

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Філософський факультет
Кафедра політології

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТАХ

Кваліфікаційна робота
зі спеціальності 052- Політологія
освітній рівень «магістр»

студентки
II курсу ОР «магістр»
заочної форми навчання
ЛИМАР М.С

Науковий
керівник -
кандидат політичних наук,
асистент кафедри політології
ТЕЛЕШУН Я.С

Допущено до захисту:

Завідувач кафедри _____

Київ – 2021

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. Теоретико-концептуальні засади дослідження ролі соціальних мереж у політичних конфліктах.....	5
РОЗДІЛ 2. Особливості використання соціальних мереж у політичних конфліктах: зарубіжний досвід.....	22
РОЗДІЛ 3. Роль соціальних мереж в політичних конфліктах в Україні.....	49
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	75

ВСТУП

Дослідження проблеми є **актуальним**, оскільки соціальні мережі займають значне місце у всіх аспектах життя сучасної людини, зокрема й у політичному. З появою Інтернету у 1970-х роках та до сьогодні кількість користувачів соціальних мереж стрімко збільшується кожного дня.

Соціальні мережі виступають своєрідним провідником у передачі інформації від «світу» до «людини», а соціальні медіа визнаються важливим чинником публічного дискурсу.

Політичні партії, громадські об'єднання, окремі суб'єкти громадянського суспільства, на сьогодні є активними користувачами соціальних мереж.

Для дослідників соціальні мережі мають свій певний інтерес, як об'єкт, що знаходиться між двома комунікаційними просторами : реальним та віртуальним. З цього випливає й проблема таких досліджень, що базуються на існуванні комунікації та поширенні інформації у віртуальному світовому просторі, що впливає на формування думок учасників політичних конфліктів чи протистоянь у реальності.

Доведено, що соціальні мережі дійсно виступають як інструмент політичних конфліктів. Наприклад, такі платформи як Twitter та Facebook, насправді служать важливим інструментом для обміну інформацією та координації колективних дій, зокрема у політичних конфліктах.

Кожного дня до мережі Інтернет потрапляють терабайти інформації, що робить її глобальною та впливовою силою, яка має змогу контролювати думки та поведінку індивідів, однак ступінь розробки проблеми впливу соціальних мереж н перебіг політичних конфліктів залишається все ще недостатньою у працях українських та зарубіжних дослідників.

У зв'язку з цим доцільним є продовження вивчення теми на основі опрацьованих першоджерел та власного досвіду з метою наукового внеску до розробки та вирішення даної проблеми.

Мета кваліфікаційної роботи – з’ясувати роль соціальних мереж у політичних конфліктах.

Головними **завданнями** кваліфікаційної роботи є:

1. Розглянути основні теоретико-концептуальні засади дослідження ролі соціальних мереж у політичних конфліктах.
2. З’ясувати зарубіжний досвід використання соціальних мереж у політичних конфліктах;
3. Розкрити роль соціальних мереж в політичних конфліктах в Україні.

Об’єктом дослідження є політичні конфлікти.

Предметом дослідження є роль соціальних мереж у політичних конфліктах.

Методами дослідження є: історичний (використовувався в процесі дослідження еволюції соціальних мереж у політичних конфліктах), компаративний (використовувався для порівняння соціальних мереж хронологічно та їхнього впливу на конфлікти), нормативно-ціннісний метод (за допомогою цього методу обґрунтований інструментарій соціальних мереж у політичних конфліктах), структурно-функціональний (використовувався задля структуризації та розкриття функцій соціальних мереж), та метод експертних оцінок (як аналіз експертів майбутнього розвитку ролі та впливу соціальних мереж на сучасні політичні конфлікти).

Структуру кваліфікаційної роботи складають вступ, основна частина, яка складається з трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

Обсяг роботи становить 74 сторінки без врахування списку використаних джерел. Список використаних джерел включає 86 найменувань на 7 сторінках.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТАХ

У сучасному світі соціальні мережі присутні у кожній сфері життя. Політика, економіка, культура та релігія зараз не існують без згадування у соціальних мережах.

Соціальні мережі— це платформа для підтримки соціальних зв'язків в Інтернеті. Важливим елементом соціальної мережі є контент (зміст, інформація), який створюється та наповнюється користувачами [7, с. 415].

Український політолог Бебик В.М зазначає, що Інтернет мережі виступають новою гілкою масової комунікації, що поєднує в собі характеристики традиційних ЗМІ та особливі можливості для користувачів. Соціальні мережі наразі є найактуальнішим джерелом політичної мобілізації населення та координування їхніх дій під час конфліктів [7, с. 232].

Із виникненням і еволюцією інформаційних технологій виникає відносно нове поняття «кібервійна»- що є прикладом асиметричного політичного конфлікту, оскільки особа може конфліктувати з групою осіб, група осіб із комерційними компаніями, а комерційні компанії з урядом держави. Такий конфлікт «озброєний» інформацією, що поширюється в Інтернеті, який є невід'ємною частиною більшості населення планети [56, с. 6].

О. Запорожець визначає поняття «кібервійна» так : « це конфлікт, який містить в собі незаконні та ворожі атаки на мережі, з метою зруйнувати комунікацію та інфраструктуру, завдати шкоди системі оборони країни» [57, с. 80].

Технічний бік соціальних мереж виділяє чотири форми мереж, які представлені сьогодні: [72, с. 376]

- Мережеві платформи. Це такі платформи, які встановлюють зв'язок між користувачами та пропонують їм поділитися власною інформацією. До відомих належать такі платформи як YouTube або TikTok, що

мають переважно розважальний контент у форматі відео, а також Facebook та Instagram, які дозволяють ділитися інформацією через фото та текст;

- Особиста публікація. Відбувається концентрація уваги на вмісті публікації, яку створив власник сторінки. Такими платформами є Twitter або Instagram;
- Миттєвий обмін інформацією. Такі платформи забезпечують постійний зв'язок між абонентами незважаючи на різні країни, мобільні оператори або різницю в часовому поясі. Це WhatsApp або Snapchat;
- Платформа загальної та спільної інформації. Вона дозволяє вести сторінку разом, доповнювати або змінювати інформацію великій кількості користувачів. Яскравим прикладом є Вікіпедія.

Netflix, сервіс передавання відео у потоці, що має 203,7 млн передплатників по всьому світу, у документальному фільмі «Соціальна дилема» підіймає проблему відношення до користувача соціальної мережі, а саме розгляд людини, як продукту, а не як особистості.

Т. Харріс, спеціаліст по технологічній етиці, колишній працівник Google, надає такий аналіз соціальним мережам: «...фундаментальне питання полягає у можливості людського мозку впоратися із думками тисячі людей, а людська та цифрова еволюція зараз несумісні, оскільки цифрові платформи адаптуються до нових умов значно швидше, аніж люди...» [78].

Соціальні мережі наразі є основною платформою для ведення політичних перемовин та висловлення позицій. Прикладом є Дональд Трамп, який активно веде свою сторінку у Twitter та висловлює свої думки через неї, надаючи можливість мільйонам користувачів репостити та коментувати його висловлювання.

Сьогодні Інтернет є майже всюди, а країни або регіони, які не мають доступу до нього, шукають варіанти рішення цієї проблеми, оскільки потрапляють у ситуацію «відірваності від світу».

А. Годес, політологиня з Мангеймського університету, дослідниця групи з аналізу даних про права людини, досліджуючи тему соціальних мереж

зазначає, що зараз світ дізнається про початок та закінчення політичних конфліктів саме через соціальні медіа. Однак, Інтернет не є підконтрольним будь-яким фізичним чи віртуальним силам, тому користувачі споживають велику кількість фейкової інформації [36].

Соціальні медіа, що представлені у соціальних мережах потерпають від звинувачень у розпалі конфліктів через їхню поляризацію, однак частіше за все причиною розповсюдження є алгоритми платформи. Наприклад, Facebook відстежує, які публікації подобаються користувачу, що він репостить на сторінку та що він коментує.

На основі збору таких даних платформа починає допускати до стрічки новини схожі на вподобані, що має велике значення у формуванні думки людини про конфлікт.

Оскільки показані новини проходять відбір, як ті що подобаються і ті що ні, до користувача потрапляють лише пости, що підтверджують його думку і не допускаються пости опонентів. Це створює ефект фільтру-бульбашки чи так званої «ехокамери», що чинять перешкоди надходженню усієї інформації щодо конфлікту до користувача.

Однак, дослідники мають різні погляди на проблему алгоритмів, та зазначають, що соціальні мережі лише частково впливають на формування думок людини, що знаходиться у соціумі та має контакти з людьми у реальному житті, на відміну від екстремістських угруповань, які спілкуються лише з прихильниками [59].

М. Абрамович, президент Freedom House зазначає, що відсоток політичної маніпуляції у мережі з кожним роком збільшується та має успішні кейси майже у 30 країнах світу.

Одними з таких країн стали Україна та Росія, які досі перебувають у стані гібридної війни, що має не лише фізичну складову (армія, воєнні дії тощо), а й інформаційну складову через ТБ та соціальні мережі [29].

Деякі користувачі Facebook, а раніше ще однієї соціальної мережі Вконтакте (заблокована на території України указом Президента Петра

Порошенка у 2017 році), що знаходяться на окупованих територіях, досі мають доступ лише до новин однієї з країн та не мають змоги сформувавши об'єктивну думку, щодо політичного конфлікту на сході України, оскільки алгоритми та проплачена реклама видають необхідну інформацію, блокуючи усі інші джерела інформації [21, с. 247].

В епоху глобалізації політичні конфлікти можуть виникати на тлі різниці у сприйнятті національної, регіональної та глобальної безпеки. На міжнародному рівні виникає концепція безпеки, яка включає в себе не лише військові аспекти, а ще бере до уваги соціальні та економічні фактори.

Такими факторами виступають:

- Приріст населення
- міграційні потоки
- розподіл сировини
- міжнародний тероризм
- епідемії та пандемії
- боротьба за збереження території та культурної ідентичності
- прагнення до володіння інформацією та можливість контролю над

глобальними даними.

Саме із останнім фактором тісно пов'язані віртуальні платформи, які зберігають в собі інформацію, майже про кожного жителя планети. К. Лінч вперше у 2008 році вжив термін Big data (великі дані), що підтвердило існування світового інструменту збору даних, підходи та методи обробки яких мають структуру, що дозволяє використати їх у конкретних цілях [60].

Тож, існує ймовірність залучення конкретної людини до конфлікту, зокрема й до політичного, лише на основі отриманих даних, навіть без реального втручання. Перемовини, угоди та компроміси наразі переходять до он-лайну та дозволяють брати участь у процесі середньостатистичному користувачу Інтернету.

А. Юнгер, дослідник із університету Бамберга, автор «Путівника по Twitter для активістів», визначає організаційну роль віртуальних платформ так: – «...ті, хто конфліктують, будуть користуватися каналами соціальних медіа, щоб розповсюдити інформацію, яка стосується внутрішніх цілей: хто організатор, як реагують уряд та поліція, а також соціальні медіа є контактом із зовнішнім середовищем, що інформує громадськість про природу конфлікту» [71, с. 5].

Соціальні мережі на даному етапі свого розвитку є комплексами обміну інформацією між суб'єктами соціальних відносин, що зацікавлені у збереженні та продовженні спілкування абонентів, формулювання загальних уявлень та думок, навіть для людей із різних континентів.

У політиці соціальні мережі та зокрема соціальні медіа мають вплив на такі аспекти у формуванні громадянського суспільства:

- проводять просвітницьку діяльність щодо політичних та конституційних прав громадян
- сприяють формуванню ідеї та бренду політичних партій
- дозволяють налагодити спілкування між двома різними соціальними групами
- демонструють прозорість економічних та політичних процесів (декларації, опитування тощо)
- представляють інтереси як влади, так і конкретного громадянина [35, с. 3].

ЗМІ, які представлені не лише у традиційних інформаційних каналах (ТБ, друковані видання, радіо тощо), а й у соціальних мережах, мають більший відсоток впливу на думку громадськості через те, що політичні рішення у 21 сторіччі приймаються не лише з огляду на політичну логіку, а більше спираються на спілкування із суспільством.

Реформи тепер повинні проходити не лише огляд в уряді, а ще й бути сприйнятими громадянами, тож вони виступають своєрідним товаром, який потрібно продати споживачу, а в цьому випадку громадянину.

Проблема втручання соціальних медіа у політичні конфлікти обумовлюється суб'єктивністю інформації, що передає окреме видання або журналіст. Критичне осмислення реальності та адекватне відображення дійсності трактуються різними сторонами конфлікту по-різному [15, с. 13].

Персоналізація, політична культура, релігія, відношення до еліт-фактори, які заважають соціальним мережам стати об'єктивним носієм інформації та сприяють своєрідному відчуженню громадян та влади, що послаблює довіру до компетентності політичних акторів. Саме це може призводити до розпалювання конфлікту вже не між владами держав, а між громадянами.

Тим не менш, кожна влада країн з консолідованою демократією прагне бути представленою у соціальних мережах та мати можливість швидко реагувати та змінювати настрої у суспільстві.

Паблік рілейшнс та політичний піар набуває більшої вагомості, аніж представлення у традиційних ЗМІ. Вибірчі кампанії сьогодні налаштовані на вимоги користувача соціальних мереж, прикладами чого є кампанії президентів США, Великобританії та України (2019 рік).

Успіх президентської кампанії Володимира Зеленського дослідники пов'язують із використанням он-лайн технологій, які дозволили вести комунікацію з електоратом цілодобово через соціальні мережі [34, с. 34].

Дослідження інституту маркетингу, проведені у Німеччині, демонструють рейтинг використання соціальних мереж та надають цифру у 90 відсотків довіри соціальним мережам у питаннях просування та поширення інформації [74, с. 13].

Сучасні медіа, що представлені у соціальних мережах, дослідники називають «медіа-середовища з великим вибором», оскільки вони сприяють відбору інформації на основі особистої інформації, зокрема й політичних установок [73, с. 5].

За допомогою медіа-арен політична інтеграція громадян у конкретне політичне питання збільшується, оскільки, чим більше схожих політичних

дискурсів користувач бачить у своїй стрічці новин, тим легше згуртувати різні частини суспільства.

На формування думки людини про конкретне питання впливає кількість схожої інформації, яку вона поглинула за допомогою соціальних мереж. Включити особу до політичної теми, а зокрема й політичного конфлікту, легше, якщо тема для неї є актуальною та «на слуху».

Конфлікти як явище, є рушійною силою якісних змін у суспільстві та важливою складовою демократії. Соціальні мережі роблять свій внесок у те, як такі конфлікти регулюються, модеруються та розвиваються.

INFOCORE, міжнародний спільний дослідницький проект, що фінансується в рамках 7-ї Рамкової програми Європейської Комісії, проводить дослідження щодо конкретної ролі ЗМІ та соціальних медіа у конфліктах та сприйнятті суспільствами [73, с. 1].

Дослідники зазначають, що конфліктну комунікацію не можна розглядати без урахування політичних інтересів, що покладені в основу політичного конфлікту, а також акторів, що беруть безпосередню участь.

Усі сторони конфлікту намагаються використовувати соціальні медіа, як спосіб послабити або навпаки «підіграти» конфлікт, за допомогою фейків, ботів або контексту.

Якщо адаптувати інформацію для конкретної країни та конфлікту, існує ймовірність довгострокового привернення уваги з боку громадянського суспільства та світової спільноти.

INFOCORE серед негативних наслідків виділяє зниження професійного рівня журналістів, збільшення заангажованості ЗМІ, і хоча, зростаюча роль соціальних медіа може сприяти поляризації поглядів, найчастіше саме у конфліктах вони стають ескалаційним чинником [73, с. 2].

Глобальною загрозою у загостренні політичних конфліктів через соціальні мережі є монетизація контенту, який поширюється на широку аудиторію, що сприяє зрощенню політичних та економічних інтересів. За для отримання великої кількості читачів по всьому світу створюються бото-

ферми, що цілодобово створюють фейкові новини та отримують дохід з кожного читача.

Наприклад, під час виборчої кампанії у США у 2020 році у місті Велес (Македонія) було знайдено близько 200 ферм, що виробляли фейкові новини та інформаційні приводи для розпалення конфлікту між політичними силами США [70, с. 1].

В аналізі політичних конфліктів, що представлені у соціальних мережах, важливо відрізнити спеціально створені фейкові новини та новини, які є правдивими, але можуть бути тлумаченні по-різному.

Такі політичні конфлікти, як війни Росії з Україною, Грузії з Абхазією або конфлікт у Нагірному Карабасі мають яскраві приклади дописів у соціальних мережах, як фейків, так і правди, що має різні трактовки.

Під час гібридних конфліктів, як зазначає К. Бек, важливо не втратити контроль над інформацією, оскільки неправдиві факти завжди мають більший рівень потрясінь та можуть порушувати культурні або цензурні вимоги [71, с. 1].

Е. Ноель-Нейман, засновниця Інституту демоскопії в Алленсбаху, досліджуючи політичну комунікацію у конфліктах через соціальні мережі виокремлює таке поняття, як «спіраль замовчування».

Спіраль замовчування – це така модель комунікації, зокрема й у соціальних мережах, яка передбачає спостереження за своїм оточенням та аналіз інформації особою, яка приймає одну з двох можливих позицій : оточення має інші думки- особа приймає рішення мовчати; оточення має схожу думку- особа зміцнює свої позиції, може висловити думки публічно [40, с. 14].

