинально трансформували та продовжуватимуть змінювати методи впливу на громадську свідомість під час політичних кампаній у технологічно прогресивних демократичних країнах. Ці технології активно інтегруються в ключові сфери суспільного життя, модифікуючи комунікаційні процеси як всередині соціуму, так і у взаємодії між громадянством та владними інституціями, що призводить до трансформації поведінкових моделей як комунікаторів, так і цільових груп, неминуче спричиняючи суттєві зміни в методах та підходах до проведення сучасних політичних кампаній.

Політична діяльність закономірно проникає в усі сфери, де присутня масова аудиторія. У сучасних умовах неможливо досягти успіху в боротьбі за владу без доступу до класичних медіаканалів (телебачення, радіо та друкованої преси). Проте практика виборчих процесів демонструє появу альтернативного способу впливу на електорат через інтернет-простір. Цей підхід характеризується рядом суттєвих переваг, серед яких виділяються простота та практично миттєва публікація будь-якого контенту, відсутність географічних та часових обмежень у взаємодії, можливість консолідації односторонніх навколо конкретних тем чи проблем та оперативний зворотний зв'язок для відстеження ситуації. Частка віртуального інформаційного компонента в політичній сфері демонструє стабільну тенденцію до збільшення [12].

Інтернет являє собою відображення реального світу, де діють аналогічні соціальні закономірності. Закономірно, що лідери громадської думки по всьому світу все активніше представлені в соціальних мережах. Присутність політичних діячів у соціальних платформах та блогосфері створює унікальні

можливості для поєднання просування політика і партії з основною характеристикою іміджу політичного суб'єкта – доступністю. Політичний діяч має бути особливим, але водночас близьким до свого виборця.

Соціальні мережі повністю розкривають цей аспект. Коли користувач спостерігає, що політик заповнює профіль та публікує фотографії, систематично оновлює свою сторінку, швидко та змістовно реагує на поставлені запитання, рівень довіри до нього зростає. Інтернет-сервіси комунікації в цьому контексті створюють найсприятливіші умови для політичної активності різного рівня. Невипадково представники владних структур або претенденти на політичні посади, а також особи, що прагнуть підвищити свою популярність та вплив в інформаційному середовищі, активно використовують соціальні мережі та блогосферу.

Показовим прикладом може слугувати президентська кампанія Барака Обами в США. Використання соціальних платформ як новаторського каналу політичної комунікації дозволило Обамі отримати підтримку не тільки від демократів, але й від осіб, які до початку президентської кампанії декларували політично нейтральні позиції. Хоча рівень інтернет-проникнення в США між 2004 та 2008 роками істотно не змінився, президентські виборчі кампанії цих періодів радикально відрізнялися масштабом застосування інтернет-можливостей. Основна причина полягала в недостатньому розвитку соціальних платформ на той момент, які згодом стали ключовою рушійною силою президентської кампанії 2008 року [31, с. 169].

В останні роки, слідуючи за світовими лідерами, все більша кількість українських політиків і державних службовців, усвідомлюючи, що соціальні платформи є потужним інструментом, здатним впливати на політичні процеси в суспільстві, почали інтенсивно створювати профілі в соціальних мережах. Все це здійснюється з конкретною метою, щоб продемонструвати свою залученість у процес віртуальної соціалізації, а також з метою самопромоції як політичного діяча, що і є однією з проблем ефективного використання соціальних платформ.

У 2014 році інформаційний ресурс "Новий час" провів дослідження, визначивши найпопулярніших співвітчизників у соціальних мережах Facebook і Twitter. Був складений рейтинг за загальною кількістю підписників. Серед політиків рейтинг очолив Віктор Медведчук, зайнявши 5 місце в рейтингу з 717 тис. підписників, на 7 місці розмістився Арсеній Яценюк (569 тис.), на 9 місці – Петро Порошенко (510 тис.), Юлія Тимошенко зайняла 14 місце (364 тис. підписників), Сергій Тігіпко посів у рейтингу 44 позицію (84 тис. підписників) тощо. Ми спостерігаємо, що українські політики мають досить велику аудиторію у своїх профілях і активно застосовують соціальні мережі у комунікації зі своїм електоратом [13].

Однак таку політизованість українських соціальних мереж експерти характеризують як типову для країн з нестабільною демократією. В умовах низької довіри до держави суспільство шукає можливість отримувати оперативну інформацію від безпосередніх учасників політичних та громадських процесів. Лідери сучасних соціальних мереж – це величезні системи, які розвиваються і куди залучена значна кількість людей. Навіть якщо політик не прагне створити свою офіційну сторінку або спільноту в найбільш популярній соціальній мережі, то він просто зобов'язаний бути в курсі того, що в ній відбувається, вимірювати громадські настрої, відстежувати те, що пишуть і говорять про нього самого. Адже вже давно традиційні медіа черпають новини з блогосфери і соціальних платформ.

У сучасних реаліях віртуальна політика досягла принципово нового рівня. Йдеться про формування віртуальних політичних структур. Вони будуть відрізнятися від будь-яких раніше існуючих об'єднань, організацій, рухів. Інтернет давно поставив на порядок денний питання про консолідацію людей за найрізноманітнішими ознаками: за політичними переконаннями, інтересами, спільними проблемами.

На сьогодні в усьому світі існує і якісно новий формат проведення виборів – онлайн-вибори. Один із способів електронного голосування, що

представляє собою проведення частини або повністю голосування на виборах і референдумі з використанням мережі Інтернет. У світі тривають дискусії про можливість практичного проведення онлайн-виборів і їх безпеки для таємності волевиявлення громадян і достовірності отриманих в результаті таких виборів результатів. Ряд країн, таких як Велика Британія, Сполучені Штати Америки, Естонія, вже застосовували технологію інтернет-голосування на виборах різних рівнів (від місцевих до парламентських).

Багато політиків звернули увагу і на переваги політичної реклами в Інтернеті. Якщо зображення телевізійного ролика "живе" кілька секунд, газетна публікація – кілька днів, то тексти і відеофайли в мережі можуть існувати місяці й навіть роки, тим більше що в умовах посилення фінансового контролю за передвиборчою рекламою і здорожчання рекламних послуг традиційних медіа Інтернет надає дуже помітні переваги. Інтернет створює можливість для формування віртуальних партій, заснованих на невідомих для сучасної політичної системи принципах членства, які потенційно будуть здатні оперативно реагувати на зміни позицій своїх членів з найважливіших питань і таким чином найбільш близько підходити до ідеалу адекватної репрезентації інтересів тих чи інших соціальних груп у політичному процесі [12].

Розвиток політичної комунікації кардинально змінив соціально-політичний простір: окремі групи та індивіди стали повноправними суб'єктами інформаційних потоків. Динаміка різноманітних процесів у середовищі соціальних мереж продемонструвала, що політична комунікація може мати як стихійний, так і суб'єктний, тобто, цілеспрямований характер. В результаті відбувається трансформація як створювачів, так і споживачів інформації. Варто відзначити, що соціальні мережі змінюють традиційну модель засобів масової комунікації, яка має умовну назву "один-до-багатьох", на нову – "багато-до-багатьох" (або модель веб-спілкування).

На підставі систематизації різноманітних підходів до визначення специфіки соціальних платформ, варто зосередити увагу на їх ключових властивостях. Передусім необхідно підкреслити інтерактивність, що означає безпосередню та багаторівневу взаємодію користувача мережі з веб-ресурсом або інтернет-порталом, внаслідок якої користувач здобуває можливість коментувати, висловлювати власну позицію, дискутувати з авторами матеріалів або з іншими користувачами щодо тієї чи іншої інформації/публікації – іншими словами, користувачі здобувають можливість долучитися до створення контенту.

З позиції наявних умов надання послуг для користувачів мережі Інтернет, включаючи швидкість та зручність використання, можливість обміну думками з іншими користувачами тощо, саме інтерактивність є однією з ключових характеристик сучасного суспільства та, зокрема, політичної комунікації. У цьому контексті А. Вайер зауважує, що "інструментами інтерактивності є особистий кабінет, поштова розсилка, опитування, форуми, блоги, аудіо- та відеоподкасти тощо. Змістовною основою цих процесів є інформація, яка трансформується у знання про процеси її засвоєння, обробки, передачі та застосування" [6, с. 137].

Зростання популярності соціальних платформ стимулювало збільшення обсягів контенту, створюваного споживачами інформації. З іншого боку, інтернет-користувачі є споживачами матеріалів, створених іншими користувачами, а також контенту, створеного "професіоналами". Таким чином, інтерактивність сприяє розвитку трансформаційної ролі соціальних платформ, оскільки передбачає стирання меж між споживачем інформації та її автором.

