

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»**

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНИХ НАУК І СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

КАФЕДРА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

освітній рівень – бакалавр

на тему: **«Соціальні мережі як спосіб самоорганізації суспільства під час
війни Росії проти України»**

Виконала:

Студентка 4 року навчання

Спеціальності 291 «Міжнародні відносини,
суспільні комунікації та регіональні студії»

Пономарьова Анастасія Владиславівна

Керівник

Купка Олександр Васильович

старший викладач

КИЇВ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
HYPERLINK \I "_Тoc136820300" ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ НА САМООРГАНІЗАЦІЮ ГРОМАДЯН.8	
1.1 Механізми взаємодії між соціальними мережами та політичними процесами	8
1.2. Взаємодія між користувачами соціальних мереж та формування громадської думки	13
1.3 Використання соціальних мереж політичними партіями та кандидатами у виборах	15
HYPERLINK \I "_Тoc136820304" АНАЛІЗ ОСОБЛИВОСТЕЙ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ, ПРОДОВЖЕНОЇ РОСІЙСЬКОЮ ФЕДЕРАЦІЄЮ ПРОТИ УКРАЇНИ	
18	
2.1. Відмінності інформаційної війни та впливу на самоорганізацію людей у 2014 та 2022 роках.....	18
2.2. Особливості ведення Росією інформаційної війни проти України після 24 лютого 2022 року.	20
2.3 Роль платформ соціальних медіа у війні Росії проти України.....	26
HYPERLINK \I "_Тoc136820308" ПРОБЛЕМАТИКА ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПЛИВУ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ЯК ЕФЕКТИВНОГО ІНСТРУМЕНТУ САМООРГАНІЗАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ.....	
30	
3.1 Масштабність та швидкість розповсюдження пропаганди та фейкової інформації	30
3.2 Самоорганізація українського суспільства: від Євромайдану до повномасштабної війни	36
3.3 Перспективи використання соціальних мереж як інструменту для організації гуманітарної допомоги та підтримки військових дій в Україні	40
ВИСНОВКИ	44
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	45
АНОТАЦІЯ.....	51

ВСТУП

У сучасному світі велику увагу привертає розвиток та масштабність війни Росії проти України, яка розгортається та розголошується в Інтернеті. Це продемонструвало, як соціальні медіа змінюють спосіб репортажів про війну, досвіду та правильного розуміння війни для багатьох людей. Публікації в соціальних мережах перетворилися на ключове джерело інформації як для традиційних медіа, так і для збирачів інформації з відкритим кодом. Уряди можуть використовувати соціальні мережі як «інструмент» для досягнення військових цілей. Однією з цілей є зробити так, щоб світ отримував інформацію про Україну безпосередньо від України. Платформи пояснюють блокування контенту, пов'язаного з війною Росії, насамперед порушенням стандартів спільноти. Алгоритми соцмереж все частіше позначають контент українських користувачів як «делікатний» (наприклад, фотографії тіл цивільних або військовослужбовців). Водночас оприлюднення такої інформації допомагає документувати наслідки воєнних злочинів, підвищувати обізнаність світової спільноти, сприяє наданню міжнародної фінансової, гуманітарної, правової та військової допомоги Україні. Використання ключових слів, які заборонені стандартами спільноти, незалежно від їх цінності, актуальності чи значущості, є основною причиною блокування публікацій у соціальних мережах. Соціальні медіа також повинні враховувати контекст кожного окремого випадку. Ключові слова: соціальні медіа, стандарти спільноти, контент, модерація, мова ворожнечі, делікатний контент, блокування. Будучи дуже потужним інструментом формування громадської думки, з початком військової агресії Росії проти України у 2022 році, алгоритми соцмережі почали жорстко обмежувати контент про російсько-українську війну та блокувати акаунти громадських активістів, які розголошували військові злочини російської армії на території України. Тобто платформа не стала нейтральним посередником у масовій комунікації та почала частіше приймати упереджені рішення. Соцмережі блокують проукраїнський контент, посиляючись на стандарти спільноти, які гарантують захист безпеки та психологічного здоров'я користувачів мережі від насильства та