Розповсюдження інформації у соціальних мережах створює нові загрози у просуванні політичних конфліктів з таких причин:

- Інформація розповсюджується у режимі реального часу, дуже швидко та масштабніше, аніж друковані видання

- Пропаганда має великий ефект, а інструментів для перевірки правдивості не вистачає, контролю над інформацією не існує

Можливістю зменшення небезпечних наслідків поширення фейків у думки людини, дослідники називають впровадження медіа-грамотності. Ф. Ган, речник зовнішньої політики та політики безпеки регіональної групи ХСС у німецькому Бундестазі, у своїй книзі «Безпека для поколінь. Виклики нового світового порядку», ще у 2012 році зазначив : «...компетентність медіа доповнює традиційні культурні методи сучасним способом і тепер вважається незамінною ключовою кваліфікацією майже у всіх галузях загальної та професійно-технічної освіти...» [71, с. 1].

Віртуальні спільноти виробляють ефект спільності, що утворює займенники «ми», «нас», «наші» тощо, навіть якщо така спільнота є нестабільною та тимчасовою.

Соціальні мережі – це канал для проведення дебатів, отримання реакцій та їхнього аналізу, тому політики, зокрема у великих країнах, намагаються стабільно вести свої блоги у соціальних мережах, щоб мати можливість контролювати свою аудиторію кожену хвилину.

У мережах будь-яке спілкування є поділенийим за рівнями: : [34, с. 3].

- глобальні соціальні мережі, що мають користувачів по всьому світу
- місцеві платформи, що мають користувачів в конкретному регіоні або країні
- синтез глобальних та місцевих платформ у часи великих світових потрясінь

Учасники спілкування у соціальних мережах також можуть бути поділені за фактором активності у мережі:

- Активний учасник дискусій та користувач соціальних мереж(постять, поширюють, коментують)

- Пасивний учасник дискусій, користується соціальними мережами активно, але лише для отримання інформації (сприймають інформацію та емоційні повідомлення, але не поширюють їх далі)

- Де-факто активний учасник, який де-юре не впливає на перебіг подій, частіше активність зводиться до приєднання до групи у соціальних мережах

Саме останній тип користувачів частіше всього створює розмиту статистику політичної участі громадян у політичних конфліктах, оскільки вони можуть натиском кнопки стати учасниками громадського руху. Це створює відчуттєву або символічну участь, яка, тим не менше, має незначний ефект або взагалі не впливає на перебіг протестів.

К. Стентон, віце -президент Twitter Global's Media, заявляє, що соціальні мережі мають вплив на молодь та громадян середнього віку, які зазвичай беруть участь у конфліктах, оскільки повідомляють увесь обсяг інформації, на відміну від традиційних ЗМІ. Цитуючи : «...це фундаментальний інструмент заохочення молоді аудиторії до політики, дати їм зрозуміти, що вони мають значення і що їх голос має значення...» [80, с. 73].

Г. Боррат у роботі « Газета та політичні актори» зазначає, що політичні конфлікти будуються на основі таких чотирьох чинників, представлених у соціальних мережах: [80, с. 75].

- Створення спільнот;
- поширення контенту;
- фільтрація та ранжування змісту;
- фінансування інструменту просування інформації

Політичні події, які не залишаються непоміченими і насправді спричиняють значний медійний шум, залучення їх до платформ соціальних медіа зазвичай сприймається як факт безособовий та невмотивований.

Значний внесок у таке відношення до платформи, як до ефімерного явища, вносять й самі менеджери соціальних мереж.

Наприклад, менеджери Facebook заявляють, що платформа не є ЗМІ і вони не розв'язують світові конфлікти, а лише з'єднують однодумців та пов'язують людей між собою актуальною інформацією зі світу [73, с. 4]. Це допомагає соціальній мережі зняти з себе відповідальність за будь-яке політичне втручання у конфлікт, оскільки вони є дистанційними від проблеми.

Однак, незаперечним залишається те, що великі соціальні мережі є безпосередніми учасниками розбудови інформаційної реальності, тому навіть при запереченні своєї причетності до ЗМІ, вони залишаються політичними акторами.

З огляду, на неможливість штучного інтелекту, який вбудований в алгоритми соціальних мереж, розробити власний інформаційний зміст, можливість трактувати та поширювати інформацію робить платформи політичними акторами, що впливають на процес виготовлення та прийняття політичних рішень у політичній системі.

Соціальні мережі, зокрема соціальні медіа, мають все більший вплив на публічний дискурс у суспільстві. Тож, сьогодні соціальні мережі все частіше використовуються задля висвітлення політичних подій, а такі крупні портали як Twitter або Facebook мають змогу впливати політичну участь населення [59, с. 43].

Думки дослідників, щодо причетності соціальних мереж до ЗМІ різняться. С. Енгікс зазначає, що соціальні мережі дійсно дозволяють політикам поширювати свої повідомлення, чим соціальні мережі й подібні до ЗМІ [62, с. 7].

Усі соціальні мережі представлені як канали зв'язку, що сприяє розширенню спільнот серед громадян та надає платформи для висловлення власних думок.

Технологічні можливості мереж дозволяють поляризувати політичні рухи та політичні конфлікти зокрема, та надати їм не лише горизонтальну динаміку, а й вертикальну також.

Із позитивних сторін ролі соціальних мереж у політичних конфліктах можна виокремити сприяння поширенню демократичних цінностей, підвищенню їхнього значення, легкий доступ до публічної сфери та можливість вільного вираження думок.

Таким чином, політичні достоїнства мереж як інформаційних інструментів, що мають на меті встановлення демократії та поширення плюралізму думок є незаперечними.

Однак, поряд із позитивним впливом, також варто звернути увагу на негативний бік використання соціальних мереж. Велика кількість інформації, яку споживає користувач починає знецінюватися та не сприйматися населенням.

За даними «The Guardian» Асоціація медіа новин Великобританії звернулася до уряду з проханням проконтролювати роботу цифрових платформ та змусити їх працювати за справедливими основами конкуренції, оскільки соціальні медіа зловживають та не поважають плюралізм ЗМІ [63, с. 1].

На сьогодні, соціальні мережі виступають прямими конкурентами традиційних ЗМІ, оскільки дозволяють політикам публікувати виступи у мережі не чекаючи прес-конференцій.

Користувачі Інтернету також стають так званими конкурентами традиційних ЗМІ, оскільки виступають у ролі захисників або звинувачення сторони або ситуації, однак це водночас і полегшує для ЗМІ збір та контекстуалізацію інформації- це вже було зроблено користувачами.

Таким чином, мережі полегшують взаємодію та прямий доступ, беруть на себе роль медіа та просувають інформацію шляхом постійного створення нових зручних порталів.

Газета Applebaum аналізуючи вплив соціальних мереж приводить таке визначення: «...платформи соціальних медіа - це компанії. Вони не зобов'язані називати продукт «новинами» або викладати свої судження як редакційні рішення...». Також газета зауважує, що соціальні мережі, зокрема Facebook,

завдають непоправну шкоду демократіям та цивілізованим дискусіям в Інтернеті [54, с. 1].

Мережі не мають алгоритмів вияву фейкової чи правдивої інформації, тим самим розмиваючи критерії правдивості інформації в соціальних порталах. Це несе в собі загрозу послаблення критичного мислення споживачів інформації, в залежності від рівня довіри до джерела.

У відповідь Google та Facebook оголосили про намір створити програми, які можуть стримати поширення фейкових новин, але створення нових алгоритмів для цієї функції малоімовірно [54, с. 2].

Існують випадки, коли саме соціальні мережі стають причиною зародження політичного конфлікту. Наприклад, Facebook видаляв сторінки представників турецької РТК (курдської робітничої партії) або вважав нецензурним зображення Пророка Мухаммеда.

Twitter навпаки звинуватили у тому, що він допускає сторінки політиків-антисемітів у вільний доступ та не блокує їх. У будь-якому випадку, ці дії є політичними подіями та не мають позиції нейтралітету [54, с. 2].

Пандемія, що охопила увесь світ у 2019 році, продемонструвала важливу роль технологічних кампаній, а зокрема й соціальних мереж у політиці, оскільки все більше акторів сприймають мережі як засіб досягнення цілей, та розуміють необхідність вирішувати такі проблеми як дезінформація в мережі, поляризація ненависті тощо.

У 2020 році вважалося, що Google контролює понад 86% пошуків у світі та майже 33% бізнесу цифрової реклами. У 2019 році було підраховано, що до 30% медіа -трафіку може залежати від Facebook та його алгоритму [84, с. 4]. Станом на 2021 рік Facebook є глобальною організацією, що має вплив на глобальні дії, навіть на прийняття нормативних актів на місцевих рівнях [84, с. 4].

Алгоритми соціальних мереж налаштовані не лише на споглядання нашого відношення до світу, а також на втручання до цього відношення, що

має велике значення у поширенні інформації, щодо політичних конфліктів у світі та формулювання конкретної думки про них.

Однак, не варто виключати того факту, що саме за допомогою соціальних мереж лідери країн не можуть тримати конфлікт «за зачиненими дверима». Не підпорядкованість мереж конкретним силам дає можливість громадськості та миротворчим організаціям втручатися до конфліктів з метою їхнього ліквідування.

За допомогою соціальних мереж можна допомагати іншим, що потерпають від наслідків політичних конфліктів, наприклад шляхом підпису петицій, інформуванням односельчан про загострення протестів або протиправних дій у окремих точках міста тощо.

Наприклад, під час протестів у США, населення використовувало хештег #BlackLivesMatter, за яким можна було знайти усю відкриту інформацію, щодо перебігу протесту у реальному часі [80, с. 44].

Поширеним явищем у соціальних мережах є соціальна пропаганда, що здійснює прихований політичний вплив на особу. Оскільки інформація може бути опублікована анонімно, мережі стають ареною для маніпулювання свідомістю.

Інструментом соціальної пропаганди є астротурфінг- створення ілюзії масової підтримки однієї сторони конфлікту або особи. Така ілюзія додає ефект привабливості, а також заплутує людину, вигадуючи хибні факти або надуючи різні інтерпретації події [77, с. 3].

Дослідники та технічні менеджери соціальних мереж вказують на зародження етичних стандартів в Інтернеті під час конфліктів, що дає надію на виведення Інтернет мереж на новий, етичний та критично осмислений рівень.

Оптимістично налаштовані дослідники Інтернет платформ зазначають, що саме соціальні мережі розширюють можливість пересічних громадян бути «включеними» до процесів, що сприяє встановленню демократичних принципів у суспільстві. Про це свідчить технологізація країн третього світу

та дослідження, які вказують на підвищення рівня політичної культури та свідомості серед населення країн з підключеним Інтернетом [60, с. 69].

Ті, хто налаштований менш оптимістично стверджують, що соціальні мережі виступають інструментом уряду у політичній боротьбі. Цензура у мережах, спостереження за особистими даними користувачів, насадження думки за допомогою бото-ферм- це інструменти, що дозволяють урядам контролювати настрої та думки суспільства [60, с. 75].

По суті, дослідження соціальних мереж як нової арени для суперечки та реконструкції політики, необхідно аналізувати через призму тих, хто надає інформацію та реципієнтів.

З одного боку, соціальні мережі є основою для того, щоб громадянин оскаржив політику своєї чи іншої держави, однак, з іншого боку соціальні мережі стирають прояв особистості, роблячи людину «користувачем», тому індивідуальні протести відходять у минуле.

Кожний суб'єкт політики бореться за легітимність та визнання на світовій або принаймі на регіональній політичній арені, зокрема це виражається у представленні в соціальних мережах.

Рідко особа або група осіб користуються лише однією з соціальних мереж, зазвичай вони репостять свій пост, фото або відео, у дві або три мережі, що продукує більший охопит та різну аудиторію. Тож, це є важливим надбанням у поширенні політичної інформації.

Н. Фрейзер зазначає, що соціальні або політичні групи, що стали виключеними із глобального Інтернет простору мають назву контргромадських або невидимих. У цей час починається боротьба за «видимість» у мережі, у якій такі групи повинні привернути увагу будь-якими засобами, включаючи пропаганду, фейків, інструментарій політичного театру тощо.

Зрештою, як зазначає дослідник, такі групи або досягають легітимності, але найчастіше перетворюються у радикальні або навіть терористичні групи,

що мають переводі позиції у міжнародних та регіональних політичних конфліктах [46, с. 4].

Метою військового, соціального чи у контексті даної роботи політичного конфлікту є часткова або повна делегітимізація супротивника, маркування його як аморального, того, що ігнорує людські права та цінності.

За для цього використовуються мотиваційні політичні промови, що покликані не лише висловити свою позицію у соціальних мережах та ЗМІ, а й зробити невидимою позицію супротивника.

На міжнародній арені є багато прикладів, що демонструють роль соціальних мереж у побудові та ескалації політичних конфліктів. Соціальні мережі підсилюють загальний протест завдяки горизонтальності та векторності донесення інформації до партнерів та суспільства.

Л. Шеер аналізуючи роль соціальних мереж у конфліктах зазначає, що віртуальна сфера діє як своєрідний ліфт проти влади, режиму або ситуації у державі [81, с. 207].

Т. Ведель у свою чергу при написанні роботи «Громадянство та умови його вираження» апелював до такої точки зору, за якою соціальні мережі виступають своєрідним чинником зближення на основі ейфорії перед майбутніми змінами. Мережі дають ілюзію можливості вирішення конфліктів методом дискусій та пошуку правди [82, с. 85]. Мережі нагадують користувачу, що політика і політики є суб'єктами політичного театру, якому притаманна помпезність, гучність та урочистість.

Висновок до розділу. Тож, соціальні мережі та їхню роль у політичних конфліктах можна розглядати з таких сторін:

Соціальна мережа- це платформа, яка дозволяє налагодити та зберігати соціальні зв'язки за допомогою інформації, що додається користувачами [7, с. 415]; Соціальна мережа- інструмент, який має своїм призначенням комунікацію між користувачами поза межами реального життя [7, с. 416].

З одного боку соціальні мережі дозволяють висвітлити проблеми та продемонструвати наявність політичного конфлікту, що породжує

поляризацію суспільства. З іншого боку, політичні потрясіння починають сприйматися як належне, а політична сфера стає більше емоційною, аніж раціональною.

Поступово соціальні мережі, що використовуються в організації або розпалі політичних конфліктів, доповнюються і вдосконалюються, відображаючи суспільні трансформації і еволюційні зміни в цифрових комунікаціях, тому виступають одним із основних інструментів політичних конфліктів сьогодення.

Для громадян країн, що мають той чи інший політичний конфлікт соціальні мережі виступають платформою мобілізації сил та доступу до нової актуальної інформації. Однак, за відсутністю достатнього рівня політичної культури та обізнаності серед громадян (зазвичай країн де Інтернет з'явився в останнє десятиліття) соціальні мережі вводять в оману, через велику кількість різної інформації, та неможливості критичного осмислення такої.

Для влади країн, що вступають у політичні конфлікти соціальні мережі стають платформою донесення думок лідера чи партії до населення, однак це характерно лише для країн з демократичним устроєм. Для авторитарних чи тоталітарних країн соціальні мережі все ще залишаються інструментом залякування та контролю повстанців або мирного населення.

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТАХ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Соціальні мережі мають великий вплив на те, як ми спілкуємося, взаємодіємо та розуміємо світ. Зараз вони тісно пов'язані з глобальною, національною та місцевою політикою, і особливим чином використовуються у країнах, які переживають триваючі насильницькі конфлікти або виходять із періоду війни.

Зараз в суспільстві, в якому ми живемо, інформація стала найважливішою цінністю, і наше суспільство прийнято визначати як

інформаційне. Значна роль в такому суспільстві відводиться саме засобам масової інформації. Більш того, сучасне суспільство характеризується настанням нової ери в розвитку масової комунікації – ери «нових медіа».

Зараз Інтернет має величезний вплив на розвиток суспільства і функціонуючі в ньому інститути. Виникнення Інтернету спровокувало еволюцію засобів масової інформації.

А. Черних вважає, що Інтернет та соціальні мережі зокрема, мають перевагу перед традиційними ЗМІ за такими параметрами, як: мультимедійність, персоналізація, інтерактивність і відсутність посередників [52, с. 210].

Традиційними засобами масової інформації є: телевізійні оголошення, радіореклама, пряма поштова реклама, друкована реклама, білборди та позашляхові знаки, «холодні дзвінки», банерні оголошення.

Поява соціальних мереж обумовила звільнення від посередників у процесі передачі інформації, що відіграє особливу роль в процесі політичної комунікації, оскільки представники політичної еліти отримують можливість прямого доступу до електорату, а населення до влади – без втручання засобів масової комунікації, що діють з метою маніпулятивного впливу [52].

Проте, політична спрямованість соціальних мереж стає великою проблемою, і сьогодні вони перетворюються на фактор трансформації рольових характеристик політичного актора. ЗМІ на сьогоднішній день є головним чинником трансформації соціальної реальності і політичного процесу [15, с. 93].

На даний момент ведуться суперечки про статус соціальних мереж в Інтернеті. Чи можна розглядати соціальні мережі як новий тип ЗМІ? До глобального впливу віртуального простору на нас це питання розглядалося в основному вченими та дослідниками. Зараз про це йдеться чи не щодня.