З інтерактивністю тісно пов'язана ще одна характерна особливість соціальних платформ – залучення/engagement, яке розуміється як дія індивіда, зумовлена досвідом його використання того чи іншого інформаційного продукту, повідомлення тощо. Вважається, що залучення – це один із ключових параметрів, який відрізняє соціальні платформи від

традиційної комунікації. Користувач може висловити свої думки, настрої або ідеї у формі коментарів чи участі в дискусіях, копіювання інформації чи об'єднання в спільноти за інтересами.

Характерними особливостями соціальних платформ є також комунікативність та інтерактивність передачі інформації. Розвиток телекомунікаційних мереж дозволив подолати часову та просторову ізоляцію, таким чином з'явилися можливості для обміну інформацією, встановлення тісних зв'язків з людьми, незалежно від географічних і соціальних меж. Спільноти індивідів, що формуються в результаті процесу комунікації, є саморегульовувальними мережами, які фактично функціонують відповідно до загальноприйнятих у реальному суспільстві принципів, оскільки у віртуальному просторі актори мереж реалізують себе в тих же сферах життєдіяльності, що й у реальному житті.

До властивостей соціальних платформ слід також віднести універсальність, інформаційний характер, різноманітність тематичного наповнення, глобальність, багатофункціональність та всеохопність. Специфічною особливістю соціальних платформ є також реплікація, що передбачає можливість розповсюдження інформації шляхом копіювання/репостів матеріалів інших користувачів і формування в такий спосіб персонального контенту за рахунок контенту інших користувачів. На такій основі можуть формуватися цілі групи або спільноти, що представляючи контент інших користувачів, використовують його в власних цілях.

Ще однією відмінною рисою соціальних платформ можна назвати так званий контент на вимогу/content on demand, що являє собою інтерактивну систему індивідуальної доставки користувачеві тієї чи іншої інформації в результаті персонального налаштування інтернет-сервісів. У даному випадку користувач отримує тільки ту інформацію, яка його цікавить. У соціальних платформах для реалізації такої можливості існує функція підписки на оновлення окремих сторінок і спільнот.

Особливостями використання соціальних платформ є також: доступність інформації; мінімізація приватного простору; відсутність просторових обмежень; оперативність, як можливість отримувати будь-які відомості швидше, ніж за допомогою інших каналів; глобальність, забезпечена всесвітньою мережею зв'язку; селективність, що визначається самостійністю вибору джерел і засобів їх отримання; інтерактивність, що забезпечує встановлення зворотного зв'язку [10, с. 90].

Зрозуміло, що існування різноманітних інструментів онлайн-комунікації формує умови не тільки для перегляду тієї чи іншої інформації, але й для участі в обговоренні з різних проблем, що викликають інтерес у користувачів. Це, в свою чергу, створює передумови для об'єднання у спільноти, додавання/поширення інформації у різних варіаціях (аудіо, відео, фото).

Аналіз соціальних мереж передбачає також визначення трендів, відповідно до яких розвивається контент, ключовими серед яких є: зростання динамічності (користувачі все частіше прагнуть виходити за межі існуючого контенту); використання синдикації (RSS та інші технології застосовуються користувачами в процесі самостійного контролю/відбору інформації для споживання); доступність великої кількості медіаканалів (користувач не залежить від пристрою-носія та вільно переміщується між різними пристроями); мультимедійність (користувачі самі створюють, обговорюють та розповсюджують контент); зростання кількості мікроніш (вузькотематичних спільнот) і мікрознаменитостей (людей, що стали відомими тільки завдяки створюваному ними контенту); поява так званих народних методів класифікації та розподілу контенту користувача [21].

Внаслідок цих процесів таксономія змінюється фолксономією. Таксономія – це організаційна форма, головною характеристикою якої є відведення кожному предмету певного місця. Фолксономія передбачає розташування по порядку, наприклад, посилань, фото, відеокліпів і т.п., яке здійснюється в результаті міток/тегів. Це дозволяє класифікувати за жанрами,

а розмітку статей формувати, використовуючи довільну кількість тегів. При цьому користувачі мережі Інтернет самостійно здійснюють відбір і організацію інформації [18].

Означені тенденції свідчать про кардинальну зміну світосприйняття. Ми спостерігаємо процеси нерівномірного, однак постійного та безперервного встановлення безлічі горизонтальних контактів між окремими людьми або спільнотами, які об'єднуються в мережі, що виступає атрибутом мережевого суспільства. Таким чином, відбувається зміна психології індивіда як учасника цього процесу, оскільки змінюється його самовідчуття та сприйняття навколишнього світу. Все це пов'язано з особливостями проблематизації соціальних мереж у структурі політичної комунікації.

По-перше, слід акцентувати увагу на безпосередності контактів у соціальних мережах, яким в реальному житті перешкоджають, наприклад, бюрократичні процедури. По-друге, соціальний статус учасників мережевої комунікації не відіграє у соціальних мережах важливої ролі. На відміну від процесу особистого спілкування, він тепер не є конститутивним, оскільки ключовим виступає не номінальний статус людини, а її якості, що виявляються в інтернет-середовищі.

Мережа також створює сприятливі часові та матеріальні умови для встановлення великої кількості прямих контактів, знаходження партнерів або вирішення проблем, оскільки витрати на отримання необхідних результатів значно зменшуються. Якщо ми ведемо мову про таку особливість інтернет-середовища, як його перетворення з інформаційного на комунікаційний простір, то важливо означити його специфічні особливості.

Анонімність є однією з найбільш неоднозначно оцінюваних характеристик комунікації у мережі Інтернет, роль якої у процесах соціальної взаємодії оцінюється як позитивно, так і негативно. За оцінкою К. Боярової, позитивних факторів анонімного спілкування в мережі Інтернет досить багато, тому що в силу відсутності фізичного контакту учасники комунікації можуть більш вільно оперувати своїми почуттями – висловлювати,

приховувати, імітувати їх залежно від характеру спілкування. У цьому випадку нівелюються такі характеристики учасників комунікації як стать, вік, соціальний статус, зовнішні параметри, адже кожен може сконструювати віртуальну особистість, виходячи з особистих смаків і переваг.

Завдяки анонімності спілкування в мережі Інтернет встановлюються більш тонші зв'язки між індивідами, що дозволяє концентруватися, насамперед, на особистих і емоційних аспектах, а не на абстрактних проблемах. Одним із важливих ефектів анонімності в мережі Інтернет є відчуття безпеки, яке виникає внаслідок того, що індивіди можуть спілкуватися під вигаданими іменами та у будь-який момент розірвати комунікативні зв'язки.

На відміну від реального, опосередковане соціальними мережами спілкування характеризується вищим ступенем емоційної довіри. Це зумовлено такими факторами, як суб'єктивне відчуття безпеки та відсутність відповідальності. Все це робить спілкування в мережі Інтернет більш відвертим, ніж у реальному житті.

Водночас відзначимо і негативні наслідки впливу соціальних мереж на індивідів і на суспільство загалом. Так, стрімке зростання інформаційних потоків блокує можливість адекватної оцінки даних. Послугуючись експериментальними даними вчених із різних країн, С. Грабовська вказує на негативний вплив надмірної інформації на індивіда, зазначаючи, що "існує ймовірність виникнення розладу нервової системи, головного болю, дратівливості, тривоги, емоційного неблагополуччя, послаблення концентрації тощо" [9, с. 18].

Окрім того, в умовах стресу, спричиненого інтенсивним використанням засобів масової комунікації, користувачі соціальних мереж можуть стати жертвами інформаційно-психологічного впливу, що є загрозою як для окремого індивіда, так і для суспільства загалом. До негативних факторів відноситься також небезпека, пов'язана з використанням персональних даних

у протиправних цілях, наприклад, з метою розкрадання, шантажу, психологічного впливу тощо.

Зважаючи на те, що кількість користувачів мережі Інтернет по всьому світу зростає, веб-ресурси вже не обмежуються отриманням і розповсюдженням інформації. Інтернет набув нових функцій, перетворившись на ефективний канал соціальної, економічної і, головне, в контексті нашого дослідження, політичної комунікації. Соціальні мережі стали простором та інструментом політичної боротьби.

В даний час дослідження соціальних мереж у політичній науці стає як ніколи актуальним. Посилення ролі соціальних мереж є повсюдною тенденцією, характерною для європейських держав та Сполучених Штатів Америки. Саме в цих країнах політики активно використовують комунікативний потенціал соціальних мереж як ключовий інструмент конструювання публічного діалогу з суспільством. Українські політичні діячі також активно опановують на новий тренд у політичному дискурсі, заводять аккаунти у соціальних мережах, тим самим демонструючи своє залучення до віртуальної соціалізації.