злочинної діяльності, а також неприйняттого контенту. У сучасному світі, Інтернет є комунікаційним середовищем зі своїми специфічними характеристиками, і про важливість цього каналу комунікації можна говорити за ступенем його розвитку, популярності та поширеності. Питання впливу Інтернету на сучасні політичні процеси набуває все більшої актуальності в науковому дискурсі у зв'язку з неабияким зростанням комунікативної ролі соціальних мереж, створення умов для розширення соціального простору для вільних, незалежних дискусій громадськості, соціальних груп і представників громади та відкритого діалогу владних інституцій у всіх аспектах суспільно-політичного життя. Інтернет і соціальні мережі – це не просто засіб масової комунікації, а певне комунікаційне середовище, яке діє за власними законами, утворюючи автономну спільноту людей, які не стикаються у фізичній реальності, а тісно взаємодіють у віртуальній реальності.

Безсумнівно, усе це відіграє важливу роль у політичному процесі, оскільки громадяни все більше інтегруються в соціальні мережі, через що такі середовища починають служити засобами поширення політичних повідомлень. Інтернет – це унікальна соціальна сфера, яка сприяє участі різноманітних груп людей у політичних процесах. У контексті сучасних конфліктів, а саме війна Росії проти України, соціальні мережі відіграють велику роль у формуванні громадського діалогу, мобілізації та поширенні інформації. Дослідження впливу соціальних мереж під час війни Росії проти України має важливе значення для розуміння взаємозв'язку між суспільними процесами, конфліктом та впливом цифрових технологій, в чому і полягає **актуальність дослідження**.

Політична комунікація в сучасному світі є багатовимірним процесом, який розвивається під впливом багатьох факторів. Становлення демократичних інститутів, становлення структур громадянського суспільства, трансформація політичних інститутів призвели до змін у формах політичної участі. Сучасний інформаційно насичений світ вимагає поглибленого аналізу феномену соціальних мереж як неодмінного атрибута сучасності.

В інформаційному суспільстві соціальні мережі стають важливим інструментом, який широко використовується державними органами влади, політичними партіями, політичними лідерами та представниками громадянського суспільства для своєї користі. Сьогодні соціальні мережі торкаються практично всіх етапів і аспектів політичної комунікації, зокрема: виборчих кампаній, управління державою, вирішення соціально-економічних проблем, завдяки використанню соціальних мереж, мобілізації та координації масової політичної діяльності, організації та здійснювання протестних рухів, формувати громадську думку, ставати місцем громадянського дискурсу. З огляду на це, головне **проблемою дослідження** є саме вивчення соціальних мереж як явище, за допомогою якого здійснюється самоорганізація суспільства під час війни Росії проти України.

Тому головна **мета** цієї роботи- виявити вплив соціальних мереж, як інструмент самоорганізації суспільства під час війни Росії проти України з акцентом на визначення їх ролі у формуванні громадського діалогу, мобілізації та сприяння розповсюдженню інформації, а також обґрунтувати наслідки цього явища на суспільний контекст.

Для досягнення цієї мети були поставлені наступні **завдання**:

1. Проаналізувати роль соціальних мереж у самоорганізації суспільства під час війни.
2. Дослідити вплив соціальних мереж на формування громадського діалогу та мобілізацію суспільства.
3. Вивчити наслідки використання соціальних мереж у контексті війни Росії проти України.
4. Проаналізувати роль інформаційного поширення та дезінформації через соціальні мережі під час конфлікту.

Таким чином, робота покликана відповісти на **дослідницьке питання**: Які роль та наслідки використання соціальних мереж у самоорганізації суспільства під час війни Росії проти України?

Об'єктом дослідження є безпосередньо соціальні мережі, а **предметом дослідження** є використання соціальних мереж як інструменту самоорганізації суспільства під час війни Росії проти України.