Інтернет-ЗМІ та соціальні мережі сьогодні є нерозривною частиною. Користувачі можуть бути як комунікаторами, так і реципієнтами одночасно. Вони мають можливість самим обирати, яку б вони хотіли отримувати

інформацію. Вони можуть виступити у ролі свого інформаційного каналу та передавати інформацію далі.

Інтернет та соціальні мережі – це трибуна для гласності. У цьому всі переконалися, коли світом пройшла серія революцій у східних країнах: Тунісі, Єгипті, Лівії. Під час організацій акцій протесту та демонстрацій незадоволені владою місцеві жителі активно використовували Інтернет [85, с. 200].

У конфліктних зонах, платформи соціальних медіа використовувалися військовими та ополченцями з усіх сторін суперечок для вербування бойовиків, а також для з'ясування та загострення політичних та етнічних розбіжностей. Опоненти використовують інформацію, знайдену в соціальних мережах, щоб знайти і атакувати супротивників. Таке використання, як правило, посилює конфлікт [19].

Через соціальні мережі, багато платформ відстежує діяльність насильницьких та військових груп. Це може допомогти цивільним особам триматися подалі від небезпеки або направити їх до місць, де вони можуть отримати доступ до гуманітарної допомоги.

В сучасному суспільстві соціальні мережі здобули політичну значущість. Щоб зрозуміти їх політичне значення, доцільно виділити наступні політичні категорії, що є релевантними для властивостей даного виду ЗМІ:

- Політична система

Соціальні мережі прискорюють хід політичних відносин в системі. Вони створюють додаткові канали комунікації системи із зовнішнім середовищем, причому іноді це призводить і до руйнування самої політичної системи. Даний вид комунікації спрямований на те, щоб зробити політичну систему більш відкритою.

Завдяки коннективності, яку привносять соціальні мережі в життя політичної системи, зростає значення і сила громадської реакції [17, с. 197]. Це, в свою чергу, впливає і на функціонування самої системи. Викликана їх діяльністю інтенсифікація громадської реакції вимагає відповідних дій і зворотного зв'язку з боку політичної влади.

- Політична комунікація

Політична комунікація стає більш динамічною і роль мереж невпинно зростає через постійне збільшення кількості користувачів мережі. Все це надає колективістський діям суб'єктів політичної комунікації [17].

Соціальні мережі здатні спрямовувати, організовувати та кооперувати всіх наявних суб'єктів політичної комунікації. Масовий характер діяльності суб'єктів політичної комунікації (під впливом досліджуваних медіа) збільшує шанси на зворотний зв'язок з боку адресатів комунікації.

- Політична партія.

Через специфіку сучасних політичних партій (розмитість ідеологічної та соціальної бази, активна боротьба за серединного виборця, популярність всеохоплюючих партій) використання особистих сторінок у Facebook та інших мережах набуває особливого значення в боротьбі за голоси постійно зростаючої аудиторії в Інтернеті.

Відповідно, і діяльність політичних партій повинна бути зорієнтована з урахуванням використання даної інтернет-платформи. Здатність об'єднувати і організувати людей в стислі терміни важлива для діяльності будь-якої політичної партії [19]. Соціальні мережі як носій об'єднуючих властивостей набувають особливого статусу в такому випадку. Вони відкривають можливості для зворотного зв'язку з лідерами і діями політичних партій, дають можливість контактувати користувачам зі своїми представниками за допомогою Інтернету.

- Політична поведінка

Застосовуючи соц. мережі, користувач стає учасником певної спільноти, середовища, в якому відбувається динамічна робота з контентом, в тому числі і політичним. У цьому контенті може відображатися і ставлення користувача до політичної реальності.

Так, наприклад, в деяких популярних системах підтримки соціальних мереж в числі інших даних про себе користувачеві пропонується вказати свої політичні переконання і погляди [19].

- Політична соціалізація

Як платформа Інтернету, соціальні мережі стають певним учасником політичної соціалізації індивіда, а динамічність даних ЗМІ, наприклад, в роботі з інформацією (в тому числі і політичною), привносить в набуті індивідом навички та вміння, зокрема – політичну кооперацію, що в свою чергу, здатні вплинути на становлення громадянської політичної культури і здатні сформувавши комунікацію з органами державної влади.

Так, значення даного виду масової комунікації для функціонування політичної системи проявляється в тому, що вони прискорюють існуючі в ній політичні відносини, відкривають нові канали зв'язку системи із зовнішнім середовищем (завдяки, наприклад, глобальним системам підтримки соціальних мереж), а також спрямовані на те, щоб зробити цю політичну систему більш відкритою в цілому. Однак, іноді це може призвести до руйнації або значного ослаблення політичної системи.

Політичний фактор корисний в даній роботі і при вивченні формування політичного індивіда під впливом зазначених медіа. Формування політичного індивіда відбувається, перш за все, в процесі його політичної соціалізації, тобто засвоєння їм тих чи інших навичок, цінностей і норм, пов'язаних з політичним знанням [52, с. 279].

В сучасному суспільстві політична соціалізація та мобілізація часто відбувається при активній підтримці мережі Інтернет.

Соціальні мережі – не тільки суб'єкт політичного життя, але одночасно і їх об'єкт, оскільки самі є частиною сучасної дійсності з усіма її протиріччями, конфліктами, негараздами і в тій чи іншій формі відтворюють їх, відчуючи на собі їхню сильну дію. Тому потоки інформації складаються з безлічі суперечливих, часто несумісних один з одним повідомлень та матеріалів [52].

Пітер В. Сінгер та Емерсон Брукінг у своїй роботі «Зброя соціальних мереж» розкривають, наскільки соціальні мережі змінили насильницькі конфлікти [64]. Наприклад, Сили оборони Ізраїлю використовують Twitter для нанесення авіаударів, а Ісламська держава використала соціальні мережі, щоб

залучити до своїх лав нових членів.

За словами Сінгера і Брукінга, соціальні мережі – це нове поле бою, а інформація – ключова валюта. Вони зазначають: «...потужність на цьому полі бою вимірюється не фізичною силою чи високотехнологічним обладнанням, а командою уваги». Дослідники стверджують, що соціальні мережі «рішуче змінили сучасний світ» [64].

Інші не настільки впевнені, що соціальні мережі радикально змінили природу війни. Корі Шаке, заступник генерального директора Міжнародного інституту стратегічних досліджень, зазначає: «...війна залишається продовженням політики».

Газети, радіо та телебачення використовувалися, і продовжують використовуватися для підбурювання до насильства та поширення дезінформації.

Однак дослідники та політичні аналітики, які вивчають соціальні медіа, погоджуються, що фактично миттєва передача даних та можливість будь-кого, хто має мобільний телефон, ділитися інформацією робить доступною більше фактів та змінює спосіб їхнього використання.

Все частіше військові вбудовують соціальні мережі у свої стратегії та тактики. У свою чергу, Канадські збройні сили розглядають нові способи реагування на кампанії дезінформації, набираючи персонал, який володіє навичками роботи в соціальних мережах, взаємодіючи з канадською громадськістю на платформах соціальних медіа. У всьому світі зростає переконання, що військові повинні швидше реагувати на те, що відбувається в Інтернеті.

Варто зазначити, що швидкі віртуальні реакції можуть мати довготривалі та, іноді й руйнівні наслідки в реальному світі.

А) Арабська весна (2010-2012 роки)

Низка вчених у сфері політичних наук розглядають Арабську весну як нову хвилю демократизації, де ключова роль належить соціальним мережам. На їхню думку, соціальні мережі допомагають розвитку демократії,

здійснюють демократичний транзит [67, с. 78].

Хоча й існують критики ідеї про те, що соціальні мережі збільшують активність громадянського суспільства і цим впливають в розвитку демократії.

Є. Морозов вважає, що соціальні мережі швидше роблять суспільство політично пасивним, аніж активним. Особливо він посилається на прикладні дослідження революції Арабської Весни. «Арабська весна» – це не лише історія про те, як відважні активісти повалили жорстоких диктаторів. Про те, як авторитарні уряди можуть відключити інтернет.

Про те, яку позицію зайняли західні політики, давши зрозуміти, що стурбованість питаннями свободи інтернету завжди буде поступатися ширшим питанням «стабільності» традиційно неспокоїного регіону» [16, с. 392].

США особливо турбує активне використання соціальних мереж з боку терористичних угруповань для вербування терористів та пропаганди своїх ідей. Так одне з найбільших терористичних угруповань сучасності «Ісламська держава Іраку та Леванту» (ІДІЛ) заявило про те, що створює свою власну соціальну мережу «Caliphatebook». Не кажучи вже про те, що вона активно використовує протягом останніх кількох років такі соціальні мережі, як Facebook, Twitter.

Про негативний вплив соціальних мереж на боротьбу з тероризмом зазначив також колишній глава ЦРУ Джон Бреннан: «Нові технології можуть надати допомогу таким групам як ІДІЛ у координації операцій, поповненні своїх лав, поширенні пропаганди та закликів до прихильників у всьому світі вчиняти дії від їхнього імені» [32].

Чому саме соціальні мережі є інструментом розпалювання та підтримки політичних конфліктів у світі?

Швидкість передачі інформації через електронні пристрої, на яких встановлені програми соціальних мереж, вимірюється секундами. Реакція на отриману інформацію відраховується хвилинами. Мережі є своєрідною зброєю масового ураження. Реальні чи віртуальні організовані групи інтернет-

користувачів можуть займатися формуванням громадської думки у певному напрямку та маніпуляціями громадською думкою в Інтернеті, діючи під чийось керівництвом, шляхом створення тем та повідомлень на інтернет-форумах, постів та коментарів у блогах та соціальних мережах.

Саме під час Арабської весни виник нестримний оптимізм щодо ролі соціальних медіа для позитивних політичних змін та розширення можливостей демократії. Люди говорили про соціальні мережі як про інструменти цифрової демократії і навіть називали це «технологією звільнення» [86].

Б) Військовий конфлікт у Сирії (з 2011 року)

Сирійський конфлікт, що триває вже понад десять років, оголив усі хронічні та невирішені проблеми регіону. Колись досить благополучна і процвітаюча країна виявилася затиснутою в руках громадянської війни та найжахливішої культурної та гуманітарної катастрофи на сучасному етапі розвитку міжнародних відносин.

Цим зумовлена пильна увага до сирійської проблеми. У руйнівну громадянську війну у Сирії залучено кілька іноземних держав. Вважається, що одним із факторів початку війни в Сирії є інтерес США та їх арабських союзників до сирійської нафти.

Сирія – країна, яка має важливе геостратегічне значення для Росії, яка переживала одну з найгірших криз щодо біженців у сучасній історії. Зокрема, російський уряд систематично використовує інформаційні операції для посилення сфабрикованих заяв і неправдивих звинувачень проти Сирійської цивільної оборони, також відомої як «Білі каски» – гуманітарної організації, номінованої на Нобелівську премію, що складається з понад 3000 волонтерів, яким приписують врятовані тисячі життів у Сирії [82].

У контексті збройно-політичного конфлікту в Сирії російський уряд назвав «Білі каски» терористичною організацією, пов'язаною з «Аль-Каїдою» та ІДІЛ.

Інформаційні операції, визначені як «інтегроване використання

пов'язаних з інформацією можливостей у поєднанні з іншими напрямками операцій для впливу, порушення, корумпованість або узурпації супротивників, які ухвалюють рішення», — є центральним компонентом російської стратегії інформаційної війни. У таких ситуаціях конфлікт не оголошується відкрито, і більшість здійснених заходів здійснюється не традиційним чином.

За оцінками сирійських видань, «боти та тролі, пов'язані з іншими російськими дезінформаційними кампаніями, охопили приблизно 56 мільйонів людей у Twitter з дописами, пов'язаними з «Білими касками» протягом десяти ключових моментів новин 2016 та 2017 років» [4, с. 39].

Ці онлайн-кампанії намагаються делегітимізувати статус «Білих шоломів» як нейтрального та неупередженого гуманітарного діяча, намагаючись зробити їх законною мішенню для кінетичних атак. З 2013 року було вбито понад 210 добровольців. Їхні центри «зазнали ракетних ударів та артилерійських обстрілів 238 разів у період з червня 2016 року по грудень 2017 року».

Під час громадянської війни повстанські групи, включаючи ІДІЛ, використовували пропаганду для поширення своїх гасел. Насправді, багато хто активно використовував висвітлення в ЗМІ для подальшого збору коштів у Facebook і Twitter для своїх організацій, причому лояльні владі бойовики тяжіють до більш ізольованої соціальної мережі Facebook, тоді як «Вільна армія Сирії» активно використовує Twitter.

Як наслідок, оперативні можливості «Білих касок» та їхніх партнерів підриваються, а кампанія дезінформації має чистий ефект відволікання або приховування діяльності сирійських і російських військ на місцях, включаючи потенційні військові злочини.

В) Геноцид рохінджа (2016 рік)

Геноцид рохінджа відноситься до тривалого переслідування етнічного народу рохінджа поліцією та збройними силами М'янми.

Міжнародні організації звинувачують соціальну мережу Facebook у

розпалюванні ненависті до мусульман-рохінджа, що згодом призвело до їхнього вигнання з М'янми [43].

У М'янмі Facebook використовувався для поширення чуток і ненависті проти етнічного населення рохінджа. Законодавці провінції Ракхайн, де проживала більшість рохінджа, закликали до насильницьких нападів на них.

У серпні 2017 року 6 500 рохінджа було вбито і багато інших були переміщені в результаті систематичного нападу на цивільне населення. ООН закликала вищих військових лідерів судити за військові злочини.

Але ООН також розкритикувала Facebook за те, що він дозволяє висловлювати ненависть і закликати до насильства, оскільки повільно реагує на повторювані проблеми.

Звіт, створений на замовлення Facebook і опублікований у листопаді 2018 року, показав, що компанія справді повинна була зробити більше, щоб не допустити використання її платформи для поширення ненависті. Але Facebook також звинуватив населення М'янми в тому, що воно не повідомляє про проблемний контент.

Громадські організації вважають, що велике джерело проблеми полягає в тому, що Facebook та інші технологічні компанії не мають модераторів, які розуміють мову та культуру всіх країн, у яких використовуються їхні платформи [42, с. 145].

Г) Протести в Судані (2018 рік)

З кінця 2018 року в Судані почалися протести через підвищення вартості житла та продовольчих товарів, через що президент країни розпустив владу та оголосив надзвичайний стан.

Згодом розпочалися акції протесту проти військового уряду, і у червні було накладено обмеження на інтернет для всіх громадян Судану, що викликало неабиякий резонанс у місцевого населення. Почалися напади, використання сльозогінного газу. Люди боролися за вільний доступ до інтернету та соц мереж.

Нова влада Судану виправдала відключення інтернету тим, що

соцмережі типу Фейсбуку і Твіттера дозволили мешканцям об'єднатися за кілька тижнів до і під час акцій протесту. Інформація про стан справ у Судані викликала суспільний резонанс.

Щоб звернути увагу на політичну кризу в країні, у соцмережах масово викладали пости щодо ситуації в Судані. Багато хто в Інстаграмі та Твіттері змінив аватарки блакитними прямокутниками — неофіційним символом інтернет-протесту. Протестуючі закликали правлячу військову раду передати владу цивільному населенню [9].

На 9 липня у Судані призначили слухання у справі про розблокування інтернету та соцмереж. За день до засідання експерти ООН у галузі прав людини закликали владу африканської країни задовольнити вимоги позивачів. Вони назвали блокування порушенням прав людини, яке «не може бути виправдане за жодних обставин».

У результаті суд ухвалив зняти блокування для всіх користувачів: як результат, цього дня вперше за місяць у Судані зафіксували підвищення інтернет-активності.

Д) Протести у Єгипті (2019 рік)

Багато країн та урядів у всьому світі скористалися розширеними комунікаційними та організаційними можливостями, які пропонують платформи соцмереж [5]. Протести в Єгипті, що відбулися у 2019 році – приклад того, як соціальні мережі можуть розпалювати опозиційні рухи.

Приводом до протестів проти президента став заклик єгипетського бізнесмена та актора, який на своїй сторінці у Facebook опублікував низку відеозаписів, де звинуватив президента Єгипту та керівництво національної армії у корупції. Алі стверджував, що завдяки своєму бізнесу він став свідком масштабного зловживання державними коштами під час будівництва розкішних готелів та президентських палаців.

Сотні жителів вийшли на вулиці з масовими закликами про відставку президента після опублікованого посту.

Експерти ООН рекомендували владі Єгипту розслідувати всі

передбачувані порушення прав людини, а також прислухатися до сподівань та вимог свого народу.

«Ми звертаємося до уряду Єгипту із закликом негайно припинити кампанію переслідування учасників демонстрацій, правозахисників, журналістів та всіх, хто дотримується протилежних думок, а також забезпечити безпеку всіх єгиптян незалежно від їхніх політичних переконань», - заявили спеціальні доповідачі [61].

Е) Нагірний Карабах

Ще одним прикладом впливу соціальних мереж на перебіг політичного конфлікту є Нагірний Карабах. Бойові дії у Карабаху, які після тридцятирічного конфлікту знову почалися 27 вересня 2020 року показали, що в Баку уважно спостерігали за білоруським досвідом, де управлінню протестною активністю по telegram-каналах влада протиставила порушення роботи мобільного зв'язку [55, с. 35].

На відміну від «Twitter- та Facebook-революцій» у Єгипті та Ірані, де за допомогою соціальних мереж інформація поширювалася стихійно, йдеться про планомірне управління протестами з чіткою деталізацією – де збиратися, куди йти, причому в режимі онлайн.