Таким чином, завдяки розвитку соціальних мереж політична комунікація змінила свій формат. Якщо раніше взаємодія держави визначалася вектором "влада – громадськість", то сьогодні кожен учасник інформаційного простору є повноцінним і рівноправним актором політичних мереж, який з певним відсотком імовірності може вплинути зміну середовища. Процес політичної комунікації виходить за межі функцій фахівців у галузі зв'язків з громадськістю щодо інформування. Для вироблення та координації найбільш ефективних управлінських рішень політикам тепер необхідно вибудовувати діалог із громадськістю, а також прогнозувати ймовірну реакцію всіх гравців мережі.

Політична комунікація стала більш інтерактивною і вибудовується за принципами мережі. В епоху відкритості та прозорості просто інформування про діяльність органів влади вже не викликає довіри. Контент впливає не

тільки на політичні установки громадянського суспільства, яке стає дедалі більш сегментованим, відповідно до інтересів і переваг, а й на електоральний вибір. Інформаційна відкритість та комунікаційна спроможність органів влади формують ставлення суспільства до поточних політичних рішень та провокують політичну мобілізацію. Відповідно, політичним акторам необхідно не просто долучатись до процесу політичної комунікації у соціальних мережах, а й чітко усвідомлювати, під впливом яких факторів формуються ті чи інші переваги громадянського суспільства.

Таким чином, соціальні мережі перетворилися на потужний інструмент політичної комунікації, який кардинально змінює традиційні форми взаємодії між владою та суспільством, створюючи нові можливості для демократичної участі та водночас породжуючи нові виклики та ризики для політичних процесів.

## **РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ПОЛІТИЧНИХ МАНІПУЛЯЦІЙ З ВИКОРИСТАННЯМ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ**

### **2.1. Технології та методи політичних маніпуляцій у соціальних мережах**

Розвиток цифрових технологій та масове поширення соціальних мереж кардинально змінили ландшафт політичної комунікації та створили нові можливості для здійснення маніпулятивного впливу на громадську думку. Сучасний інформаційний простір характеризується безпрецедентною швидкістю поширення інформації та глобальним охопленням аудиторії, що робить соціальні мережі потужним інструментом політичного впливу.

За оцінками дослідників, у сучасному мережевому суспільстві пропаганда стала всеохоплюючою, глобальною й повноправною часткою цифрової інформаційної екосистеми. Правдивість інформації насамперед залежить від кількісної оцінки інтернет-аудиторії: чим більше користувачі соціальних мереж діляться новиною, тим більше вона викликає довіру, тим більше вона сприймається як правдива [5, с. 24].

Віртуальна політична маніпуляція здебільшого здійснюється за допомогою основних постулатів вірусного маркетингу, який враховує такі ключові позиції як соціальна валюта, тригер, емоції, суспільство, практична цінність і добре описана історія. Глобальність мережі зробила можливим включення інтернет-користувачів до будь-яких подій у всьому світі, навіть у

тих країнах, які не мають доступу до інтернет-мережі, або ж вона суттєвим чином контролюється провладними органами.

Аналіз сучасних практик дозволяє виділити декілька основних технологічних підходів до здійснення політичних маніпуляцій у соціальних мережах. Ці технології базуються на класичних методах маніпулювання, але активно використовують постійно оновлювану технологічну базу.

Дослідження українських науковців виявляє широкий спектр маніпулятивних технологій, що застосовуються в цифровому просторі. Ці технології можна систематизувати як за механізмом дії, так і за цільовою спрямованістю та ефективністю впливу на різні категорії користувачів.

**Таблиця 2.1 – Основні технології політичного маніпулювання у соціальних мережах**

<b>Технологія</b>	<b>Характеристика</b>	<b>Механізм дії</b>
Пряма дезінформація	Введення в оману недостовірною інформацією	Свідоме поширення недостовірної інформації під виглядом достовірної
Спотворення фактів	Неповне, одностороннє або упереджене подання інформації	Приховування суттєвих деталей або перекручування фактологічної основи
Використання соціологічних даних	Вільна інтерпретація або створення фальшивих опитувань	Створення фальсифікованих опитувань спеціально утвореними центрами
Витік псевдотаємної інформації	Навмисне поширення псевдосекретної інформації	Використання довіри до інсайдерської інформації
Спекулювання на страхах людей	Використання базових людських страхів	Впливи на електоральні уподобання через страх
Унеможливлення аналізу	Потік інформації без можливості аналізу	Позбавлення можливості самостійних висновків
Обмеження та відволікання уваги	Поширення сенсацій для відволікання уваги	Відволікання від актуальних подій
Тактика стигматизації	Характеристика опонентів як ворогів	Формування негативного образу політичних діячів
Тактика візуального впливу	Використання відео та фотоматеріалів	Потужний емоційний вплив на підсвідомість аудиторії

*Джерело: складено автором на основі [22, 23]*

Однією з найпоширеніших технологій є використання бот-мереж як своєрідних політичних найманців. Під час Брекзиту дослідники спостерігали, як автоматизовані Twitter-акаунти, які раніше захищали незалежність Палестини, раптом перемкнули увагу на британську політику. В останні дні перед референдумом менше 1% користувачів Twitter формували видимість думок третини всіх обговорень цього питання [28].

Дослідження маніпулятивних технологій у соціальних медіа виявляє широкий спектр конкретних тактик, які використовуються для впливу на користувачів. Ці тактики можна класифікувати за різними критеріями: механізмом дії, цільовою аудиторією, типом контенту та способом поширення.

**Таблиця 2.2 - Типологія маніпулятивних тактик у соціальних медіа**

Тип тактики	Назва тактики	Механізм впливу	Сфера застосування
Емоційний вплив	Тактика нагнітання паніки та страху	Використання негативно забарвленої інформації для проникнення в підсвідомість	Кризові ситуації, виборчі кампанії
Соціальний доказ	Тактика "спільного фургона"	Створення ілюзії масової підтримки певної позиції	Політичні кампанії, формування громадської думки
Персоналізація	Тактика "моделювання особистості адресата"	Створення ілюзії особистого зв'язку з аудиторією	Політична реклама, мобілізація електорату
Дезінформація	Тактика поширення чуток і фейків	Використання неправдивої інформації для дискредитації опонентів	Виборчі кампанії, політичні конфлікти

*Джерело: складено автором на основі [11].*

Стратегія поширення панічних настроїв та стимулювання почуття страху ґрунтується на принципі швидкого проникнення негативно забарвленої інформації в підсвідоме, що в подальшому впливає на усвідомлені рішення індивідів. Контент, який розповсюджується через соціальні платформи та медійні канали, часто оперує емоційно насиченими візуальними образами та негативною інформацією для провокування у аудиторії відчуття занепокоєння та тривожності.

У динамічному мережевому середовищі маніпулятивні технології поширюються значно інтенсивніше порівняно з ієрархічними структурами. Успіх конкретного інформаційного контенту визначається декількома критичними факторами: соціальною значущістю, каталізаторами поширення, емоційним впливом, громадською резонансністю, практичною користю продукту та переконливою історією його походження. Саме на ці аспекти психологічного впливу насамперед орієнтуються фахівці вірусного маркетингу при розробці своїх кампаній.



**Рисунок 2.1 - Компоненти вірусного маркетингу в політичних маніпуляціях**

*Джерело: складено автором на основі [5]*

У віртуальному політичному просторі практично всі медіаресурси мають власне представництво в соціальних платформах, при цьому вони переважно відійшли від дотримання стандартів професійної журналістики. Все частіше домінуючу роль відіграють саме наративні конструкції, а інформаційний контроль здійснює не той, хто володіє достовірними фактами, а радше той, хто формує та керує наративом, поширеним у певному середовищі.

Сучасні технології інформаційної обробки можуть застосовуватися не тільки для маніпулятивних завдань, але й для боротьби з маніпуляціями та забезпечення відкритості політичних процесів. Facebook виокремив три категорії інформаційних операцій у соціальних мережах. Перша категорія передбачає збирання відомостей з метою розголошення суттєвої, але конфіденційної інформації про певних осіб або явища для впливу на громадські настрої. Друга категорія включає генерування автентичного або неправдивого контенту, часто через поєднання матеріалів з класичних медіа за допомогою підроблених профілів реальних людей. Третя категорія являє собою штучне підвищення популярності конкретної тематики або позиції шляхом скоординованих дій фіктивних акаунтів [31].



**Рисунок 2.2 - Типи інформаційних операцій у соціальних мережах**

*Джерело: складено автором*

Діпфейк являє собою фальсифіковане відеозображення, що генерується з початкового етапу або створюється на основі справжніх матеріалів з метою імітації зовнішнього вигляду та голосу конкретної особи, демонструючи її в діях або висловлюваннях, які насправді ніколи не мали місця. Ця

технологічна інновація значно розширює потенціал для виробництва правдоподібної дезінформації.

Для виявлення маніпулятивних елементів у контенті, розповсюджуваному через соціальні платформи, доцільно розглянути декілька маніпулятивних інструментів. Передусім слід акцентувати увагу на повторенні, яке є «одним з тих «психологічних прийомів», що притупляють мислення і впливають на підсвідомі процеси» [5, с. 24].

Надмірне використання цього маніпулятивного інструменту в соціальних мережах може істотно підсилювати стереотипні уявлення, які вже закріпилися у конкретній аудиторії інтернет-користувачів. У людини поступово загострюються попередньо сформовані стереотипні упередження, що зрештою призводить до загального «примітивізму мислення» та втрати здатності протистояти інформаційним маніпуляціям.

**Таблиця 2.3 - Адаптація класичних методів маніпулювання до цифрового середовища**

Класичний метод	Цифрова адаптація	Особливості застосування	Ефективність
Повторення	Автоматичні репости, ретвіти	Масове тиражування через бот-мережі	Висока через алгоритмічне підсилення
Дроблення інформації	Коротка форма контенту	Твіти, пости, історії	Висока через обмеження уваги
Сенсаційність	Клікбейт-заголовки	Емоційно заряджені повідомлення	Дуже висока через алгоритми engagement
Терміновість	Real-time повідомлення	Пуш-нотифікації, сторіз	Висока через миттєвість доставки

*Джерело: складено автором на основі [5]*

Технологія маніпуляції "дроблення й терміновість" передбачає розділення цілісної проблеми на окремі фрагменти. Людині складно у цьому випадку пов'язати й осмислити певну проблему, а ЗМІ здебільшого вдало використовують таку техніку для фрагментації форми подачі матеріалу. Розрив інформації на шматки, відсутність можливості сконструювати цілісну соціальну проблему здебільшого призводить до зниження впливу повідомлення або ж повністю до позбавлення його смислу.

Алгоритми соціальних мереж відіграють ключову роль у поширенні маніпулятивного контенту, підсилюючи його на основі вірусного ефекту. Важливу роль у поширенні маніпулятивного контенту відіграють алгоритми соціальних медіа, які підсилюють його на основі вірусного ефекту. Це вимагає подальших досліджень у напрямі розроблення ефективних інструментів для виявлення та протидії маніпуляціям.

Порівняно з традиційними ЗМІ, де інформація передається вертикальними каналами (від держави до суспільства), горизонтальне поширення інформації в Інтернеті збільшує довіру користувачів до неї. Модель Інтернету суб'єктної взаємодії сприяє більш ефективному маніпулятивному впливу на свідомість людей.



**Рисунок 2.3 - Модель поширення маніпулятивного контенту в соціальних мережах**

*Джерело: складено автором*

Інтернет дозволяє маніпулятивним технологіям подолати територіальні обмеження, що створює нові загрози для безпеки і стабільності політичних режимів. Ця інформаційно-комунікаційна структура дозволяє створювати

псевдореальність в мережевому просторі, яка потім виходить за межі онлайн-середовища.

Організаторам маніпулятивних кампаній не так просто здатися, оскільки вони намагаються імітувати реальні голоси та залучати реальних людей до своїх кампаній. Комерціалізація цього ринку стає все більш очевидною, залучаючи професійні рекламні агенції до планування таких кампаній.

Згідно з офіційними даними, у 2015 році Великобританія сформувала 77-му бригаду із 1500 солдатів, покликану стати "агентом змін через цільову інформаційну активність та охоплення". Північноатлантичний альянс запустив свій Центр передового досвіду стратегічних комунікацій, зосереджений увагу суто на "озброєнні соціальних мереж" [4].

Такі відомі організації як феноменальна цифрова армія Сил оборони Ізраїлю, армія патріотичних тролів Туреччини, нові бот-мережі уряду Мексики та ініціативи кіберпропаганди є і в десятках інших країн. Це свідчить про інституціоналізацію технологій політичного маніпулювання на державному рівні.

## **2.2. Вплив соціальних мереж на політичні процеси та громадську думку**

Соціальні мережі кардинально трансформували природу політичної комунікації та стали невід'ємною частиною сучасних політичних процесів. Їх вплив на формування громадської думки та політичну поведінку громадян набуває все більшої значущості в контексті демократичного розвитку суспільства.

Розвиток політичної комунікації докорінно змінив соціально-політичний простір: окремі групи та індивіди стали повноправними суб'єктами інформаційних потоків. Динаміка різноманітних процесів у середовищі соціальних мереж продемонструвала, що політична

комунікація може мати як стихійний, так і суб'єктний, тобто, цілеспрямований характер.

Соціальні мережі змінюють традиційну модель засобів масової комунікації, яка має умовну назву "один-до-багатьох", на нову -- "багато-до-багатьох". Це створює принципово нові можливості для політичної участі та впливу на процеси прийняття рішень [7, с. 190].

Контроль мереж, комунікації стає тим важелем, за допомогою якого інтереси і цінності перетворюються в провідні принципи людської поведінки. Інформаційна політика, яка здебільшого здійснюється за допомогою маніпулювання символами в засобах масової інформації, добре поєднується з реальним постійно мінливим світом владних відносин.

Сучасний інформаційний простір і глобальний вплив інтернету на наше життя сприяють тому, що в сучасному світі практично кожен індивід піддається новим видам інформаційної маніпуляції. Маніпулювання завжди спрямоване на психічні конструкти людини, зазвичай здійснюється потай, маючи на меті зміну думок, переконань і цілей людей у потрібному маніпулятору напрямі.

**Таблиця 2.4 - Механізми впливу соціальних мереж на громадську думку**

Механізм	Характеристика	Психологічна основа	Політичні наслідки
Ехо-камери	Формування закритих інформаційних середовищ	Підтвердження існуючих переконань	Поляризація громадської думки
Соціальний доказ	Орієнтація на поведінку інших користувачів	Конформізм, бажання належати до групи	Формування псевдоконсенсусу
Емоційне зараження	Швидке поширення емоційних станів	Емпатія, мімікрія	Мобілізація або демобілізація електорату
Фрагментація уваги	Коротка форма контенту	Обмежена увага, кліпове мислення	Спрощення політичного дискурсу

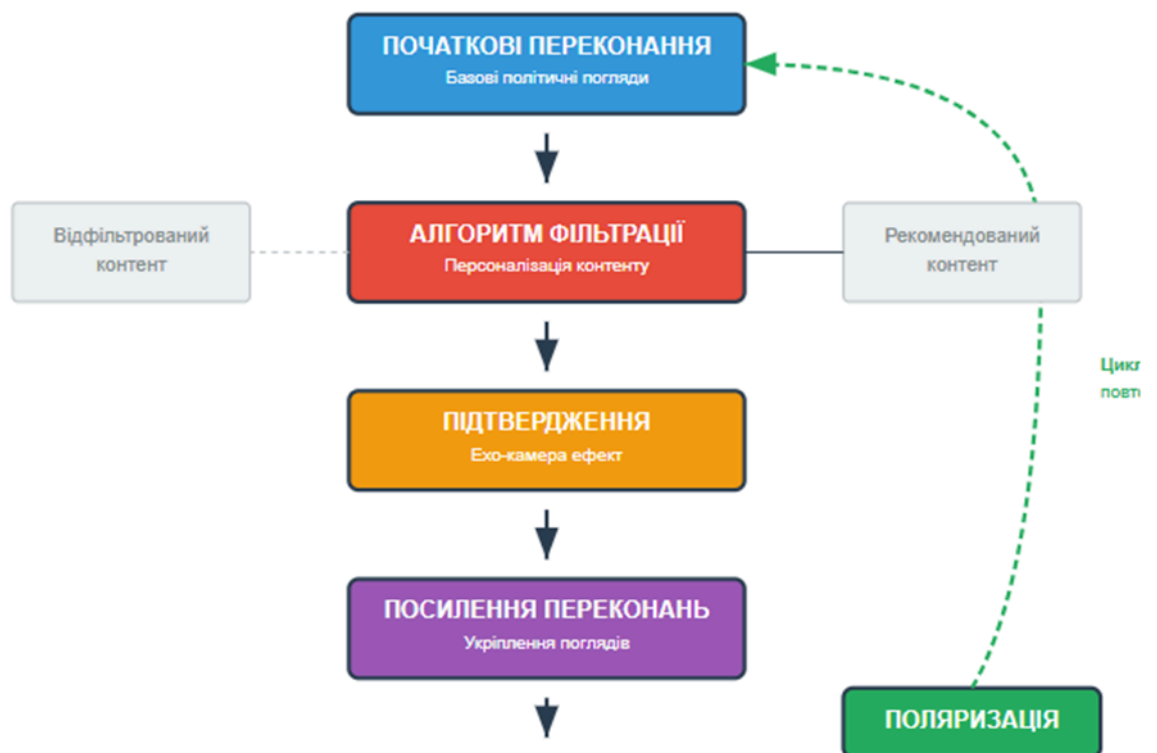
*Джерело: складено автором*

Інтернет-користувачі дедалі частіше читають тільки заголовки новин, не вникаючи в суть самого повідомлення, поступово втрачаючи бажання

відслідковувати правдивість інформаційного навантаження. Єдиним критерієм підбору й поширення інформації стає кількість like: чим більше користувачі соціальних мереж діляться новиною, тим більше вона викликає довіру, тим більше вона сприймається як правда [28].