Одночасно це змінює віковий та соціальний склад лідерів опору – також цікавий феномен. Перші дні війни в Карабаху показали, що, незважаючи на розвиток інтернету та мобільного зв'язку, уряди завжди можуть припинити доступ до отримання інформації про найважливіші події, які стосуються мільйонів людей.

Зіткнення в Нагірному Карабаху мають масштабний характер і відбуваються по всьому фронту – понад 120 км. Але світ загалом не знає, що відбувається там насправді, і судить про ситуацію зі слів військових та політиків протилежних сторін. Медійне закриття такого великого району боїв від ЗМІ та незалежних спостерігачів особливо цікаве [86].

Пропагандистська війна складається з двох напрямків – приховування «непотрібної» інформації та поширення «потрібної». Цим і займаються як

Єреван, так і Баку. Азербайджан розпочав інформаційну війну із твердження про те, що атакований Вірменією та проводить «контрнаступальну» операцію.

Наступний крок – уповільнення інтернету по всій країні – радикально змінив ситуацію порівняно з кампанією квітня 2016 року. Збій у роботі месенджерів та соцмереж дозволив не лише блокувати надходження інформації з районів бойових дій, мінімізувати поширення чуток та ворожої пропаганди.

Крім цього, фото та відеоматеріали несуть у собі дані про місце зйомки, що є важливими даними. У Вірменії обійшлися без відключення інтернету, і тут відзначається відмінність політичних систем [75].

Водночас у зоні бойових дій (з обох боків) опинилися лише журналісти, які передають офіційну інформацію та знімають лише те, що їм дозволено. Навіть незалежні кореспонденти не допускаються до лінії вогню, перебувають у тилу, і всі їх пересування та зйомки ретельно контролюються владою.

Це особливо показово на прикладі Нагірного Карабаху, на його територію приїхало, наприклад, чимало російських журналістів та блогерів. Але всі вони виявилися замкненими в Степанакерті і обмежуються лише рідкісними поїздками на фронт – у супроводі та під наглядом представників місцевої влади та військових, тому їх репортажі проходять попередню цензуру – що можна показувати і що ні – і, по суті, є вкладом у пропагандистську кампанію.

З боку Азербайджану незалежних кореспондентів немає взагалі – один офіціоз і піарники, що працюють на нього, а також співчуваючі турецькі телеканали.

Так вдалося досить великий регіон майже повністю вивести з медійного висвітлення. З «репортажів» неможливо зрозуміти, де і які бойові дії відбуваються, з яким результатом.

Слід мати також на увазі, що і в азербайджанських та в вірменських соцмережах і месенджерах постійно лунають заклики не публікувати неофіційне фото та відео з фронту та міст, які перебувають під обстрілом.

У популярних telegram-каналах відключаються чати, щоб у них не скидалися фото, відео та тексти, що можуть розкрити місцезнаходження військових частин та бойової техніки [1, с. 29].

Таким чином, вірмено-азербайджанська війна, яка розпочалася 27 вересня 2020 року, стала новим кроком у розвитку медійних технологій протиборства.

Не варто забувати, що на відміну від решти бойових дій останніх 10 років ми маємо в даному випадку не боротьбу повстанців проти центрального уряду чи громадянську війну – як у Сирії, Лівії чи інших країнах, а повноцінне збройне протистояння двох держав. І тому у війну залучені повноцінні державні медійні ресурси, що протистоять один одному, в чому полягає унікальність цього конфлікту.

Стає все більш очевидним, що національні уряди змусять власників основних соціальних медіа-платформ робити більше для запобігання ворожих висловлювань і підбурюванням до насильства.

Соціальні мережі створили сприятливий ґрунт для дезінформації та маніпуляцій в Інтернеті, які можуть призвести до офлайнного насильства. Для організацій, що займаються міжнародною гуманітарною допомогою та розвитком, соціальні медіа додають складності і без того важкій роботі із запобігання насильницьких конфліктів і реагуванням на них.

Щоб ефективно реагувати на озброєні соціальні медіа, потрібно створити нові знання, можливості та партнерства, щоб краще зрозуміти, що можливо, що працює, а що ні.

У «Посібнику із цифрової дезінформації» описані інструменти впливу соціальних мереж для реалізації інформаційних операцій [43]:

- Націлювання: розповсюджувачі операцій з дезінформації здійснюють збір розвідувальних даних про свою цільову аудиторію через канали з відкритим вихідним кодом в Інтернеті та аналіз, зібраний цифровими рекламними агентствами.
- Створення контенту. Оперативники створюють та керують

емоційно резонансним або іншим чином підбурюючим контентом (аудіо/візуальну, текстову інформацію), включаючи пропаганду та дезінформацію.

- Розповсюдження: наративи систематично поширюються кількома засобами, поєднуючи соціальні та традиційні медіа, а також офлайнові канали, такі як друковані матеріали чи публічні мітинги.
- Посилення: розповсюджені наративи потім посилюються за допомогою бот-мереж, неавтентичних облікових записів, впливових осіб, викрадення хештегів.
- Відволікання: всі учасники системи працюють разом, щоб запобігти об'єктивному сенсу в цільовій зоні операцій, створюючи відволікання, порушуючи телекомунікаційну інфраструктуру або забороняючи платформи соціальних медіа.

У сучасному суспільстві роль соціальних мереж зростає, так як їх основні характеристики (інтерактивність та доступність) є провідними критеріями для сучасного світу масових комунікацій соціуму.

Для політичних акторів соціальні мережі становлять інтерес з точки зору можливості здійснювати політичну та агітаційно-пропагандистську діяльність, що містить механізми зворотного зв'язку, що демонструють успішність функціонування мережевої політичної комунікації [67]. Соціальні мережі привертають увагу політиків і як інструмент політичного маніпулювання.

На ранньому етапі свого становлення Інтернет, тобто в 90-ті роки, мав дві відмінні характеристики від його наявного сучасного стану.

По-перше, його учасники уявляли себе як елітарне суспільство однаків-творців. Мережа являла собою набір невеликих унікальних сайтів, створених ентузіастами, що експериментують з інтерфейсами та контентом.

По-друге, постулювалося існування інтернету в окремій віртуальній реальності, протиставленій офлайновому світу з усією його обмеженістю та архаїчністю.

У нинішній ситуації обидві ці тези неспроможні як з погляду соціології, так і в силу концептуальних причин. Окремі сайти в інтернеті в основному поглинені міжнародними соціальними мережами, що працюють за зразком Facebook, Twitter.

Загалом серед сучасних дослідників з масових комунікацій немає єдиної думки про те, наскільки великий вплив соціальні мережі мають на політичні конфлікти. Позитивний чи негативний?

Деякі фахівці стверджують, що у соціальних мережах набагато більше позитивного впливу на політичні конфлікти, ніж негативного.

В основному демократичні країни на чолі із США просувають ідею того, що соціальні мережі збільшують відкритість і прозорість політичного процесу, дозволяють більшій кількості політичних суб'єктів висловлювати відкрито свою думку перед суспільством.

Особливо робиться акцент на дешевизну та простоту користування соціальною мережею, які не вимагають особливого навчання та грошей на створення власної сторінки. Саме у лоні цього підходу було висунуто «4-ту хвилю демократизації».

Критики зазначили, що соціальні медіа також надають автократам та урядам нові інструменти для боротьби з протестувальниками та дисидентами та поширення дезінформації.

Крім того, групи прихильників переваги білої раси та ІДІЛ використовували соціальні мережі для вербування послідовників і планування нападів. У той же час лідери все частіше звертаються до соціальних медіа як до унікального інструменту для формування політики та спілкування, причому понад 90% світових лідерів зараз працюють у соціальних мережах.

Усе це викликає важливе питання: як соціальні медіа змінюють політичний конфлікт, і як науковці та політики мають аналізувати його вплив на конфлікти та суперечливу політику?

У своїй статті Т. Зейтзоф надає план для розуміння прогресу комунікаційних технологій і конфліктів через чотири пункти [86]:

1) Знижені бар'єри спілкування. По-перше, соціальні медіа перевертають модель спілкування зверху вниз. Це не просто уряди, які можуть гасити влучну пропаганду. Повстанські політичні кандидати та фактичні повстанці можуть використовувати соціальні мережі, щоб розширити свої повідомлення та завербувати послідовників. Але це не означає, що соціальні медіа замінюють традиційні медіа. Навпаки, це дозволяє акторам, і, зокрема, суперникам чинного режиму, оприлюднювати свої меседжі та передавати їх до традиційних медіа-джерел, тим самим розширюючи їх охоплення.

2) Швидкість спілкування. Оскільки інформацію, яку публікують у Twitter чи публікують у блозі можна миттєво транслювати по всьому світу, поява соціальних медіа створює стимули бути першими, особливо для медіа-організацій. Це дозволяє акторам створювати неправдиві або оманливі історії, формувати цикл новин. І навпаки, масові вбивства легше задокументувати та привернути увагу всього світу.

3) Стратегічна динаміка та адаптація. Важливо уникати розгорнутих узагальнень щодо того, чи сильно поширені в медіа-середовищі суперники/протестуючі чи чинні/лідери [86]. Скоріше важливіше стратегічна взаємодія та постійне пристосування обох сторін до змін у комунікаційних технологіях та тактиці.

Наприклад, китайський уряд використовував тисячі платних мікроблогерів (частина так званої «армії 50 центів»), щоб заглушити суперечливі популярні історії. Крім того, інші групи, від активістів-дисидентів до прихильників ІДІЛ, відреагували на державний і корпоративний моніторинг традиційних торгових точок і перейшли на зашифровані програми, такі як WhatsApp і Telegram.

4) Нові дані та інформація. Соціальні мережі генерують нові дані та інформацію. Це дає нові можливості для вчених і дослідників зрозуміти нові явища, такі як комунікація та поведінка лідерів, кризові комунікації та динаміка народного протесту. Але ці нові дані існують не на порожньому місці.

Уряди та лідери все більше можуть контролювати соціальні медіа та швидко оцінювати підтримку для себе чи політики. Наприклад, під час конфлікту в Газі 2012 року ізраїльські військові активно спостерігали за їх підтримкою в Twitter через згадки хештегу #GazaUnderAttack порівняно з #IsraelUnderFire [76].

Політична партія «Рух п'яти зірок» в Італії дозволила своїм прихильникам висловлювати підтримку та голосувати з різних питань безпосередньо на веб-сайті руху. Таким чином, нові дані, які генерують соціальні медіа та комунікаційні технології, дають змогу отримати нове розуміння науковців, але також змінюють підрахунок самих політичних акторів.

Ці нові дані, ймовірно, стануть все більш важливими для політичних груп, оскільки кращі дані дають більшу перевагу для алгоритмів машинного навчання.

На відміну від ЗМІ Інтернет має ширший потенціал спілкування, пропонує можливість прямого двостороннього взаємного зв'язку між населенням та політиками.

Існує прогноз, що згодом Інтернет радикально трансформує державу та демократію настільки, що результатом буде нова хвиля демократизації у світових масштабах [46].

Група підтримки або мережа підтримки є досить новим типом недержавної організації, члени якої надають один одному різні типи нематеріальної, нефінансової допомоги. Така група може використовуватися для поширення інформації серед громадськості, яке було не під силу окремому члену групи.

Прикладом можуть бути масові пошукові операції з пошуку зниклих людей у різних районах країни із залученням добровольців, зокрема через соціальні мережі.

Теоретично Інтернет сприяє і створенню мереж та успіху політичних дій, сприяючи інформаційному обміну серед зацікавлених груп [44]. Інтернет

часто використовується як засіб політичної мобілізації, що залишається недостатньо вивченим у працях, присвячених мережам підтримки.

Сьогодні Інтернет представляє свого роду гібрид форуму для спілкування, який виходить за межі традиційних зборів та друкованої преси, консолідуючи можливості інтерактивної комунікації та надання інформації величезній кількості людей.

Розвиток інформаційних мереж означає, що органи державної влади більше не можуть робити інформацію своєю монополією, як це було нещодавно. Однак є й дані про те, що ці види зв'язку дають особливі переваги організаціям, які мають доступ до таких технологій.

Регулярність, з якою традиційні ЗМІ посилаються на інформацію, отриману в соціальних мережах, дозволяє вважати, що особисті профілі політиків та державних діячів різного рівня приймаються беззастережною істиною.

Практично кожен телевізійний сюжет у програмах новин телебачення посилається на інформацію, отриману з офіційного аккаунту політичного діяча, розміщеного в соціальних мережах Facebook, Twitter. Тобто тепер уже не обов'язково брати інтерв'ю, можна просто послатися на пост, розміщений на особистій сторінці.

За останні роки платформа миттєвих коротких повідомлень Твіттер стала найпопулярнішою в цифровій дипломатії по всьому світу.

За даними на 2018 р. існує вже 951 твіттер-аккаунтів, що належать главам держав та міністрам закордонних справ у 187 країнах, що представляють 97% членів ООН [66, с. 145]. Їхня загальна аудиторія становить майже 500 млн. чол.

«Твіттер-дипломатія» є однією з багатьох можливостей того, для чого може застосовуватися «м'яка» кібервлада. Американський експерт Ф. Хенсон виділяє, як мінімум, вісім напрямків ефективної цифрової дипломатії [31]:

1) менеджмент у сфері знань та компетенцій: використання різних відомчих та державних знань, відомостей та компетенцій для їх накопичення,

оптимізації та спільного використання у межах досягнення національних інтересів за кордоном;

2) публічна дипломатія: встановлення та підтримка зв'язків з Інтернет-аудиторією в онлайн-режимі та використання таргетованої комунікації з впливовими інфлюенсерами у кіберпросторі з метою залучення їх до роботи на користь держави;

3) менеджмент у сфері інформаційних потоків: агрегація та аналіз інформації при розробці державних рішень, а також прогнозування та облік виникнення нових соціальних та політичних рухів та настроїв у суспільстві на основі такого аналізу;

4) консульська комунікація: створення прямих каналів зв'язку для громадян, які подорожують за кордон, забезпечення безперебійної гарячої лінії у кризових ситуаціях;

5) зв'язок при стихійних лихах: надійне функціонування у надзвичайних ситуаціях;

6) забезпечення свободи інформації: підтримка розповсюдження технологій, що дозволяють зробити інтернет максимально вільним та відкритим з метою сприяння свободі слова та демократії;

7) залучення зовнішніх ресурсів: створення зручних цифрових платформ для зовнішньої експертизи державних програм та цілей;

8) державне управління: забезпечення ефективного розвитку, координації та планування зовнішньополітичних аспектів роботи державних міністерств та відомств.

Таким чином, «цифрова дипломатія» має на увазі вельми широкий набір управлінських завдань – і традиційних, і нових, але вирішуваних за допомогою кіберінструментів у режимі онлайн.

У ситуації боротьби за кібервладу цифрова дипломатія включає у собі елементи кібертиску, тобто. прагне неявного протистояння із противником з метою створення сприятливих умов для реалізації реальних політичних дій у своїх інтересах [25].

Однак, найбільший інтерес з точки зору стратегічної реалізації кібервлади для нас представляє рефлексивне кіберуправління як, можливо, найефективніший, але найменш визнаний елемент впливу на свідомість та поведінку людей у кіберпросторі та за його межами.

Стратегічне значення онлайн-соціальних мереж пов'язане з формуванням мережевого суспільства загалом.

Як вказує творець теорії інформаційного суспільства М. Кастельс, «...нова комунікаційна система, що все більше розмовляє універсальною цифровою мовою, одночасно інтегрує у глобальному масштабі виробництво та поширення слів, звуків та зображень у нашій культурі та пристосовує їх до персональних уподобань та настроїв індивідів.

Інтерактивні комп'ютерні мережі зростають по експоненті, створюючи нові форми і канали комунікації, формуючи життя і формуючись життям одночасно» [58, с. 15]. Саме Інтернет та онлайн-соціальні мережі зокрема стають технологічним та соціальним базисом розвитку нової економіки, нової політики та ведення нових воєн.

Використання соціальних мереж сьогодні активно сприяє досягненню тактичних завдань щодо мобілізації мас як рушійної сили соціальних рухів та політичних протестів.

Багато дослідників, аналізуючи динаміку різних масових рухів, свідчать, що й успіх безпосередньо пов'язані з використанням різних політичних тактик саме у соціальних мережах.

В контексті вивчення проблеми інформаційно-політичного насильства цікаві класичні дослідження Т.Р. Гарра, який детально вивчає цей феномен у своїй роботі «Чому люди бунтують». У роботі зазначається, що дослідниками приділяється багато уваги тому, як образи та депривації громадян можуть спричинити мобілізацію протесту, а також процес її організації.

На основі цього Гарр у своєму дослідженні джерелом насильства та агресії бачить відносну депривацію, під якою розуміє схему сприйняття групами громадян життєвих обставин.

Відносна депривація зумовлює формування незадоволеності громадян та його фрустрації. Таким чином, якщо у громадян спостерігається розбіжність між їхніми потребами у тих чи інших благах та умовами їх реалізації, то у них формується фрустрація, яка є одним із можливих факторів формування політичного насильства.

Посилаючись на Гарра, у рамках цього дослідження під відносною депривацією автор розумітиме психологічну незадоволеність громадян, яка є причиною майбутніх політичних конфліктів [83, с. 145].

Крім відносної депривації, Гарр виділяє наступні основні чинники можливості політичних протестів:

- баланс між протестними здібностями громадян та здібністю регулювання таких дій із боку уряду;
- переконаність у виправданості та вигоді вчинених протестних акцій.