Засоби масової інформації постійно і наполегливо створюють нові образи, а звичайні користувачі, які шукають допомоги в ускладнених соціальних умовах, намагаються за ними встигнути. Незалежні від нас події також сприяють тому, що постійно відбувається руйнування старих образів, руйнується наша оборона і раніше сформована уявна модель реальності.

Результат цього постійного "бомбардування" новими образами - прискорене витіснення старих образів, збільшення розумової "пропускної спроможності" і нове глибоке відчуття мінливості, недовговічності самого знання. Це призводить до підсилення віртуальної реальності, що шкодить справжній.



**Рисунок 2.4 - Цикл формування політичних уподобань у соціальних мережах**

*Джерело: складено автором*

Кожен політичний процес першочергово захоплює віртуальну аудиторію, а згодом проявляється в конкретних формах через політичні орієнтації, громадянську активність, політичну діяльність чи виборчі рішення. Враховуючи те, як політика набуває театральних характеристик, а політичні інституції перетворюються скоріше на агенції з укладання домовленостей, ніж на представництва влади, громадяни починають проявляти захисні механізми.

Застосування технологій політичного впливу у соціальних платформах має широкий діапазон суспільних і політичних наслідків. Ці технології можуть істотно впливати на процеси демократизації, становлення громадянського суспільства та політичної культури.

Частково, саме під маніпулятивним впливом формується суспільна думка сучасного соціуму. Технології політичного маніпулювання об'єднують у собі компоненти раціонального і ірраціонального. Маніпулювання свідомістю людей є невід'ємною частиною політичного впливу, формування іміджу конкретних політичних сил чи лідерів.

Причинами виникнення маніпулятивних технологій є потреба в ефективному способі реалізації практичних завдань, які постають перед учасниками політичного процесу. Функціонально політичні технології маніпулювання націлені на досягнення цілей відповідно до інтересів і функцій суб'єкта, які можуть долучатися до стабілізаційних чи дестабілізаційних політичних процесів.

Інтенсивне використання маніпулятивних технологій безпосередньо впливає на рівень довіри громадянського суспільства до інститутів державної влади. Використання технологій політичного маніпулювання носить переважно деструктивний характер і становить певну загрозу демократичному суспільству, громадянському суспільству, призводить до відчуження людини від участі у політичному житті як суб'єкта.

Масштаб політичного впливу на суспільну думку в Україні є досить значним. Це актуалізує питання дослідження специфіки застосування

технологій маніпулювання, зокрема і на суспільну думку. Як наслідок, актуальним для сучасного суспільства є розробка і впровадження відповідних прийомів та механізмів захисту й протидії маніпулятивному впливу.

Найпоширенішими методами маніпулювання суспільною думкою сучасного українського соціуму є: безпосередня дезінформація; викривлення фактів; неправильне використання даних соціологічних досліджень; "витік" псевдоконфіденційної інформації; посилення на неперевірені джерела; спекулювання на страхах людей; унеможливлення аналізу; обмеження і відволікання уваги; використання історичних аналогій; використання методу асоціацій; нав'язування масовій свідомості соціально-політичних міфів і стереотипів; логічне переконання у бажаному контексті.

Маніпулятивні технології політичного характеру спрацьовують і досягають своєї мети через некритичність мислення громадян, адже значна частина узагальнень, інформації про суспільно-політичне життя, трактування фактів не зазнають перевірки з боку громадськості чи потенційного електорату.

Медіа і соціальні платформи мають широкий спектр потенційних можливостей впливу на суспільну думку. За допомогою засобів масової інформації і сучасних інтернет-ресурсів формуються соціальні цінності, політичні настрої і уподобання, суспільна думка як така.

Соціальні платформи надають можливість активно демонструвати свої політичні переконання та позиції, взаємодіяти з однодумцями та спільнотами, сприяючи формуванню колективної ідентичності та посилюючи політичні установки. Алгоритми соціальних платформ відбирають та індивідуалізують інформацію, створюючи ефект "інформаційної бульбашки", де користувачі стикаються і сприймають інформацію, що узгоджується з їхніми поглядами [26].

Комунікація з іншими користувачами через дискусії, колективні акції та обмін інформацією підтримує формування та зміцнення політичної ідентичності через відчуття приналежності до спільноти. Всі ці механізми

сприяють формуванню та підтримці віртуальної політичної ідентичності в соціальних платформах.

Соціальні платформи перетворюються на арену для інформаційних воєн, де невелика група ініціаторів може спричинити серйозні соціальні та матеріальні наслідки для державних та приватних організацій. Оскільки суспільство стає все більш цифровим, очікується зростання кількості таких деструктивних інформаційних атак.

Інформаційна війна являє собою форму інформаційного протистояння, яка може залучати як інституції, створені владою, так і окремі спільноти, групи та осіб. Це не обмежується лише періодом війни, але може тривати й у мирний час. У процесі інформаційної війни застосовуються різноманітні методи, від простої неправди до більш витончених способів подання інформації з метою змінити її справжній зміст [26].

Основною метою інформаційної війни є маніпуляція свідомістю людей через використання будь-яких ефективних методів без урахування правових та етичних обмежень. Соціальні платформи стали ключовим інструментом політичного впливу, слугуючи майданчиком для обміну інформацією та висловлювання думок про владу, особливо в умовах обмеженої опозиційної діяльності. Блогосфера відіграла значну роль у поширенні «кольорових революцій», нейтралізуючи офіційну інформаційну політику, а мережеві малоактивні користувачі («диванні війська» або «слактивісти») стали важливою складовою соціальних рухів, поширюючи інформацію без перевірки її достовірності.

В сучасних умовах формуються нові тенденції використання маніпулятивних технологій у владних процесах, серед яких позитивні зрушення у протидії маніпуляціям, посилення принципів відкритості та прозорості, активна діджиталізація управлінських процесів та формування каналів зворотного зв'язку між владою і громадянами. Однак маніпулятивний вплив може посилюватися через відсутність знань про механізми психологічного захисту, неготовність громадян до адаптації у нових реаліях,

низький рівень інформування про державну політику та відсутність контролю за дотриманням принципів протидії політичним маніпуляціям.

Характерною рисою сучасного українського громадянського суспільства є набуття нових рис і виконання ряду функцій, які демонструють його сильні сторони і закріплюють важливу роль у системі протидії маніпулятивним впливам з боку політичної системи суспільства. До таких можемо віднести:

- структурованість і внутрішню здатність до вирішення проблем соціального, політичного, економічного, духовного, культурного, гуманітарного характеру поза межею державного втручання;
- широкі комунікативні можливості, завдяки яким створюється альтернативні канали комунікації та поширення інформації, зокрема через соціальні мережі, месенджери;
- плюралізм у задоволенні індивідуальних і групових інтересів різних соціальних верств, їх часткова кореляція із загальносуспільними інтересами.

Громадянське суспільство в Україні позиціонує себе впливовим політичним актором з яким мусили б рахуватися владні структури. Це вказує на наявність якісних змін стосовно політичного впливу й застосування технологій політичного маніпулювання на громадськість в Україні.

Таким чином, соціальні мережі мають подвійний вплив на політичні процеси та громадську думку. З одного боку, вони створюють нові можливості для демократичної участі, мобілізації громадянського суспільства та підвищення політичної активності. З іншого боку, вони стають потужним інструментом для здійснення маніпулятивного впливу, поширення дезінформації та підриву демократичних процесів. Розуміння цих двох аспектів є критично важливим для розробки ефективних стратегій протидії негативним впливам та максимізації позитивного потенціалу соціальних мереж для розвитку демократичного суспільства.

## **РОЗДІЛ 3. ПОЛІТИЧНІ МАНІПУЛЯЦІЇ В УКРАЇНІ: РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ**

### **3.1. Аналіз використання соціальних мереж у політичних кампаніях в Україні**

Аналітичний звіт соціальної платформи Facebook засвідчує, що Україна належить до провідних держав світу за масштабами інформаційно-психологічних операцій, здійснюваних у межах цієї соціальної мережі. Дослідження під назвою "Аналіз операцій впливу 2017-2020", презентоване 26 травня, демонструє входження України до топ-5 держав-ініціаторів подібних інформаційних кампаній із значною концентрацією структурованих операцій у Facebook [30].

Протягом останніх років адміністрація Facebook демонструє підвищену увагу до структурованих інформаційних кампаній, націлених на деформацію суспільного діалогу в межах платформи на користь конкретних політичних угруповань. Протидія таким кампаніям набула особливої актуальності після американських президентських перегонів 2016 року, коли було зафіксовано російське втручання через застосування автоматизованих російських акаунтів, що видавали себе за громадян США.

Відповідно до статистики Facebook, Україна займає п'яту позицію протягом останніх чотирьох років за кількістю мережевих структур, які реалізують координовані дезінформаційні операції на її території з метою маніпулятивного впливу на свідомість звичайних користувачів соціальної платформи та введення їх у хибні уявлення. На українській території було ідентифіковано вісім подібних мережевих структур [30].

У аналітичному документі Facebook Україна опинилася серед лідерів переліку держав, які найчастіше стають мішенями таких інформаційних

повідомлень. Україна зазнала зовнішніх атак у рамках операцій психологічного впливу, що визначає її як другу за цим критерієм поряд із Великою Британією. Лише Сполучені Штати Америки ставали об'єктом операцій впливу частіше - 26 епізодів. Україна є одним із лідерів та однією з держав, які постраждали від організованих кіберінформаційних атак усередині країни - у шести зареєстрованих випадках [30].

**Таблиця 3.1 - Рейтинг країн за кількістю операцій інформаційного впливу у Facebook (2017-2020)**

Позиція	Країна	Внутрішні операції	Зовнішні атаки	Загальна кількість
1	США	8	26	34
2	М'янма	9	2	11
3	Україна	6	10	16
4	Бразилія	6	3	9
5	Велика Британія	2	10	12

*Джерело: складено автором на основі звіту Facebook "Стан операцій впливу 2017-2020"*

Аналіз даних про атаки на Україну з-за кордону свідчить про те, що всі десять кампаній проти України з-за кордону були організовані з Росії, ще одна кампанія була організована з території Луганської області, що контролюється проросійськими сепаратистами. На відміну від цього, жодна з кампаній, проведених в Україні, не спрямовувалася на вплив на користувачів з інших країн, включаючи Росію, і фокусувалася виключно на внутрішній аудиторії.

Адміністратори соціальних мереж оголосили про видалення десятків груп і сторінок у Facebook та Instagram, пов'язаних з партією "Європейська солідарність" колишнього президента Петра Порошенка та рядом громадських організацій. Одна зі сторінок, що була зазначена, є політичною партією "Слуга народу", тоді як інша пов'язана з українською мережею, що асоціюється з Андрієм Деркачем, незалежним депутатом Верховної Ради, якого санкціонувало Міністерство фінансів США [30].

Крім того, Facebook оголосив про видалення контенту, пов'язаного з колишнім прем'єр-міністром Володимиром Гройсманом та колишнім народним депутатом Олегом Кулінічем, а також про виключення політичних консультантів, пов'язаних з цими особами.



**Рисунок 3.1 - Схема інформаційних операцій в українських соціальних мережах**

*Джерело: складено автором на основі даних Facebook*

У кінці звіту Facebook є посилання на окремий файл, що містить інформацію про країни та організаторів інформаційних кампаній, спрямованих на спотворення громадської думки в соціальних мережах. Facebook зазначає, що їхні методи виявлення та боротьби з операціями впливу продовжують удосконалюватися.

Особливо в останні роки спостерігається зміна з великих, видовищних кампаній до більш цілеспрямованих та спеціалізованих інформаційних операцій. Проте організаторам таких кампаній не так просто здатися, оскільки вони намагаються імітувати реальні голоси та залучати реальних людей до своїх кампаній. Комерціалізація цього ринку стає все більш

очевидною, залучаючи професійні рекламні агенції до планування таких кампаній.

У політичному просторі України фіксуються численні випадки застосування маніпулятивних технологій через платформи соціальних мереж:

Застосування автоматизованих систем: Протягом президентської кампанії 2019 року в Україні було зафіксовано активне використання програмних ботів. Подібна практика надавала окремим політичним угрупованням можливість зміцнювати власні ідеологічні позиції та розповсюджувати недостовірну інформацію [13].

Циркуляція недостовірного контенту: Аналогічно до світових тенденцій, в українському інформаційному просторі активно поширювалися фальшиві новинні матеріали через соціальні платформи. Протягом 2019 року соціальні мережі були наповнені неправдивими повідомленнями, зокрема одне з них містило інформацію про нібито смерть президентського кандидата внаслідок серцевого приступу. Така тактика була спрямована на формування суспільних настроїв та дискредитацію конкретного претендента.

Інвестування в рекламні кампанії: Політична сила "Слуга народу" інвестувала значний бюджет (понад 1 мільйон гривень) у рекламні активності на Facebook протягом парламентських виборів 2019 року. Це демонструє масштабне використання соціальних платформ як інструменту політичного просування [13].

Організація платних відгуків: В українському політичному середовищі зафіксовано практику використання оплачуваних коментарів та оцінок у соціальних мережах. Політичні організації та рухи можуть винагороджувати осіб за створення схвальних коментарів або рецензій щодо своїх представників чи ідеологічних концепцій, формуючи ілюзію масової підтримки або покращуючи рейтингові показники конкретного претендента.

Контроль над суспільним дискурсом: У соціальних мережах можна простежити намагання контролювати публічні дискусії та генерувати штучну прихильність або опозицію щодо конкретних політичних течій. Це може

охоплювати створення імітаційних дебатів, залучення автоматизованих систем або спеціалізованих ресурсів для трансляції упередженої інформації та дезінформаційних матеріалів.

Застосування впливової риторики: В ході президентської гонки 2019 року використовувалися поширені фразеологізми та термінологія, що асоціюється з конкретними концепціями або проблематикою. Це було покликано впливати на переконання електорату та формувати специфічне сприйняття кандидатів [17].

Трансформація візуального контенту: У соціальних мережах поширені модифіковані зображення подій або політичних діячів. Подібні практики можуть застосовуватися для викривлення реальних фактів та створення хибних уявлень. Зокрема, графічні редактори можуть використовуватися для альтерації фотографій політиків у публікаціях.

**Таблиця 3.2 - Типи політичних маніпуляцій у соціальних мережах України**

Тип маніпуляції	Характеристика	Приклади застосування	Цільова аудиторія
Бот-мережі	Автоматизовані акаунти для поширення контенту	Підтримка певних кандидатів, атаки на опонентів	Широка аудиторія соцмереж
Фейкові новини	Неправдива інформація про політичних діячів	"Смерть кандидата від серцевого нападу"	Виборці, медіа
Платна реклама	Масштабні рекламні кампанії в соцмережах	1+ млн грн витрат партії "Слуга народу"	Цільові групи виборців
Астротерфінг	Штучні громадські рухи	Псевдодискусії, фальшива підтримка	Активні користувачі

*Джерело: складено автором*

Роль традиційних медіа у взаємодії з соціальними мережами:

Використання стереотипів: Деякі політичні партії можуть використовувати стереотипи та кліше, щоб привернути увагу виборців. Наприклад, їх можна зображати як "нову силу" або "силу змін", що створює позитивне сприйняття серед громадськості.

Використання емоційно заряджених повідомлень: Деякі політичні партії можуть використовувати повідомлення, що мають сильну емоційну складову, для залучення уваги виборців до своєї кампанії. Скандальні,

провокативні заголовки можуть викликати емоційну реакцію та привернути увагу до певної політичної партії або кандидата.

Дискредитація опонентів: Політичні суперники можуть використовувати стратегії дискредитації, щоб зменшити підтримку та авторитет опонентів. Це може включати поширення компромату, розповсюдження неправдивих чи перекручених фактів про опонентів або використання персональних нападів замість обговорення справи.

### **3.2. Особливості маніпулятивних технологій в українському політичному просторі**

Протягом процесу демократичної трансформації українське суспільство періодично зазнавало впливу різноманітних форм політичного маніпулювання: під час електоральних кампаній, у сфері суспільних комунікацій, в інформаційно-медійному просторі, через застосування маркетингових стратегій у політиці та рекламних технологій. Маніпулятивні підходи в нашій державі характеризуються глибоким історичним корінням та широким розповсюдженням, що обумовлено комплексом історичних передумов, політичних факторів та соціально-економічних детермінант.