У своїй роботі Гарр використовує термін «політичне насильство», під яким розуміється застосування протестуючими силових акцій чи висловлювання загрози їх застосування з метою протистояння небажаному курсу політики чи висловлювання власних політичних інтересів.

Проте сьогодні такого підходу явно недостатньо, оскільки в ньому не враховується високий рівень впливу нових медіа, які можуть бути використані для мобілізації людей без спирання на реальну депривацію.

У сучасних дослідженнях немає єдиної думки про те, як інтернет і, зокрема, соціальні мережі впливають на процеси політичної мобілізації. Соціальні мережі на сьогоднішній день пропонують нові можливості для здійснення комунікації політичного характеру, розширюють доступ до такої інформації.

Нині у соціальних мережах здійснюється залучення користувачів до обговорення публікацій, планів та діяльності сучасних політиків. Внаслідок цього вони дають можливість спілкуватися з посадовими особами, отримувати відомості, які сприяють участі громадян у політиці [76].

Комунікація в інтернеті характеризується безпрецедентною швидкістю

та охопленням аудиторії. Крім того, у соціальних мережах спостерігається менша кількість посередників.

Однак, деякі дослідники вважають, що немає великої різниці між контактами особистого характеру та отриманням інформації за допомогою соціальних мереж.

А. Шоу детальніше класифікував чинники політичної мобілізації громадян у соціальних мережах [83]:

1) Легка доступність інформації. Така функція соціальних мереж, як обмін миттєвими повідомленнями, дозволяє швидко обмінюватися політичними новинами та ідеями.

2) Зручне середовище для створення контенту. Інформаційний простір створюється самими користувачами за допомогою вбудованих інструментів і може включати картинки, відео, музику, чати, геолокацію та ін.

3) Низькі фінансові витрати. Внаслідок появи соціальних мереж стало можливо більш економічно здійснювати обмін думками, ідеями та новинами. За даними агентства «We Are Social» та сервісу Hootsuite лише за 2018 р. приріст активних користувачів Інтернету та соціальних мереж у світі становив 9-10%, тобто кілька сотень мільйонів людей [65].

Все більше людей використовують смартфони та планшети для доступу до соціальних мереж. І завдяки більшій кількості підключень користувачі отримують більше свободи у використанні соціальних мереж, де б вони не знаходилися і що б вони не робили.

Взагалі, ступінь впливу Інтернету як головного ретранслятора нових засобів масової комунікації на політичні процеси залежить від типу політичної діяльності, що здійснюється, та від ступеня підключення громади до Інтернету.

Представники місцевих організацій, що займаються проблемами громадськості, скоріше за все, використовують більший діапазон можливостей Інтернету, ніж національні та міжнародні кампанії.

Оскільки рівень користування соціальними мережами різниться між

країнами, а також усередині країн через різний ступінь підключення населення до Інтернету, різниться також ступінь його використання чи впливу на політичний процес [65, с. 2756].

Передбачається, що продукти масової комунікації найбільш активно використовуються в США, особливо в штатах, що мають високий відсоток грамотності та володіння персональними комп'ютерами. Використання у Великобританії та Австралії зростає, хоча і відстає від США.

Хоча використання соціальних мереж провідними громадськими чи політичними організаціями є незначною частиною їхньої агітаційної діяльності у власних країнах, «радикальні» або «повстанські» групи використовують їх як основний інструмент для поширення своїх поглядів на міжнародному рівні [14].

Тут велику роль відіграє динамічність (швидкість створення та обміну контентом) та коннективність як головні властивості Інтернет-медіа.

Динамічність дозволяє по-новому розглядати просторово-часові координати, а коннективність, як здатність об'єднувати людей, обмінюватися даними в режимі реального часу.

Найголовнішою особливістю нових ЗМІ стала транскордонність. Маючи доступ до Інтернету, користувач може познайомитися з матеріалами різних видань, що знаходяться в різних точках земної кулі. В епоху традиційних медіа подібне знайомство виглядало неймовірним, або вимагало великих зусиль.

Користувачі можуть впливати на свої уряди з метою здійснення дипломатичного тиску на опонентів повстанців. Порівняно невисока вартість та легкість надання інформації можуть бути використані повстанськими угрупованнями, які не мають грошей чи влади, доступних їхнім опонентам.

Зараз Інтернет став центральною частиною повсякденного життя людей на всій планеті. Він швидко перетворився на центр, за допомогою якого люди спілкуються, підтримують соціальні стосунки, ведуть комерцію, здобувають знання і навіть розважають себе.

Більше того, розширення можливостей, що надаються особам через

Інтернет, змусило організації переосмислити, переробити та переглянути стратегічні та тактичні підходи, які вони застосовують у своїй діяльності [36].

Таким чином, Інтернет-революція змінила спосіб взаємодії груп та осіб, що їх складають. Не дивно, що ці зміни, спричинені такою еволюцією, впливають на все політичне. Насправді можна стверджувати, що Інтернет мав більший вплив на політику, ніж будь-який технологічний винахід з часу винаходу друкарні майже шістьсот років тому.

Держави використовують сучасні інтернет-технології для здійснення конкурентної боротьби у зовнішній політиці. Події останніх років (Арабська весна, Майдан, Кольорові революції тощо) свідчать, що соціальні мережі несуть потенційну загрозу стійкості політичної системи, загрозу національній безпеці держави [46].

Розвиток та просування соціальних мереж виводить інформаційні війни на якісно новий рівень, збільшуючи їх ефективність, інтенсивність та масштабність.

На сьогоднішній день за допомогою соціальних мереж можуть відбуватися злочини проти політичного устрою, економічні злочини, просуватися екстремістські ідеї та погляди, здійснюватися вербування в радикальні та терористичні організації. Крім того, за допомогою соціальних мереж впроваджуються та передаються шпигунські програми [46, с. 140].

В результаті відключення громадяни не змогли спілкуватися в Інтернеті, і протестуючим довелося вдаватися до тактики усного переказу. Звісно, це обмежувало їх охоплення, швидкість та передачу інформації, з якою вони могли ефективно організовуватися [70].

Соціальні мережі полегшують організацію протестних рухів, оскільки кожен, хто має доступ, може налаштувати подію через відповідну функцію у соціальній мережі Facebook або за допомогою служби групових повідомлень.

Соціальні мережі надають можливість для висловлення власної думки, а також – для обміну думками. Це може також сприяти тому, що користувачі можуть висловити свою солідарність з його учасниками і порушеними в ньому

ідеями і сенсами.

Кожен користувач соціальних мереж повинен більше усвідомлювати свою індивідуальну відповідальність. «Усі в Twitter – це журналісти, і всі в Twitter – це редактори. Ви приймаєте рішення про те, що передавати, що писати, що публікувати, що рекламувати, що посилювати» [41].

Популярні соціальні мережі, блоги та мікроблоги вже сформувалися як альтернативний канал політичної комунікації. Однак до цих пір неможливо точно передбачити характер впливу даного каналу комунікації на інформаційну безпеку держави, стабільність та процес демократизації.

При виникненні будь-якого виду погрози необхідно прийняти міри по запобіганню подальшого розвитку подій, які можуть призвести до справжнього політичного конфлікту між країнами або всередині країни.

Користувачі соціальних мереж зараз розглядаються як активна соціальна сила, яка завжди і всюди несе з собою інновації: інформаційні, комунікативні тощо, а соціальні мережі стають свого роду їх провідником. Саме тому необхідно правильно контролювати та своєчасно запобігати появі конфліктних настроїв в інтернет-суспільстві.

Висновок до розділу. Соціальні мережі все частіше використовуються політичними групами, починаючи від невеликих громадських організацій і закінчуючи основними політичними партіями різних країн і особливим чином використовуються у країнах, які переживають триваючі політичні конфлікти або виходять із періоду війни.

Соціальні мережі дозволяють активно коментувати політичні новини, розміщені в різних тематичних групах, що дає можливість людям проявляти свою громадянську позицію по тим чи іншим питанням.

Крім своїх основних функцій соціальні мережі несуть в собі можливість для політичних маніпуляцій, чим активно користуються організації та навіть держави.

Соціальні мережі, будучи інструментом обміну інформацією, стають формою політичного впливу, особливо в тих випадках, коли в країні немає

конструктивної, діючої опозиції. Користувачі соціальних мереж висловлюють свою думку про владу, невдоволення чи підтримку її дій [25].

Саме соціальні мережі дозволяють владі скласти уявлення про протестні настрої в суспільстві. Відсутність єдиного центру розповсюдження інформації перетворює соціальні мережі на дієвий інструмент політичного протистояння, оскільки мережеві організації здатні об'єднати протестні маси, що й довели діячі «кольорових революцій» у різних країнах, де саме соціальні мережі стали платформою для мобілізації на боротьбу з існуючими режимами.

На сьогоднішній день соціальні мережі є найбільш перспективним майданчиком для «возгорання» політичного конфлікту. Низькі затрати роблять дані медіа особливо ефективними в контексті маніпулювання інформацією.

Соціальні мережі є інноваційним інструментом політичного протистояння, та мають великий вплив на політичний процес, на відміну від традиційних форм масової комунікації.

Вірмено-азербайджанська війна, яка розпочалася 27 вересня 2020 року, стала новим кроком у розвитку медійних технологій протиборства. Унікальність конфлікту полягає в тому, що у війну залучені повноцінні державні медійні ресурси, що протистоять один одному.

Не дивлячись на великий вплив соціальних мереж на перебіг конфліктів, деякі фахівці стверджують, що у соціальних мережах набагато більше позитивного впливу на політичні конфлікти, ніж негативного.

Демократичні країни на чолі із США просувають ідею того, що соціальні мережі збільшують відкритість і прозорість політичного процесу, дозволяють більшій кількості політичних суб'єктів висловлювати відкрито свою думку перед суспільством.

РОЗДІЛ 3. РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ПОЛІТИЧНИХ КОНФЛІКТАХ В УКРАЇНІ

Питання впливу соціальних мереж на політичну ситуацію в Україні потребує більш детального вивчення та актуалізується беззаперечним значенням даного інструменту як чиннику ескалації конфліктів.

Соціальні мережі у світі та в Україні зокрема формують окреме неконтрольоване державою інформаційне поле, у площині якого існують різноманітні феномени – одні сприяють розгортанню потрібних державі інформаційних кампаній (до прикладу – інформаційна кампанія щодо важливості вакцинації за допомогою використання рамки для аватарів у Facebook, наліпок із агітацією за вакцинування у Instagram, короткі твіти відомих політичних діячів про важливість даного явища тощо), а інші - розколюють суспільство навпіл. Саме останніх стосується аналітика даного розділу кваліфікаційної роботи.

Україна по праву вважається «молодою демократією», адже її інституції знаходяться у стані розвитку та удосконалення, рівень політичної культури зростає поступово та орієнтується на зразки західних держав, громадянське суспільство активізується, проте ще не є досить впливовим актором політики.

Для подібного стану речей, з метою контролю політичних процесів у державі, якісного управління, інформаційний простір притаманно вважати таким, що потребує більшої уваги науковців та дослідників, адже саме він

служить тим механізмом, що сприяє досягненню суспільного консенсусу, уникненню політичних протиріч, якісному публічному управлінню [6, с. 104].

Соціальні мережі в Україні сьогодні є своєрідним драйвером політичних процесів у суспільстві.

- По-перше, це зумовлено загальною діджиталізацією українців (зокрема з огляду на пандемію ковіду, коли громадяни все більше часу проводять в онлайні, а гаджет кожного дня аналізує інформацію про свого власника).

Відтак, кількість проведеного часу у соціальних мережах дозволяє детально дослідити поведінку громадянина, зрозуміти його політичні вподобання, запропонувати до прочитання потрібну для замовника інформацію (завдяки технології «таргет»), отримати зворотній зв'язок та повторити алгоритм за потреби.

- По-друге, в Україні існує збройний конфлікт, що відбувається на Сході держави, він є фактором, до якого прикута пильна увага громадськості та міжнародного середовища, а отже, дописів на дану тему у соціальних мережах зростає щоденно та знаходить свого споживача у різних куточках України.

У будь-якому конфлікті є зацікавлені сторони, які користуються соціальними мережами саме як інструментом ескалації, розколюють українське суспільство за фактором відмінності політичних позицій щодо даного конфлікту та формують негативний імідж влади/ окремого актора/ групи акторів/ засобу масової інформації/ інституції тощо. Це сприяє зростанню рівня невдоволення та протестного потенціалу у суспільстві, і є прямим чинником ескалації політичних конфліктів [3, с. 92].

Дійсно, роль і місце конфліктів в історії розвитку людства є істотними факторами розвитку. В ході світової історії це не раз підтверджувалося. Як зауважив відомий військовий теоретик і історик XIX ст. Карл фон Клаузевіц, - «історія світу - це історія воєн. Близько 250 держав, 7 мільярдів людей, що

розмовляють на 4 тисячах мов та діалектів і знаходяться на різних щаблях свого розвитку, виникли в результаті постійних протистоянь – конфліктів.

Найбільш гостра боротьба відбувається між індивідами і соціальними групами в сфері політики, адже політика є не щось інакше, як засіб провокування цієї боротьби за вплив у системі політичних відносин, розпорядження ресурсами і прийняття загальнозначущих рішень. Найчастіше таке протистояння протікає саме в формі політичних конфліктів». Україна не є винятком із цього правила.

Проте лише у період активізації інформаційного суспільства конфлікти почали розвиватися із такою швидкістю, з'явилися гібридні війни, а громадяни стали ще більш наближеними до реальної влади.

Сьогодні вивчення такого явища, як «політичний конфлікт», заслуговує окремої уваги і в українській науковій спільноті. Постійно зростаючий конфліктогенез призводить до необхідності пошуку нових способів для його врегулювання [24, с. 168].

Складно стверджувати, що політичний конфлікт рівнозначний військовому конфлікту, збройній боротьбі, хоча в певних ситуаціях може набувати і таких рис. У врегулюванні конфліктів більшість країн світу віддають перевагу політичним, дипломатичним, економічним та іншим невійськовим методам.

Таким чином, вважається, що не варто зводити дослідження політичного конфлікту до його крайніх, революційних чи збройних форм, слід розглядати його швидше як один з можливих варіантів взаємодії політичних суб'єктів, які мають певні інтереси і цілі щодо влади, що сигналізує про існуючі протиріччя в суспільстві і в деяких випадках виступає одним із способів для їх врегулювання (вирішення).

Звідси і випливає, що в українському просторі політичний конфлікт - це зіткнення, протиборство політичних суб'єктів, обумовлене протилежністю їх політичних інтересів, цінностей і поглядів [79, с. 76].

На сучасному етапі однією з головних умов стабільного і закономірного розвитку суспільства є безперервне виявлення та врегулювання політичних конфліктів.

Вітчизняні та зарубіжні теоретики і практики в галузі дослідження політичних конфліктів всіляко намагаються знайти мирні засоби для їх вирішення. Серед вітчизняних дослідників та політологів питання політичного конфлікту в контексті антикризового менеджменту, публічного управління та інформаційної політики становить інтерес І. Рейтеровича, С. Телешуна, М. Примуша, Л. Скібіцької, В. Матвеева, С. Подрези, В. Щелкунова, М. Пірени.

В українському суспільстві існують численні види соціально-політичних конфліктів відповідно до класифікацій – конфлікти інтересів, конфлікти цінностей, конфлікти ідентифікації.

Кожен тип конфлікту висвітлений не тільки у засобах масової інформації ліцензованими медіаторами, а й у соціальних мережах громадянами держави на особистих сторінках.

До прикладу, конфлікти інтересів виникають у результаті зіткнення інтересів з приводу перерозподілу політичних ресурсів (нещодавні події і в Україні, де масові акції протесту під назвою «Євромайдан» привели до зміщення четвертого президента України Віктора Януковича).

Причиною конфлікту стало призупинення процесу підготовки до підписання угоди про асоціацію із Європейським Союзом, а каталізатором збору громадян на площі – невеликий твіт у 140 символів із закликом до протесту [69].

Квіт С. зазначає : «Коріння Євромайдану можна знайти в його ідеалізмі: бажанні українського народу створити державу, в якій ідеали, що пов'язані з свободою, в самому широкому сенсі, поважають» [74, с. 2].

Роль соціальних мереж у подіях «Майдану» та нарощенні конфлікту обґрунтовується також оперативним висвітленням онлайн-інформації з місця подій у форматі «стріму». Такий формат ще здобув назву «громадянська журналістика».

Специфіка такого висвітлення полягає в тому, що будь-який громадянин, зареєстрований у певній соціальній мережі, є ведучим прямого ефіру на політичну тему [32, с. 312].

Учасники акцій у 2014-15 роках користувалися сервісом для передачі аудіо-повідомлень Zello, та таким чином координували протестну діяльність. У певний момент цей вид комунікації виступав чинником ескалації напруги на території мітингувальних дій.

Також революційні події та фактор присутності міжнародних призвели до утворення нової української соціальної мережі під назвою NaMaidani, мета якого – поширення лише правдивої інформації про події від безпосередніх учасників політичних подій [40, с. 150].

Події Революції Гідності широко висвітлювалась в іноземних та україномовних соціальних мережах, тим самим підвищували інтерес міжнародної спільноти до даного питання.

На думку авторитетних американських політологів, аналітиків з питань впливу соціальних мереж на конфлікти, Грінера та Роспігліосі, українські соціальні мережі безумовно виступили визначним чинником внутрішньої мобілізації протестувальників.