Трансформація від соціалістичної системи, де пропагандистська діяльність становила ключовий державний пріоритет, до демократичного устрою з незалежними медіа, мала революційний характер. Недостатній рівень соціально-економічного прогресу значної частини громадян призвів до втрати суспільних інтересів, що спричинило деградацію освітнього та культурного рівня і перехід до застосування "м'яких інструментів" у державному управлінні.

Активне впровадження технологій політичного маніпулювання через інтернет-платформи соціальних мереж створює ризики для державного контролю над суспільно-політичними явищами, інформаційними каналами, і навіть може генерувати загрозові тенденції загальнонаціонального

масштабу. Застосування подібних технологій здатне ослабити взаємозв'язки між владними структурами і громадянським суспільством, спровокувати ерозію національної ідентичності, руйнування морально-етичних засад.

Дослідження маніпулятивного потенціалу інтернет-платформ соціальних мереж дає змогу ідентифікувати найсучасніші техніки впливу, що базуються на традиційних підходах та активно використовують динамічно оновлювану технологічну інфраструктуру. Серед них варто виокремити такі стратегії:

Тактика стигматизації: коли українських лідерів характеризують як фашистів.

Тактика систематичного відтворення: що реалізується через дублювання новинних матеріалів у спільнотах.

Тактика лінгвістичного маніпулювання: яка передбачає використання лексики з негативними конотаціями, зокрема "піндос", "укроп", "ватник".

Тактика фальсифікації інформації: умисне викривлення або селективна презентація даних.

Тактика псевдооб'єктивності та загальноприйнятості: що використовується через систематичні посилання на експертні оцінки.

Тактика візуального впливу: застосування відео та фотоматеріалів, які здійснюють потужний емоційний вплив на аудиторію [23].



**Рисунок 3.2 - Структура застосування маніпулятивних методів в українському інформаційному просторі**

*Джерело: складено автором*

Політична сфера, особливо виборчі кампанії, традиційно характеризується використанням «брудних технологій», включаючи чорний PR, метою якого є дискредитація політичних опонентів. Під час виборчої кампанії 2020 року на посаду міського голови спостерігалися приклади такого PR як у друкованих виданнях, так і в цифрових платформах та месенджерах. Незважаючи на фіксацію порушень та складання протоколів на розповсюджувачів листівок, а також звернення юристів до поліції, замовників виявити не вдалося, і до кримінальної відповідальності нікого не притягли. Аналогічна ситуація склалася з корупційними схемами підвезення виборців через службу таксі з паролем «Чайка 2020», де незважаючи на журналістські розслідування, кримінального провадження відкрито не було.

Для досягнення маніпулятивного впливу застосовується комплекс прийомів: використання інтернет-мемів для висміювання політичних суб'єктів та історичних діячів з метою дискредитації держави; поширення

неправдивої інформації для підриву довіри та формування негативного іміджу; порівняння дій політичних лідерів з нацистською Німеччиною для ескалації суспільного невдоволення; акцентування уваги на опозиційних діячах як політичних жертвах; створення ілюзії масового протесту через постійне інформування про підготовку акцій проти влади; систематичне нагадування про трагічні події періоду правління; розміщення відеоматеріалів з агресивною поведінкою проти представників влади в супроводі емоційно-оцінних коментарів, що схвалюють такі дії.

**Таблиця 3.3 - Порівняльна характеристика маніпулятивних технологій в Україні та світі**

Аспект порівняння	Україна	Західні країни	Авторитарні режими
Основні актори	Політичні партії, олігархи, зовнішні сили	Політичні партії, корпорації, держави	Державні структури, спецслужби
Технологічна складність	Середня	Висока	Висока
Масштаб операцій	Національний, регіональний	Міжнародний	Міжнародний
Правове регулювання	Слабке	Помірне	Відсутнє/контрольоване
Основні цілі	Електоральна перемога, дискредитація опонентів	Політичний вплив, економічні інтереси	Утримання влади, геополітичний вплив

*Джерело: складено автором*

Для протидії політичному маніпулюванню в цифровому просторі доцільно розглянути створення спеціального законодавчого акту або внесення змін до існуючих нормативних документів, що регулюють інформаційну сферу. Найефективнішим підходом видається розробка окремого закону, який не лише обмежує застосування маніпулятивних методів, але й встановлює кримінальну відповідальність за різноманітні форми інформаційного тиску та прихованого впливу. Однак законодавче врегулювання маніпулятивних технологій потребує точного юридичного визначення поняття «маніпулювання» та встановлення критеріїв незаконності таких методів, що

може створювати ризики цензури та обмеження конституційного права на доступ до інформації.

Німецький досвід демонструє одне з найжорсткіших у світі законодавств щодо клепу, публічних закликів до злочинів та погроз насильством, передбачаючи тюремне ув'язнення за заперечення Голокосту або розпалювання ненависті проти меншин. За німецькою моделлю соціальні мережі отримують тиждень для визначення відповідності контенту правовим вимогам у випадках, коли легальність публікації неможливо встановити негайно, інакше платформі загрожує штраф до 50 мільйонів євро за систематичні порушення [30].



**Рисунок 3.3 - Модель протидії маніпуляціям в українському інформаційному просторі**

*Джерело: складено автором*

Для вирішення проблеми маніпулювання важливо навчити населення розуміти небезпеку, пов'язану з політичним маніпулюванням, розвивати культуру споживання інформації та критичне мислення. Один із способів

підвищення інформаційної грамотності – введення навчальних курсів у вищих навчальних закладах і школах, які включатимуть навчання пошуку інформації в Інтернеті, роботи з «новими медіа» і методам перевірки соціальної та політичної інформації [14].

Потрібні також наукові дослідження та обговорення проблеми маніпулювання на рівні громадськості. Проблема впливу соціальних мереж на суспільну свідомість є серйозною і вимагає уваги, аналогічно до проблем тероризму чи екологічної кризи. Суспільство повинно розуміти необхідність контролю над цим явищем.

Важливими навичками для користувачів Інтернету є вміння розпізнавати маніпуляцію. Ознаки маніпуляції в Інтернеті включають: відсутність посилань на джерело інформації, використання невідомих експертів, повторення однієї інформації, оцінювальний характер повідомлення та надмірний фокус на візуальних компонентах.

Виділяються три основні групи методів протидії маніпуляціям в Інтернеті. Перша група зосереджується на зміцненні психологічної стійкості людей до маніпулятивних впливів. Друга група методів спрямована на розвиток критичного мислення при роботі з інформацією. Третя група методів надає рекомендації щодо використання інструментів Інтернету.

Отже, використання технологій політичного маніпулювання у соціальних мережах є поширеною практикою у сучасному українському політичному процесі. Ці практики включають використання автоматичних ботів для поширення дезінформації, розповсюдження фейкових новин, використання рекламних послуг у соціальних мережах, маніпулятивної мови, зображень, стереотипів та емоційно заряджених повідомлень.

Важливо пам'ятати, що використання таких технологій має потенціал порушити чесність та прозорість політичного процесу. Політичні суб'єкти, соціальні мережі та регулятори повинні спільно працювати над встановленням етичних стандартів та правил щодо використання технологій

політичного маніпулювання для забезпечення демократичних процесів у цифровому просторі.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було комплексно проаналізовано феномен політичних маніпуляцій у соціальних мережах та їх вплив на сучасні політичні процеси. Дослідження дозволило сформулювати наступні основні висновки:

Політичні маніпуляції у соціальних мережах представляють собою еволюціонований варіант класичних технологій впливу, адаптований до особливостей цифрового середовища. Етимологічно походячи від латинського "manus" (рука), поняття маніпуляції набуло нового змісту в контексті інформаційного суспільства, де прихований вплив здійснюється через програмування поведінки користувачів соціальних мереж.

Дослідження показало, що існують три основні підходи до оцінки маніпуляції: деструктивний (розглядає як негативне явище), конструктивний (визнає можливість позитивного використання) та нейтральний (абстрагується від етичної оцінки). У контексті соціальних мереж переважає деструктивний підхід, оскільки цифрові технології значно посилюють потенціал шкоди від маніпулятивних впливів.

Соціальні мережі кардинально змінили природу політичної комунікації, перетворившись з простих платформ для спілкування на потужні інструменти політичного впливу. Вони забезпечують перехід від традиційної моделі "один-до-багатьох" до нової моделі "багато-до-багатьох", що створює принципово нові можливості як для демократичної участі, так і для маніпулятивного впливу.

Ключовими характеристиками соціальних мереж як інструменту політичної комунікації є: інтерактивність, залучення (engagement), комунікативність, універсальність, реплікація та контент на запит. Ці особливості роблять соціальні мережі унікально ефективними для здійснення політичного впливу порівняно з традиційними медіа.