Специфікою використання соціальних мереж українцями у часи революції стало безпосереднє втручання розвідки та спецслужб до кіберпростору. Мобілізація протестувальника методом впливу на нього соціальних мереж відбувалась за наступним алгоритмом:

- Підготовка меседжів, «упаковування» інформаційного продукту у спеціальну обгортку із врахуванням кінцевого споживача. Аналізується також канал, за допомогою якого це повідомлення поширюватиметься.
- Масове поширення інформації у соціальних мережах методом запуску «вірусу».
- Отримання зворотного зв'язку, пошук спільників.
- Повторення алгоритму.

Український політичний дослідник В. Бебик стверджує, що Інтернет сьогодні є новою формою масової комунікації і об'єднує в собі можливості для ЗМІ та особисті для користувача для політичної мобілізації громадян та координування дій соціуму [7, с. 304].

Штучному каналу передачі інформації властивий постійний технічний розвиток і вдосконалення функціоналу в сторону доступності, зручності та якості здійснення комунікації.

Сучасні соціальні мережі, застосовуючи новітні розробки прикладних програм, стають все більш затребуваними не тільки на персональних комп'ютерах, а й на мобільних пристроях, таких як ноутбуки, планшети, мобільні телефони, смартфони. Завдяки цьому соціальна мережа «завжди в кишені», а це значить, що комунікативні процеси набагато спрощуються [83, с. 7].

Конфлікти цінностей пов'язані з існуванням в суспільстві протилежних політичних цінностей і норм, відсутністю консенсусу між ними. Характерні для країн, що розвиваються з нестійким державним ладом.

В Україні прикладом такого конфлікту сьогодні слугує саме війна на сході України, боротьба із агресією Російської Федерації. Серед громадян не існує консенсусу з приводу ідентифікації даного конфлікту, що простежується у коментарях в соціальних мережах.

Частина громадян у соціальних мережах споживають інформацію щодо того, що це є громадянським конфліктом українців, частина – що це є агресія Російської Федерації. Саме в контексті даного питання доцільно розглядати феномени «тролів», «ботів», «фейків» [40, с. 129].

Конфлікти ідентифікації зумовлені етнолінгвістичною та релігійною неоднорідністю суспільства, ідентифікацією індивідів з певними політичними силами, конкретної расою, етнічною групою, релігією, соціальної спільністю тощо.

Характерні для товариств, в яких відбувається ототожнення суб'єктом себе з певною групою (етнічною, релігійною, мовною), а не з суспільством

(державою) в цілому; цей тип виникає в умовах протилежності рас, етнічної, релігійної або мовної протилежності.

В Україні таким прикладом може бути висвітлення проблемних питань реформи децентралізації у Західних регіонах України. Політичні активісти з метою ескалації політичного конфлікту викладають у соціальних мережах фейкову інформацію щодо діяльності влади, розподілу ресурсів, бюджету, видачу румунських чи угорських паспортів громадянам України, відтворення гімнів іноземних держав в приміщеннях органів державної влади України тощо [45, с. 41].

Також, одним із прикладів етнічних чи релігійних конфліктів, що набувають розголосу у соціальних мережах є місто Умань, де поширеним є явище паломництва хасидів.

Під час виборчої кампанії мер міста, що був претендентом на другий термін, виклав у соціальних мережах опитування щодо ставлення корінних жителів до неортодоксальних євреїв, за що був заблокований адміністратором соціальної мережі.

Соціальна мережа «Facebook» як феномен приватної комунікації має виражену комунікативну особливість, вивчення якої дає можливість виявити закономірності віртуального спілкування для дослідження, протікаючи в реальному часі соціальних процесів.

Насамперед, ключовою проблемою зазначеної комунікації є механізм, який переводить індивідуальний процес передачі і сприйняття інформації в соціально значимий процес персонального і масового впливу.

Цей механізм закладений до основи мовної діяльності людей - саме в ній реалізуються соціально обумовлені норми і правила спілкування. Зі зміною структури та можливостей каналу передачі неминуче відбуваються зміни в мові, жанрі, стилі інформації, що, в свою чергу, призводить до зміни світосприйняття і світовідчуття в суспільстві [33].

Лінгвістичною особливістю інтернет-комунікації є співвідношення усної та письмової форми існування мови, іншими словами, електронне спілкування має комбіновану усно-письмову форму реалізації.

Саме тому необхідно вивчати меседжі користувачів - медіатексти в мережі Інтернет, виявляти особливості їх мовного наповнення, встановлювати механізми мовної поведінки акторів віртуального комунікативного середовища для розробки комунікативних інтернет-компетенцій. Відповідно до основних наукових парадигм сучасного мовознавства дослідження тексту здійснюється в декількох напрямках: структурному, лінгвокультурологічному, комунікативному.

Предметом розгляду в цьому розрізі стає мовна особистість користувача мережі Інтернет як генератор мережевого інтернет-дискурсу. Для дослідника це означає, що даний вид комунікації має свої особливості маніпуляції свідомістю користувача, адже кодує потрібну інформації поміж рядків повідомлення [48, с. 329].

В інтернет-термінології «тролем» вважається персона, що публікує провокативні повідомлення на сторінках у соціальних мережах, формує деструктивну комунікацію, втручається у обговорення порядку денного. Питаннями вивчення феномену «тролінгу» в українській політології займаються такі дослідники як О. Радутний (кримінально-правовий аспект), С. Могилко (біхевіоральний аспект), Л. Гуменюк (комунікативний аспект).

«Бот» - це спеціальна комп'ютерна програма, що імітує дії живої людини, здатна впливати на значну частину аудиторії чи окремі групи соцмережі.

«Боти» в основному використовуються для механічного розсилання заздалегідь підготовлених повідомлень, «демотиваторів», посилань на інтернет-ресурси тощо, рідше використовуються так звані чат-«боти», які можуть у «обмеженому» режимі відреагувати на запитання чи виклики «живого» співрозмовника.

Відомо, що «боти» активно використовувалися і по лінії України, і по лінії невизнаних ДНР і ЛНР, і по лінії Росії, і по лінії залучених у протистояння країн Заходу (наприклад, «Кіберберкут» чи Joint Functional Component Command for Network Warfare) [46, с. 6-9].

Так як головним завданням створення та використання вище зазначених акаунтів є негативна реакція користувача Інтернету, привернення уваги до публікації, отримання зворотного зв'язку внаслідок суперечки користувачів, маніпуляція свідомістю громадянина – це виступає фактором ескалації політичних конфліктів в Україні.

Подібні явища становлять нову загрозу для українського громадянина в епоху Інтернету. Керівництво Facebook після зустрічі Володимира Зеленського із Марком Цукербергом призначило окремого менеджера із публічної політики відносно України (Катерина Крук).

Було підняте питання безпеки інформаційного простору, доступу до об'єктивної інформації, захисту кожного громадянина від інформаційних атак. Дезінформація, на яку, за словами представників платформи, занадто часто почали скаржитися українці, зумовила потребу системного вирішення проблеми.

Оскільки «Facebook» враховує вподобання своїх користувачів, соціальна мережа удосконалює власний інструментарій. На основі всебічного аналізу відвідування кожного користувача мережі «Facebook» пропонує до прочитання у новинній стрічці саме ті повідомлення, які здатні залучити і зацікавити даного користувача більше від інших, здійснює оновлення сторінок, яким ви раніше поставили вподобання, наводить нові пости, інформацію про заходи, рекомендує сторінки для відвідування, пропонує рекламу, стає більш зручною для проведення дозвілля і ведення бізнесу [40, с. 39].

Дослідники виділяють наступні риси «тролінгу» в українському вимірі соціальних мереж:

- «тролінг» використовується для загострення саме російсько-українського конфлікту на Сході України;

- «троль» намагається всіляко контролювати комунікацію, уникає прямих запитань та відповідей, розпалює агресію провокаційними запитаннями щодо питання приналежності територій та мовного питання;

- «троль» всебічно демонструє відкриту агресивну образу, намагається спричинити конфлікт та підняти рівень емоційної напруги між користувачами, аканти не мають персональної інформації та є нещодавно створеними;

- «троль» залучає до конфлікту якомога більше учасників шляхом поширення інформації серед великої кількості акантів [17, с. 43].

В Україні особливістю є те, що застосування даної технології є поширеним у контексті російсько-української інформаційної війни. Таким чином «інтернет-тролі» мають на меті відвернути увагу користувача політичними чутками, наклепами від гострих питань та реальних подій, що є невігідними для даної сторони конфлікту.

Дії направлені та інформаційний супровід сепаратистських настроїв, послаблення впливу центральної влади на населення периферії, прикордонних територій Донецької та Луганських областей, створення економічних та проблем безпеки на загальнодержавному рівні.

Як правило, координація комунікації у соціальних мережах з метою підриву територіальної цілісності України відбувається з єдиного центру управління іноземної держави [3, с. 49].

В українському суспільстві користувачі-провокатори отримують винагороду за ведення підривної, сепаратистської діяльності, адже численні дослідження журналістів свідчать про організовану діяльність роботи у спеціальних офісних приміщеннях розміщують дописи на штучно створених сторінках з метою пропаганди російської влади на території України. Повідомлення містять провокативні тексти та фейкові інфографіки, заклики до конфліктних дій та критику західної цивілізації.

Одним із найбільш актуальних результатів аналізу інтернет-поля України, зокрема Telegram-каналів, є підтвердження інформації щодо втручання у поле агентів Російської Федерації.

У звіті РНБО, при якому функціонує Центр протидії дезінформації, продемонстровано, що за допомогою соціальних мереж та масових каналів месенджерів соціальних мереж організовано поширюється інформація наприклад, про деструктивні наслідки вакцинації.

Інтернет-конфлікти розвиваються за допомогою як російських інтернет-ресурсів, так й інтернет-ресурсів України, Європи, США. Разом із тим, варто зазначити, що існування даного явища вплинуло на те, що Євросоюз та НАТО ініціювали створення «Центру передового досвіду з питань стратегічних комунікацій» (NATO Strategic Communications Centre of Excellence або NATO StratCom COE).

Центр має на меті вироблення механізмів протидії «тролінгу» у спільній координації. Що стосується центру НАТО – там здійснюється науково-аналітична, навчально-методична та інформаційно-комунікативна діяльність. Окремий розділ стосується висвітлення питання інформаційної війни Російської Федерації проти України.

У НАТО та Європейському Союзі пріоритетом координаційної співпраці є саме протидія гібридній війні на Сході Європи. А у Сполучених Штатах Америки та Європі зокрема публічна увага прикута до проблеми конфліктогенного «тролінгу», електорального «тролінгу» та його впливи на результат суспільного розвитку України [62, с. 6].

Інструментами пропаганди, що є передумовою ескалації конфлікту в Україні, є також застосування й інших соціальних мереж, таких як «Твітер», «Інстаграм», «Тік ток» (для охоплення молодшої аудиторії віком до 35 років), та активне використання «телеграм-каналів» - аналогів новинним ресурсам.

У певний момент під час подій «Євромайдану» «Твітер» був ланкою для комунікації між протестуючим та інструментом ідентифікування прибічників та інформування про події на місцях. Рекордна кількість твітів з

проукраїнськими та проєвропейськими хештегами під час перших тижнів протестів - понад 8000 твітів на годину [46, с. 688].

Перераховані платформи є ефективним інструментом у маніпулювання масовою свідомістю, поширення рейкової інформації (дезінформації), політичних чуток. Зазвичай, ключовою тематикою «тролінгу» є критика зовнішньої політики України – курсу на Євроінтеграцію, закріпленого у Основному Законі держави.

У засобах масової інформації неодноразово повідомляли про «офіси, де працює армія тролів», наводячи як приклад «Агенцію інтернет-досліджень», у якій працює щонайменше 400 осіб [51, с. 54].

Також восени 2018 року у соціальній мережі «Твітер» сталося відкриття внутрішніх корпоративних даних нідерландському журналу De Groene Amsterdammer, для дослідження 9 мільйонів текстових та графічних публікацій на тему збитого літака рейсу MH17.

Внаслідок трагічного збиття рейсу над східною територією України, з метою дестабілізації ситуацію та нарощення конфліктного потенціалу російською фабрикою «тролів» було опубліковано понад 65 тисяч твітів.

Контекст твітів – провина української влади у ситуації. Додатковим інструментом виступили традиційні проросійські засоби масової інформації, висловлювання публічних політиків у соціальних мережах (зокрема Жириновського) та активне використання однакових хештегів: #КиївСбилБоинг (Kiev heeft Boeing neergeschoten), #ПровокацияКиева (KievProvocatie), #КиївСкажиПравду (Kiev spreek de waarheid) [3, с. 3].

Протягом одного дня після катастрофи, що сталася над територією України, у соціальній мережі 71 % (майже 41 000) усіх твітів, відправлених троями, супроводжувалася саме таким хештегом.

Наступного дня атака «тролів» сповільнила темпи опублікування дописів - відправлено до 25 000 твітів та використаних один із трьох зазначених хештегів.

Два дні потому інформаційний привід майже зник із перших шпальт соціальних мереж. Дані дослідження свідчать про навмисне використання соціальних мереж як чиннику зростання агресії та ескалації конфліктів [41].

Варто зазначити, що від інформаційної агресії, пропаганди, підривної сепаратистської діяльності не захищена жодна країна у світі. Проте деякі держави світу створюють інструменти дотримання кібер-безпеки. Це повинно стати прикладом для української влади.

До прикладу, у Сполучених Штатах Америки з метою подолання загроз з боку Кремля у 2015 році створено перший цифровий медійний відділ – DIGIM (із штаб-квартирою у Чехії), що фінансується з державного бюджету США, а отже – діє у інтересах американської влади та народу.

У зазначеному відділі (департаменті) працюють фахівці із комунікацій в соціальних мережах, головне завдання яких – протистояння поширенню фейкової інформації з боку російської медіаіндустрії методом використання глобальних соціальних мереж (зокрема, «Фейсбук», «Твітер», «ВКонтакте» і «Однокласники»).

Діяльність відділу організовується та контролюється Радою керівників з питань мовлення (Broadcasting Board of Governors – BBG), яка, відповідно до свого статуту, займається питаннями поширенням дезінформації «у державах із недостатньою кількістю незалежних засобів масової інформації та не медійної комунікації» [60, с. 16].

На реалізацію проекту у Сполучених Штатах Америки було виділено 15 мільйонів доларів. У такий спосіб Сполучені Штати Америки розраховують зменшити ефективність пропаганди російської влади за допомогою використання надсучасних технологій.

Наведені результати американського дослідження є додатковим доказом деструктивної діяльності російських соціальних мереж. Проте у випадку України превентивних мір більше недостатньо, так як соціальні мережі є лише додатковим інструментом ескалації політичних конфліктів, а не основним [64, с. 3].

За аналогією до американського уряду, в Україні в липні 2019 року запущено дезінформаційний проєкт для локальної боротьби із «фейсбук-тролями» «TrollessUA», що реалізується громадською організацією «Internews Ukraine».

Головною метою проєкту, відповідно до статуту організації є має виявлення та превентивне блокування підозрілих профілів в українському фейсбуці, які активно коментують дописи інших користувачів російською мовою, маніпулюють категорією «патріот» та масово поширюють фейки про діяльність української влади [14, с. 12].

Громадська організація залучила у якості партнерів для боротьби з «інтернет-тролями» українських волонтерів, які долучені до сформування глобальної бази даних акаунтів, яким притаманні описані попередньо фактори поведінки.

Акаунти, що увійшли до цієї бази, прикріплюються до звернення-скарги від «Інтерньюз-Україна» до світової соціальної мережі компанії «Фейсбук» із проханням переглянути та за потреби превентивно заблокувати вказані профілі.

З метою ефективного зниження кількості жертв маніпуляцій свідомістю та з метою уникнення конфліктогенних ситуацій у соціальних мережах громадська організація «Інтерньюз-Україна» втілила додаток-розширення для браузеру Google Chrome.

Призначенням розширення є маркування та блокування акантів із глобальної бази даних. Таким чином користувач соціальних мереж отримає повідомлення-попередження та буде інформований про ймовірну небезпеку політичної пропаганди. У громадській організації прогнозують деескалацію конфлікту та зниження темпів інформаційної війни в українському суспільстві [45, с. 8-9].

Питаннями протидії агресії та конфліктам між користувачами у мережі Інтернет є також бібліотеки, адже вони виступають центрами поширення

інформації, а отже – протидії поширення фейків та механізмом підвищення медіаграмотності.

До того ж, при бібліотеках сьогодні у розвинутих державах світу розвивається інститут дослідницьких служб, які працюють як аналітичні центри.

Серед доробків таких аналітичних центрів є праці: «Україна у відгуках зарубіжної преси», «Соціальні мережі як чинник інформаційної безпеки» (випуск аналітичної служби при бібліотеці імені В.І.Вернадського) [48].

Малодослідженим також є феномен фейків в українських політичних конфліктах. Даний спосіб впливу на громадянина відрізняється тим, що кожна політична кампанія створює якісно інше наповнення та користується специфічними джерелами поширення новин.

Опозиція до влади використовує метод критики внутрішньої політики держави. Іноземні актори політики критикують діяльність України на міжнародній арені.

Часто такий метод кваліфікують як атаку на демократію, адже занадто жорстке регулювання з боку держави є порушенням прав та свобод, а помірне залишає простір для маніпулювання певним представникам політичної спільноти.