Дослідження виявило, що віртуальна політична маніпуляція здебільшого здійснюється за допомогою основних постулатів вірусного маркетингу, який враховує соціальну валюту, тригер, емоції, суспільство, практичну цінність і добре описану історію. У мінливому мережевому світі маніпуляція поширюється набагато швидше, ніж у ієрархічному, завдяки горизонтальному характеру комунікації.

Основні технології політичного маніпулювання включають: використання бот-мереж, створення та поширення фейкових новин, мікротаргетинг, астротерфінг. Особливої уваги заслуговує роль алгоритмів соціальних мереж, які підсилюють маніпулятивний контент на основі вірусного ефекту.

Класичні методи маніпулювання успішно адаптуються до цифрового середовища: повторення реалізується через автоматичні репости та ретвіти; дроблення інформації - через коротку форму контенту; сенсаційність - через клікбейт-заголовки; терміновість - через real-time повідомлення та пуш-нотифікації. Ця адаптація значно підвищує ефективність маніпулятивного впливу завдяки технологічним можливостям цифрових платформ.

Згідно з даними Facebook, понад 150 операцій впливу було виявлено в понад 50 країнах світу за останні чотири роки. Україна займає п'яте місце за кількістю внутрішніх маніпулятивних мереж та друге місце (разом з Великою Британією) за кількістю зовнішніх атак. Це свідчить про масштабність проблеми та необхідність системного підходу до її вирішення.

В українському контексті спостерігаються всі основні види політичних маніпуляцій: використання ботів, поширення фейкових новин, закупівля рекламних послуг, астротерфінг, дискредитація опонентів. Особливостями українського досвіду є: вплив історичних факторів (перехід від авторитарного до демократичного режиму), активне втручання зовнішніх акторів (переважно з Росії), слабкість правового регулювання та низький рівень медіаграмотності населення.

Дослідження показало, що соціальні мережі мають подвійний вплив на політичні процеси. З одного боку, вони створюють нові можливості для демократичної участі, мобілізації громадянського суспільства та підвищення політичної активності. З іншого боку, вони стають потужним інструментом для здійснення маніпулятивного впливу, поширення дезінформації та підриву демократичних процесів.

Особливо небезпечними є ехо-камери та фільтрувальні бульбашки, які призводять до поляризації громадської думки та ускладнюють формування консенсусу в суспільстві. Алгоритми соціальних мереж, орієнтовані на максимізацію engagement, часто підсилюють найбільш емоційний та поляризуючий контент.

Ефективна протидія політичним маніпуляціям у соціальних мережах вимагає комплексного підходу, який включає:

- Законодавчі заходи: розробка спеціального законодавства, що регулює використання маніпулятивних технологій без обмеження свободи слова;
- Технічні заходи: розвиток алгоритмів виявлення фейків, системи факт-чекінгу, підвищення прозорості алгоритмів соціальних мереж;
- Освітні заходи: підвищення медіаграмотності населення, розвиток критичного мислення, навчання навичок розпізнавання маніпуляцій;
- Міжнародна співпраця: координація зусиль різних країн у боротьбі з транснаціональними маніпулятивними операціями.


Швидкий розвиток технологій вимагає постійного моніторингу та дослідження нових форм маніпулятивного впливу. Особливої уваги потребують: розвиток штучного інтелекту та його використання для створення дідфейків; поява нових соціальних платформ та специфіка маніпуляцій на них; вплив маніпуляцій на різні демографічні групи; ефективність різних методів протидії.

Таким чином, політичні маніпуляції у соціальних мережах представляють собою серйозний виклик для сучасної демократії, який

вимагає комплексної відповіді з боку суспільства, держави та міжнародної спільноти. Розуміння механізмів цих маніпуляцій та розробка ефективних засобів протидії є критично важливими для збереження демократичних цінностей в епоху цифрових технологій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Боярова К. В. Інтернет як засіб комунікації людей. 2009.
2. Бойко О. Д. Політичне маніпулювання. Київ, 2010. 432 с.
3. Бородчак М. В. Особливості політичних маніпуляцій у сучасному інформаційному просторі та способи протистояння їм. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2020. Вип. 45. С. 284.
4. Британські інструктори за п'ять років підготували понад 18 тисяч українських військових. *АрміяInform*. URL: <https://armyinform.com.ua/2020/08/18/brytanski-instruktory-za-pyat-rokiv-pidgotuvaly-ponad-18-tysyach-ukrayinskyh-viyskovykh/>.
5. Була С., Свідерська О. Соціальні мережі як інструмент політичної маніпуляції. *Політикус*. 2020. Вип. 4. С. 21--25.
6. Вайер А. Інтерактивні форми політичної комунікації. *Актуальні проблеми політики*. 2019. Вип. 64. С. 137.
7. Вахула Б. Я. Соціальні медіа як механізм масової мобілізації: концептуалізація та емпіричне дослідження. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: збірник наукових праць*. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. Вип. 20. С. 187--195.
8. Воронкова В. Г. Філософія гуманістичного менеджменту. Запоріжжя, 2000. 268 с.
9. Грабовська С., Мусаковська О. Інформаційне перевантаження: психологічний ракурс. *Психологічний часопис*. 2020. Том 6. № 7. С. 20.
10. Григорова З. В. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі -- ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. № 3(57). С. 97.
11. Гришин М. Маніпулятивні технології у соціальних медіа: основні тактики. *Наукові праці МАУП. Філологія*. 2024. Вип. 3(13). С. 18--25.

12.  Данько Ю. А. Соціальні мережі як засіб політичної комунікації. *European political and law discourse*. 2015. № 2. С. 204--209.
13. Десятко А. М. Кібербезпека. Кібергігієна. Безпека держави. Київ: КНТЕУ, 2020. URL: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA>.
14. Дудко І. Українське суспільство на шляху до політичної нації: монографія. 5-те вид. Київ: КНЕУ, 2014. 472 с.
15. *Європейська правда*. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2017/11/15/7073680/>.
16. Єфтєні Н. М. Політичне маніпулювання: особливості застосування. *Актуальні проблеми політики*. 2015. Вип. 56. С. 235--240.
17. Як змінилося ставлення населення України до Росії та населення Росії до України. *Київський міжнародний інститут соціології*. URL: <http://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=652&page=1>.
18. Коновал В. О. Мережеві технології у сучасних умовах суспільного розвитку: філософські концепції. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 2. С. 135.
19. Конет А. Політична маніпуляція: поняття, концепції, механізм дії. *Медіафорум*. 2020. Том 8. С. 187--194.
20. Мошак Д. С. Сучасні політичні маніпуляції: політико-комунікаційний та політико-технологічний виміри. *Політикус*. 2020. Вип. 4. С. 43.
21. Пивовар А. І. Мережева комунікація: основні тенденції розвитку, специфіка в Україні. Тернопіль: Тернопільський національний економічний університет, 2017.
22. Поліщук І. О., Рум'янцева С. В. Політичне маніпулювання: сутність та проблема його обмеження. *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого*. 2013. № 2. С. 199.
23. Присяжнюк М. М., Компанцева Л. Ф. та ін. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид.

Київ: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с. URL:  
[https://mil.univ.kiev.ua/files/29\\_965691167.pdf](https://mil.univ.kiev.ua/files/29_965691167.pdf).

24. Радченко О. В. Чинники впливу Інтернет-комунікацій на політичну взаємодію. *Актуальні проблеми політики*. 2012. Вип. 45. С. 225.

25. Сидоров М., Табаков Д. Інтернет як засіб соціальної комунікації та соціального впливу. *Політичний менеджмент*. 2008. № 4(31). С. 122.

26. Сінгер П., Брукінг Е. Війна лайків. Зброя в руках соціальних мереж. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2019. 320 с.

27. Темелкуран Е. Як втратити країну. Сім років від демократії до диктатури. Харків: Віват, 2019. 240 с.

28. *Twitter*. Шановні представники ЗМІ, #ЄвроМайдан просить Вас бути з Народом, не бійтеся писати правду. Будь-ласка, like+share. @EuroMaidan від 29.11.2013.

29. Чередник Л. Інтернет-комунікація як спосіб сучасного міжособистісного спілкування. Полтава: ПолтНТУ, 2012. С. 54.

30. Шеїна М. Ф. Порівняльний аналіз антиурядових протестів в Україні 2013--2014 рр. та Південній Кореї 2016--2017 рр.: вплив засобів масової інформації.

31. Bradshaw S., Howard P. N. Global inventory of organized social media manipulation. *The Computational Propaganda Project*. 200 p.

## ДОДАТКИ

## ДОДАТОК А

### Приклад чорного PR під час виборів