Дезінформація (так само як і пропаганда, і фейкові новини) не є принципово новим явищем, з яким зіштовхнувся світ. Відтоді як виникли перші держави, вона супроводжувала і загалом мирні внутрішні політичні кампанії, і воєнно-політичне протиборство держав.

Водночас новітні інформаційні технології, зміна парадигми сприйняття інформації, криза «класичних» медіа тощо змінили інформаційний (а з ним і когнітивний) ландшафт світу [38, с. 106].

В Україні фейки визначають не тільки якість медійного середовища, а й визначають порядок денний розвитку українського суспільства – у контексті конфлікту.

Інформаційні війни вимагають залучення зусиль як професіоналів, але й широкої громадськості. У цьому плані примітний феномен так званих «диванних військ», які на безоплатних та волонтерських засадах беруть активну участь у соціальних мережах в інформаційно-пропагандистському супроводі сучасних політичних та військово-політичних конфліктів.

При цьому вони виконують важливу суспільно-політичну місію, забезпечуючи «жорстким» ініціативам влади підтримку знизу. Політичні та військово-політичні конфлікти XXI століття неможливі без ефективного та багатостороннього інформаційного супроводу. При цьому в такій боротьбі задіяно як традиційний медіа-простір (друковані та електронні ЗМІ), так і соціальні мережі, які поки що є «недооціненими» з пропагандистської точки зору, хоча об'єднують колосальні аудиторії.

Так, якщо брати Рунет (для аналізу російсько-українського конфлікту це актуально), то тут лідером по кількості користувачів є соцмережа «В контакті», щомісячна аудиторія якої становить майже 47 мільйонів осіб, на другому місці – «Однокласники» – близько 32 млн. користувачів, на третьому – Facebook (22,5 млн. осіб).

Однак при цьому до 2014 року ці мережі були здебільшого майданчиками для неформального спілкування різних соціальних груп та не були активно задіяні у масштабних політичних проектах [35, с. 54].

Ситуація кардинально змінилася у 2014 році після подій Євромайдану, окупації Криму та початку бойових дій на Донбасі. З урахуванням того, що ці події були надзвичайно гострими практично для всіх пострадянських держав, а у віртуальному просторі спочатку розгорнулися інтенсивні дискусії, а потім вибухнула справжня інформаційна війна між прихильниками та противниками «київської весни» (так події характеризують російські засоби інформації) [17, с. 54].

Боротьба навколо Криму та Донбасу 2014-2017 років породила нову категорію в Інтернеті – категорію «дивані війська». Їх учасників можна визначити як політично мотивованих активістів інформаційно-

пропагандистської війни, які діють в інтернет-просторах на неформальній та некомерційній основі.

Більше того, це можуть бути досить статусні, заможні та зайняті люди, які, однак, сприймають себе як «мобілізовані» на період «реальних» політичних чи військово-політичних конфліктів.

Конфлікт на Донбасі дав цілу низку прикладів, коли з «диванних» бійців люди переходили або до «гуманітарних військ» (займаються матеріально-технічним, продовольчим, медичним забезпеченням «реальних» військовослужбовців на передовій), або навіть ставали безпосередніми учасниками бойових дій. Проте більшість представників «диванних військ» концентрують свої зусилля на інформаційно-пропагандистській роботі в Інтернеті [24, с. 55].

Виділяють наступні напрями їх діяльності категорії:

- Відстоювання своєї політичної позиції у діалозі з опонентами чи «невизначеними» особами
- Збір інформації про противника (особливо якщо бійці «диванних військ» перебувають у зоні «реальних» бойових дій або на стратегічних комунікаціях, що ведуть до лінії фронту), передача її адміністраторам «своїх» груп або розміщення її в Інтернеті в режимі онлайн .
- Підтримка бойового духу серед своїх прихильників і тих, хто «вагається». До такого роду діяльності відноситься і широке поширення інформації про реальні або міфічні втрати в рядах супротивника, і позначення «світлого» політичного майбутнього, і розповіді про бойові подвиги, і дані про «підхід підкріплень» тощо.
- Створення чіткої опозиції «ми – вони». У разі жорсткого політичного і більше військово-політичного протистояння для перемоги вкрай важливо сформулювати в «профільній» аудиторії почуття «непримиренності» стосовно супротивника і почуття «тотальної катастрофи» у разі поразки.
- Спростування «ворожих» повідомлень, викриття пропаганди супротивника, розміщення власних «правдивих» даних.

- Закид у групи противника свідомо хибної та фейкової інформації. Найчастіше такі фальшиві матеріали виявляються досить легко і видаляються адміністраторами, але іноді вони отримують відносно широке поширення.

З урахуванням того, що в соціальних мережах є можливість неодноразово реєструватися в різних групах, більшість «бійців» мають представництво в низці «профільних» спільнот, хоча регулярно беруть участь у 2-3 віртуальних «бойових» діях.

Чисельність таких груп буває різною - від кількох сотень людей до сотень тисяч. Проте найчастіше «війна» ведеться у масових групах (від 15 до 300 тисяч користувачів) [27, с. 10].

З урахуванням майже безмежної свободи, що панує в цих групах, емоційність матеріалів набуває крайніх форм. Що ж до модераторів груп, то вони рідко звертають увагу на жорсткі і навіть «непристойні» висловлювання своїх представників на адресу політичних опонентів, зосереджуючись переважно на боротьбі з «тролями» супротивника та розміщенням матеріалів, що становлять пряму військову таємницю. Одночасно жорсткої обструкції піддаються політичні та військові лідери противника, які демонізуються, або висміюються [33, с. 67].

Резюмуючи, слід зазначити, що незважаючи на віртуальний характер своєї діяльності, «дивані війська» відіграють важливу роль в інформаційно-пропагандистському супроводі сучасних політичних та військово-політичних конфліктів, адже мають такі особливості діяльності:

- вони створюють необхідний суспільний фон підтримки для кожної з ворожих сторін та атмосферу «бою» в соцмережах.
- на контрасті з офіційними ЗМІ, вони дозволяють надати війні чи конфлікту «народного» звучання та «людського обличчя», і водночас продемонструвати підтримку влади «знизу».
- «дивані війська» мобілізують прихильників «своєї» сторони, деякі з яких потім переходять до складу «гуманітарних військ» або навіть вступають у реальні бойові підрозділи.

- «дивані війська» побічно впливають на керівництво протиборчих сторін, будучи свого роду «індикатором» суспільних настроїв. Відповідно до реалій XXI століття влада і силовики змушені тією чи іншою мірою прислухатися до «профільної» частини віртуальної аудиторії [34, с. 45].

Висновок до розділу. Отже, результати дослідження даного розділу кваліфікаційної роботи стосуються аналізу впливу соціальних мереж в Україні на ескалацію політичних конфліктів, феноменів функціонування «ботів», «тролінгу», дефініції понять, актуалізації проблеми конфліктогенності, порівнянні українського та зарубіжного досвідів, виділенні особливостей українського Інтернет-простору у контексті російсько-української війни та інших контекстів.

Питання агресії у соціальних мережах та її загострення на тлі гібридних воєн у світі та в Україні є відкритим питанням станом на сьогодні, проблеми Інтернет-агресії, її зростання та поширення відбувається на фоні інформаційних війн і міждержавних конфліктів.

Сучасні експерти та науковці напрацьовують низку сучасних робіт на дану тематику. Зазначений феномен потребує подальшого вивчення, адже Інтернет-вимір конфлікту – частина об'єктивної реальності сучасного світу.

Такі політичні конфлікти як збройний конфлікт на Сході, конфлікт між прибічниками різних етнічних та релігійних груп в Україні, локальні конфлікти в регіонах, конфлікт між прихильниками та неприхильниками вакцинації набувають більш гострих форм, коли їх суб'єкти виходять у мережу Інтернет [35].

Через соціальні мережі сьогодні організовуються мітинги та демонстрації, створюються та ведуть свою діяльність громадські організації, формуються та активно комунікують зі своїми прихильниками нові політичні лідери.

Ситуація помітно змінилася у 2014 році після подій Євромайдану, окупації Криму та початку бойових дій на Донбасі. Адже саме тоді у віртуальному просторі спочатку розгорнулися інтенсивні дискусії, а потім

вибухнула інформаційна війна між прихильниками та противниками «київської весни». Війна між Росією та Україною отримала характеристику «гібридна».

З урахуванням того, що ініціатива інтернет-користувачів «знизу» була підтримана також «зверху», було створено сотні «профільних» груп, які часто об'єднували по кілька сотень тисяч учасників, була задіяна ціла мережа «тролів» та «ботів», відбулася мобілізація так званих диванних військ, що значно вплинуло на ескалацію політичного конфлікту у віртуальному та реальному вимірах.

За даними численних аналітичних звітів з'ясовано, що саме «боти» іноземних замовників працюють у напрямі агресії до чинної української влади, у напрямі проросійського мотиву, у напрямі конкретних регіональних замовників. Це зумовлює появу нових конфліктних ситуацій [68].

Одночасно це є і особливістю розвитку українського суспільства у контексті політичних конфліктів. Незважаючи на те, що Facebook як глобальна соціальна мережа приймає аполітичну позицію (так як для її творців - це перш за все «бізнес-проект, для них політика не представляє інтересу.

Більше того, бажання інвесторів більше заробляти, в тому числі за рахунок просування спонсорованих постів, розмиває алгоритм, коли цікавий матеріал постійно перед очима користувача), на просторах дописів все одно є помітним саме політичний контент, що працює як чинник ескалації політичних конфліктів в Україні.

Однак аналіз показує, що соціальні мережі, в тому числі і «Facebook», стають інструментом в інформаційній війні, передвиборних дебатах і політичних конфліктах.

Яскравими прикладами можуть служити повідомлення користувачів соціальної мережі «Facebook», розміщені в стрічці не тільки для друзів, а й для загального огляду. Агресія і толерантність сучасного суспільства створюють мозаїчний образ акторів соціальної мережі, що проявляється в текстах повідомлень і коментарів.

Як зазначено у результатах даного розділу кваліфікаційної роботи, в українському суспільстві існують конфлікти інтересів, конфлікти цінностей, конфлікти ідентифікації ті інші, відповідно до класифікацій.

Особливістю розвитку конфліктів станом на сьогодні є те, що кожен тип висвітлений у ЗМІ ліцензованими державою медіаторами, а також у неконтрольованій цензурою площині соціальних мереж.

Особливістю Інтернет-площини в Україні є те, що численні дослідження доводять присутність іноземного втручання у соціальні мережі, зокрема пропагандистський характер російської влади та проросійських акторів.

Ескалації конфліктів сприяють дописи у соціальних мережах «Facebook», «Twitter», «Instagram», «Telegram» (за допомогою масових каналів месенджеру) та інших соціальних мереж, що мають локальне визнання. Примітно, що Інтернет-конфлікти розвиваються за допомогою інтернет-ресурсів України, Європи, США, Російської Федерації.

ВИСНОВКИ

Результати проведеного дослідження дають підстави зробити такі висновки:

Сучасний світ який налаштований на швидку передачу та отримання інформації потребує мережі, яка надає такі можливості. На основі опрацьованих джерел виявлено, що питання місця та ролі соціальних мереж у політичних конфліктах, як зарубіжних країн та і України, не має остаточної відповіді, оскільки кожен з дослідників розглядає окремий аспект соціальних мереж як інструменту політичних конфліктів.

Оцінка місця та ролі соціальних мереж у політичних конфліктах також є неоднозначною, а відповіді на питання характеру впливу соціальних мереж на громадян та владу країни, що перебуває у стані політичного конфлікту також залишається неоднозначною.

Наприклад, А. Годес вважає, що соціальні мережі є необхідністю у питанні швидкої передачі інформації, однак зауважує, що вони все ще не є підконтрольними будь-якій владі, тож можуть негативно впливати як на окремих індивідів, так і на перебіг конфлікту в цілому.

У кваліфікаційній роботі зроблено спробу розглянути проблему як з теоретичного боку, так і з практичного. Проаналізовано роль та особливості соціальних мереж у таких політичних конфліктах : події Арабської Весни, війна у Сирії, геноцид рохінджа, протести в Судані, протести у Єгипті, події Нагірного Карабаху та події Майдану і конфлікти на Сході України.

Зазначені політичні конфлікти були розглянуті в хронологічному порядку задля демонстрації збільшення ролі та місця соціальних мереж у перебігу конфліктних ситуацій в країнах.

Дослідники виділяють такі два найголовніших чинника розповсюдження політичних конфліктів через соціальні мережі:

- Інформація розповсюджується у режимі реального часу, дуже швидко та масштабніше, аніж друковані видання
- Пропаганда має великий ефект, а інструментів для перевірки правдивості не вистачає, контролю над інформацією не існує

У другому розділі виявлено специфіку використання соціальних мереж як інструменту політичних конфліктів на досвіді зарубіжних країн.

Сучасні реалії набувають глобального мережевого характеру, що амбівалентно позначається на розвитку цивілізаційних та суспільних відносин.

З одного боку, соціальні мережі відкривають нові можливості для взаємодії людей, які мешкають у різних країнах, з іншого боку, вони можуть бути використані для проведення політики ексклюзії на глобальному рівні, що об'єктивно виробляє нові ризики та вразливі місця.

Реакція користувачів у соціальних мережах може провокувати військово-політичні конфлікти і навіть війни. Мережі набувають якості нового та високоефективного виду зброї, призначеного для руйнування та знищення найбільш пріоритетних політичних цілей.

Для політичних акторів соціальні мережі становлять інтерес з точки зору можливості здійснювати політичну та агітаційно-пропагандистську діяльність, що містить механізми зворотного зв'язку, які демонструють успішність функціонування мережевої політичної комунікації.

Соціальні мережі привертають увагу політиків як інструмент політичного маніпулювання, який на сьогоднішній день є головним чинником трансформації соціальної реальності і політичного процесу.

Медіа є своєрідною зброєю масового ураження. Реальні чи віртуальні організовані групи інтернет-користувачів можуть займатися формуванням громадської думки у певному напрямку та маніпуляціями громадською думкою в Інтернеті, діючи під чийось керівництвом, шляхом створення тем

та повідомлень на інтернет-форумах, постів та коментарів у блогах та соціальних мережах. Все це робить соціальні мережі інструментом розпалювання та підтримки політичних конфліктів у світі.

Саме під час Арабської весни виник нестримний оптимізм щодо ролі соціальних медіа для позитивних політичних змін та розширення можливостей демократії. Люди говорили про соціальні мережі як про інструменти цифрової демократії і навіть називали це «технологією звільнення».

У цьому всі переконалися, коли світом пройшла серія революцій у східних країнах: Тунісі, Єгипті, Лівії. Під час організацій акцій протесту та демонстрацій незадоволені владою місцеві жителі активно використовували саме соціальні мережі.

У конфліктних зонах, платформи соціальних медіа використовувалися військовими та ополченцями з усіх сторін суперечок для вербування бойовиків, а також для з'ясування та загострення політичних та етнічних розбіжностей. Опоненти використовують інформацію, знайдену в соціальних мережах, щоб знайти і атакувати супротивників. Таке використання, як правило, посилює конфлікт.

У сучасному світі соціальні мережі та нові медіа стали ключовим елементом інформаційних воєн, без яких сьогодні не обходиться жоден політичний конфлікт.

У контексті інформаційних воєн соціальні мережі не є причиною народних заворушень – вони можуть бути лише ефективним інструментом. Будучи таким засобом, нові медіа перетворилися на небезпечну зброю, яка потребує підвищеного контролю з боку держави за інформаційним потоком, що проходить через соціальні мережі.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи відповідно до поставленого завдання досліджено вплив соціальних мереж в Україні на ескалацію політичних конфліктів. Проаналізовано помітний вплив функціонування феноменів «ботів», «тролінгу», «фейків» у російсько-українському конфлікті

на формування громадської думки та нарощення конфліктних настроїв. Завдяки співставленню зарубіжного та українського досвідів, актуалізовано проблеми конфліктогенності соціальних мереж та виділено особливості українського Інтернет-простору, зокрема у контексті російсько-української війни.

Явище розповсюдження агресії у соціальних мережах у контексті гібридних воєн у світі та в Україні є мало дослідженим питанням станом на сьогодні та потребує подальшого вивчення саме у розрізі інформаційної війни та міждержавного конфлікту.

З'ясовано, що в Україні існують такі політичні конфлікти як збройний конфлікт на Сході, конфлікт між прибічниками різних етнічних та релігійних груп, локальні конфлікти в регіонах, конфлікт між прихильниками та неприхильниками вакцинації. Завдяки тому, що суб'єкти конфліктів виходять у віртуальну площину, явище політичного протиріччя набуває нових форм.

На це впливає масовий характер соціальних мереж, можливість анонімності у висловлюваннях, мала ймовірність зустріти опонентів у реальному житті і тд. Завдяки «сіткам» соціальних мереж у політичному житті більшає організованих та мобілізованих мітингів, демонстрацій.

А також соціальні мережі є неконтрольованою та не ліцензованою платформою для комунікації різноманітних громадських організацій, нових політичних лідерів, що можуть мати деструктивні наміри. Дослідники відзначають також те, що політичний дискурс в Україні помітно змінився у 2014 році, після подій «Євромайдану», окупації Російською Федерацією Криму та початку бойових дій на Сході України.

Даний приклад політичного конфлікту сприяв розгортанню у віртуальному просторі нових дискусій, а згодом – «гібридної війни». З'явилося явище «громадянської» журналістики та тимчасово популярні нові соціальні мережі для мобілізації односторонців – такі як Zello чи NaMaidani.

Виявлено також лінгвістичні особливості інтернет-комунікації, що дозволяють впливати на масову свідомість та адресувати потрібні меседжі.

Також, за даними численних аналітичних звітів з'ясовано, що саме «боти» іноземних (російських) замовників працюють у напрямі агресії до чинної української влади, у напрямі проросійського мотиву. Одним із найбільш нових та найбільш показових досліджень є звіт РНБО, при якому функціонує Центр протидії дезінформації. У ньому продемонстровано, що за допомогою соціальних мереж та масових каналів месенджерів соціальних мереж організовано поширюється інформація про деструктивні наслідки вакцинації.

За результатом дослідження кейсу впливу інтернет-ЗМІ на політичні конфлікти в Україні, у Євросоюзі та НАТО ініціювали створення «Центру передового досіду з питань стратегічних комунікацій» (NATO Strategic Communications Centre of Excellence або NATO StratCom COE).

Організація має на меті вироблення механізмів протидії впливам соціальних мереж на політичні конфлікти у спільній координації. Йдеться також про те, що пріоритетом координаційної співпраці є саме протидія гібридній війні на Сході Європи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдуллаев Р. А., Рыхтих М. И. Феномен «сетей поддержки» и влияние на него развития интернет-технологий // Коммуникации и общество. 2014. № 6.
2. Абдуллаева Р.А. АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ НА ЖИЗНЬ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2015. – № 9-3. – С. 542-546; Режим доступа до ресурсу:URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=7369> (дата обращения: 25.10.2021).
3. Акулич М. М. Интернет-троллинг как девиация / Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие. Российская социология сегодня : IV Всерос. социол. конгр., окт. 2012 г. : тезисы докл. Уфа, 2012. С. 1981–1987.
4. Алексеева Т.А., Минеев А.П., Лошкарёв И.Д., Ананьев Б.И. «Квантовый подход» к международным отношениям. М.: Знание Сила, 2018.
5. Аросев Г. В Египте прошли протесты против президента ас-Сиси [Электронный ресурс] / Григорий Аросев. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.dw.com/ru/в-египте-прошли-протесты-против-президента-ас-сиси/a-50524704>.
6. Баландье, Ж. Политическая антропология / Ж. Баландье. - М.: Научный мир, 2001 - 204с.
7. Бебик В.М. Політологія для політика і громадянина : [монографія] / В. М. Бебик; Міжрегіон. акад. упр. персоналом. – Київ: МАУП, 2004. – 421с.
8. Борьба за соцсети в Судане [Электронный ресурс]. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://tjournal.ru/analysis/105846-borba-za-socseti-v-sudane-poteryat-pravo-na-svobodnyu-internet-i-za-mesyac-otvoevat-ego-obratno>.
9. В Египте арестовано более трех тысяч участников антиправительственных протестов [Электронный ресурс] // Новости ООН. – 2019. – Режим доступа до ресурсу: <https://news.un.org/ru/story/2019/10/1365881>.
10. Василик М.А., Вершинин М.С. Именной словарь-справочник политических деятелей [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.politike.ru/dictionary/283>

11. Васильев, Л.С. История Востока / Л. С. Васильев. в 2х т. Т.1:Учеб. по спец. «История» - М.: Высш. шк., 1998. - 495с.
12. Вершинин М.С. Конфликтология: конспект лекций / М.С. Вершинин [и др.]. - СПб., 2000. - С. 19.
13. Вимір історією, інтерв'ю, виступи, статті / В. Литвин. — Київ: Альтернативи, 2002. — С. 626
14. Гасанова М.М. Социальные сети в политике // Вестник Саратовского Государственного Социально-Экономического Университета. No 5 (59). Саратов, 2015. С. 215-218.
15. Гордієнко М. Г. Політичний конфлікт як спосіб існування соціуму /М. Г. Гордієнко // Наукові записки інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України. – К., 2008. – Вип. 41. – (підсерія «Курасівські читання»). – С. 11–20.
16. Директор ЦРУ о социальных СМИ и угрозе терроризма. // <https://www.golos-ameriki.ru/a/2679442.html>
17. Журбенко К. В. Нові медіа як об'єкт соціологічного вивчення / К. В. Журбенко. – 2016. – №7. – С. 90–95.
18. Заболотня Т.М., Бартков'як А.Ю. Програмна бібліотека методів аналізу тональності відгуків Інтернет-користувачів // «Informatics and Computer Technics Problems». Тези доповідей. – Чернівці. 21-24 травня 2020. – С. 85-87.
19. Закусило М. Хто відповідальний за нові медіа? [Електронний ресурс] / М. Закусило // ТелеКритика. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: <http://ru.telekritika.ua/internet/2009-09-08/47760>.
20. Засурский И.И. Массмедиа второй республики. М.: Изд-во Московского университета, 1999. С. 87.
21. Зражевська, Н. І. Комунікаційні технології. Курс лекцій. — Черкаси: Брама-Україна, 2010.
22. Зінченко О. В. Психологічна характеристика інтернет-тролінгу і флейму в підлітковому віці. Вісн. Чернігів. нац. пед. ун-ту. Вип. 103. Т. 1. Серія: Психологічні науки. 2012.
23. Иванов Д. В. Виртуализация общества / Д. В. Иванов – Санкт-Петербург: «Петербургское Востоковедение», 2000. С. 130
24. Каминченко Д. И. «Новые» средства массовой информации и социальные медиа как субъект политического процесса : дис. канд. політ. наук : 23.00.02. – Пол / Каминченко Дмитрий Игоревич – Н. Новгород, 2015.
25. Кастельс М. Информационное эпоха: экономика, общество, культура. М.: Изд-во Высшей школы экономики, 2000. С. 26

26. Козырев Г.И. Политическая конфликтология / Г.И. Козырев. - М., 2008. - С. 40-41.
27. Конфликт: сущность и особенности его проявления / В. Сперанский // Соц."полит. журн. — 1993. — №5. — С. 155.
28. Конфліктологія / За ред., проф. Л. Герасіної та М. Панова. — Харків: Право, 2002. — С. 112—113.
29. Костюк Б. Соціальні мережі – місце маніпуляцій суспільною свідомістю [Електронний ресурс] / Богдана Костюк // Радіо свобода. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28856229.html>.
30. Ксенофобия в современном мире / под ред. В.А. Ачкасова, Д.З. Мутагирова. – СПб., 2008. – 132 с. 11. Малик К. Общины против общества в Европе. [Электронный ресурс] / К. Малик. – Режим доступа: <http://globalaffairs.ru/number/Krakh-multikulturalizma-17450>
31. Ланцов С.А. Политическая конфликтология / С.А. Ланцов - СПб., 2008. - С. 15.
32. Мартынов К. От slackтивизма к республике: почему интернет революции становятся реальностью. ЛОГОС №2 (86) 2012
33. Массовая культура как феномен постиндустриального общества / А. В. Костина. – 2015. – С. 352
34. Мирошниченко Б. Технології протесту. Як через месенджери і соцмережі борються з диктаторами і запускають світові революції [Електронний ресурс] / Мирошниченко Б.//Українська правда– 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2020/08/27/7264300/>
35. Онищенко О. С. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : монографія /О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін.; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.
36. Патюк, С. В. Соціальна мережа: поняття, історія виникнення, сучасний стан справ / С. В. Патюк, Е. В. Коврига. - Текст: безпосередній // Юний учений. - 2017. - № 2 (11). - С. 75-77. - URL: <https://moluch.ru/young/archive/11/873/>
37. Политические конфликты и пути их разрешения. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.tula.net/tgpru/resources/politolog/lec14.html>
38. Політична система сучасної України: особливості становлення, тенденції розвитку / Редкол.: Ф. Рудич та ін. — К.: Парламент. вид"во, 1998. — С. 172.
39. Революция и конфликты в жизни общества: модели развития / Г. Соотл. — Таллін: Сокала, 1990. — С. 94.

40. Саморукова О. Маніпулятивні технології у висвітленні зарубіжними ЗМІ ситуації в Україні. Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. Київ, 2017. Вип. 48. С. 494-505. <https://doi.org/10.15407/np.48.494>.
41. Семигин Г. Ю. Антология мировой политической мысли [Электронный ресурс] / Г. Ю. Семигин. – 2013. – Режим доступа до ресурсу: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Sem/index.php.
42. Сирийские "Белые каски" - кто они? [Электронный ресурс] // Euronews. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://ru.euronews.com/2016/10/06/white-helmet-rescuers-fair-game-for-ruthless-syrian-regime-says-founder>.
43. Сирийский рубеж / Под ред.: М. Ю. Шеповаленко. М.: Центр анализа стратегий и технологий, 2016. - 184 с.
44. Системный мониторинг глобальных и региональных рисков: Арабский мир после Арабской весны / Отв.ред. А.В. Коротаев, Л.М. Исаев, А.Р.Шишкина. М.: Ленанд, 2013. С.396.
45. Соціальні конфлікти в Україні: потенціал, сфери розгортання, проблеми розв'язання (громадська думка молоді) / В. Перебенесюк. — 1994. — Вип. 31. — С. 6.
46. Тихонова С.В. Социальные сети: проблемы социализации интернета // Полис. Политические исследования. 2016. № 3. – С.138-152
47. Україна в процесах міжнародної інтеграції / за ред. В.Р. Сіденка. – Х.: Форт, 2003. – 133 с.
48. Україна у глобальному світі: наслідки і перспективи / Л. Шипілова // Матеріали круглого столу "Забезпечення національної безпеки України в умовах глобальних та регіональних невизначеностей" (Київ, 6.03.2012 р.) — С. 55—57.
49. Хабермас Ю. Европейское национальное государство: его достижения и пределы. О прошлом и будущем суверенитета и гражданства. – Нации и национализм / Ю. Хабермас. – М.: Праксис, 2002. – С. 364–380.
50. Хантингтон С. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности / С. Хантингтон. – М.: Изд-во АСТ, 2008. – 637 с. 18.
51. Хессли В.Л. Возрождение национализма и дезинтеграция государств / В.Л. Хессли // Полис. – 1996. – № 6. – С. 44–46.
52. Черных А. И. Мир современных медиа / Алла Ивановна Черных. – Москва: Территория будущего, 2007. – 312 с. – (Университетская библиотека).
53. Эйзенштадт, Ш. Революция и преобразование обществ. Сравнительное изучение цивилизаций / Ш. Эйзенштадт. - М.: Аспект Пресс, 1999. - 416с.

54. APPLEBAUM, A. (2015). «Mark Zuckerberg should spend \$45 billion on undoing Facebook's damage to democracies». The Washington Post (10/12/2015).

55. Admission of Azerbaijan to the League of Nations, Memorandum by the Secretary-General (November 1920, 20/48/108).

56. Arpagian N. Internet et les réseaux sociaux : outils de contestation et vecteurs d'influence ? / Nicolas Arpagian. – №78. – 2010- C.97. <https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2010-2-page-97.htm>

57. Bernasconi O. Political Technologies of Memory: Uses and Appropriations of Artefacts that Register and Denounce State Violence / O. Bernasconi, E. Lira, M. Ruiz. // International Journal of Transitional Justice. – 2019. – C. Pages 29.

58. Bimber B. The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism // Polity. 1998. Vol. XXXI. No. 1. P. 133-160

59. Comunello F. Will the Revolution be Tweeted? A Conceptual Framework for Understanding the Social Media and the Arab Spring, in: Islam and Christian Muslim Relations / Francesca Comunello., 2012. – 463 c.

60. Diamond, L, Plattner M “Liberation technology”, Journal of Democracy 21: — 2020— p.83

61. Donath J. S. Identity and deception in the virtual community / Communities in Cyberspace / ed. by Peter Kollock, Marc A. Smith. London : Routledge, 1996. p. 19.

62. ENGUIX, S. (2015). Periodismo político: fundamentos, práctica, perspectivas. Bellaterra, Barcelona, Castelló y València: UAB – UJI – UPF – UV.

63. «Global social media research summary 2017: [Smart Insights] ». – Режим доступа: <https://www.smartinsights.com/social-media-marketing/socialmedia-strategy/new-global-social-media-research/>.

64. GMF digital session: How media and politics influence each another [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.dw.com/en/gmf-digital-session-how-media-and-politics-influence-each-another/a-55409722>.

65. Golbeck J. The Twitter mute button: A Web filtering challenge. Proceedings of the 30th International conference on human factors in computing systems. May 5-10. (Austin, Texas, USA). 2012. pp. 2755-2758.

66. Hardaker C. Trolling in asynchronous computer-mediated communication: from user discussions to academic definitions. URL: <https://clock.uclan.ac.uk/4980/2/Hardaker,%20C.%202010.%20Trolling%20in%20ACMC.pdf>.

67. Howard P. and Hussain M. Democracy's fourth wave? Digital and the Arab Spring? Oxford University Press 2013. - 145 pages
68. JAZEERA A. Palestinians in Gaza call to save seven hunger-striking prisoners [Электронный ресурс] / A. JAZEERA – Режим доступа до ресурсу: <https://www.aljazeera.com/news/2021/10/25/palestinians-in-gaza-call-to-save-seven-hunger-strike-prisoners>
69. Joint Framework on countering hybrid threats – European Union response : Joint communication to the European Parliament and the Council, JOIN (2016) 18 final. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16201>.
70. Katz J. The Internet, 1995-2000: Access, Civic Involvement, and Social Interaction / J. Katz, R. Rice, P. Aspden. // In American Behavioral Scientist. – 2001. – №45. – С. 405–419.
71. Kneuer M. «Welche Rolle spielen soziale Medien in Protestbewegungen? Forschung zu Internet und Demokratie. Isa Lange Pressestelle. Stiftung Universität Hildesheim» -2016. Режим доступа до ресурсу: <https://idw-online.de/de/news644829>
72. Knop Karin. Social Media. In: Schorb, Bernd/Hartung-Griemberg, Anja/Dallmann, Christine (Hrsg.). – 2017, Grundbegriffe der Medienpädagogik. 6., neu verfasste Auflage. München. Режим доступа до ресурсу: <https://rise-jugendkultur.de/artikel/soziale-medien-und-die-politische-meinungsbildung-jugendlicher/>
73. Kösters R. Medien als Mittler im Konflikt? / Raphael I Kösters. – 2020. – С. 349. Режим доступа до ресурсу: <https://d-nb.info/1203369883/34>
74. Kvit S. The ideology of the Euromaidan [Электронный ресурс] / S. Kvit.- 2018- Режим доступа до ресурсу: <https://journalsmacewan.ca/index.php/shcsjournal/article/view/245/196>.
75. League of Nations, The Records of the First Assembly, The Meetings of the Committees, Fourth Committee, page 173.
76. LikeWar: The Weaponization of Social Media. Singer, P. W., Brooking, Emerson T.
77. Lobo S. Cómo influyen las redes sociales en las elecciones / Sascha Lobo. // Nueva Sociedad. – 2017. Режим доступа до ресурсу: <https://nuso.org/articulo/como-influyen-las-redes-sociales-en-las-elecciones/>
78. MARINIĆ J. Soziale Medien im Nahostkonflikt [Электронный ресурс] / JAGODA MARINIĆ // taz. – 2021. – Режим доступа до ресурсу: <https://taz.de/Soziale-Medien-im-Nahostkonflikt/!5767731/>
79. NATO STRATCOM. URL: <https://www.stratcomcoe.org/>.
80. Needleman S. Social Media Becomes Battleground Over Days of Street Protests [Электронный ресурс] / S. Needleman, S. Herrera // The Wall Street

Journal. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.wsj.com/articles/social-media-becomes-battleground-over-days-of-street-protests-11591018647>

81. Pour Léo Sheer, la sphère virtuelle permet de faire rejaillir la démocratie directe dès lors qu'elle court-circuite les schémas traditionnels de la démocratie représentative. V. L. Sheer, *La démocratie virtuelle*, Flammarion, 1994.

82. Rhynard-Geil M. REPORT: The Weaponization Of Social Media [Электронный ресурс] / M. Rhynard-Geil, L. Inks. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://adaptpeacebuilding.org/newsfeed/2019/12/20/the-weaponization-of-social-media>.

83. Shaw A. Role of Social Media in Social Mobilization (with Special Reference to Shahbag and Hakkolorob Movements) // *Global Media Journal – Indian Edition* [online]. 2016. Vol. 7 (1).

84. What role does the media play in resolving violent conflict? [Электронный ресурс] // LUDWIG-MAXIMILIANS-UNIVERSITAET MUENCHEN. – 2016. – Режим доступа до ресурсу: <https://cordis.europa.eu/article/id/203940-what-role-does-the-media-play-in-resolving-violent-conflict>

85. Zehetmair H. Wie verändern Internet und soziale Medien die Politik? / Hans Zehetmair. // Hubertus Klingsbögl. – 2013. – С. 171. Режим доступа до ресурсу: https://www.hss.de/download/publications/130911_Foerderpreis_Politische_Publizistik_Publ_komprimiert.pdf

86. Zeitzoff T. Tweets Of Contention: How Social Media Is Changing Political Conflict [Электронный ресурс] / Thomas Zeitzoff. – 2017. – Режим доступа до ресурсу: <https://politicalviolenceatagance.org/2017/08/30/tweets-of-contention-how-social-media-is-changing-political-conflict/>.