Саме дослідження цієї теми для мене є цікавим та актуальним, адже саме через акаунти в соцмережах почалася революція Гідності у 2013 році і люди почули інформацію, яка змінила геополітичний напрямок країни. Саме події тієї революції наглядно показали як одна публікація у соціальній мережі може об'єднати мільйони людей у боротьбі за ідею.

Основною рушійною силою в цьому питанні виступає можливість соцмережі швидко подавати інформацію, що, у свою чергу, призводить до об'єднання та групування людей над проблемою.

У дослідженні використано наступні **джерела**: наукові статті, академічні дослідження, звіти організацій, аналітичні звіти, джерела ЗМІ та первинні дані, зокрема інформацію, поширену в соціальних мережах під час російсько-українського конфлікту. Різноманітні теорії та формулювання інформаційної війни в мережових ЗМІ стали Т. Борзеля, Б. Веллмана, А. Слоттера, Г. Бойко, Г. Почепцов, А. Близнюк, Т. Галич, О. Гвоздик і багатьох інших.

Методологічною основою дослідження є принципи та методи системного та соціологічного аналізу, узагальнення даних науково-методичної літератури. У процесі визначення типу та характеристик впливу соціальних мереж на громадян використовуються емпіричні дані, тобто спостереження та детальні описи. Також застосовуються теоретичні методи, аспекти яких включають: дедуктивний, індуктивний та узагальнення. На закінчення також використовуються контент-аналіз і контент-моніторинг.

Хронологічні рамки цього дослідження буде охоплювати період з початку конфлікту між Росією та Україною і до сучасного часу.

Структура мого дослідження складається зі вступу, трьох розділів, підсумків кожного розділу, висновків, анотації та списку використаних джерел. У вступі описані проблема роботи, дослідницьке питання, головна мета та завдання,

об'єкт та предмет дослідження, а також вказана актуальність роботи. Основна частина складається з наступних розділів:

Перший розділ описує теоретичні засади дослідження та представляє використану термінологію.

У другому розділі надається безпосередньо аналіз особливостей інформаційної війни під час війни, та звертається увага на особливості ведення Росією інформаційної війни.

У третьому розділі досліджується проблематика та перспективи впливу соціальних мереж на самоорганізацію населення, з особливою увагою на масштабність та швидкість розповсюдження пропаганди та фейкової інформації зі сторони Росії.

I. Теоретичні аспекти впливу соціальних мереж на самоорганізацію громадян.

1.1. Механізми взаємодії між соціальними мережами та політичними процесами.

Соціальні медіа — це веб-сайти та програми, які допомагають людям спілкуватися один з одним, брати участь, обмінюватися інформацією та працювати разом. Люди користуються соціальними мережами, щоб бути у постійному контакті зі своїми друзями, родиною та сусідами. Соціальні медіа — це комп'ютерна технологія, яка дозволяє людям ділитися ідеями, думками та інформацією через онлайн-мережі та спільноти. Люди використовують веб-програмне забезпечення або програми на комп'ютері, планшеті чи телефоні, щоб залишатися активними у соціальних мережах. Соціальні медіа в Інтернеті спрощують швидкий і електронний обмін особистою інформацією, документами, фільмами та фотографіями. Незважаючи на те, що люди часто користуються соціальними мережами в США та Європі, найбільше ними користуються країни Азії, наприклад Індонезія. [1]

У соціальних мережах є багато різних способів використання технологій. Уряди та політики використовують соціальні медіа для спілкування з виборцями та людьми у своїй місцевості. Це включає в себе обмін фотографіями, ведення блогів, соціальні ігри, соціальні мережі, обмін відео, ділові мережі, віртуальні світи тощо.

Соціальні мережі - це найважливіше, що потрібно для бізнесу. Компанії використовують платформу, щоб знаходити клієнтів і спілкуватися з ними, збільшувати продажі за допомогою реклами та просування, стежити за споживчими тенденціями, а також допомагати або піклуватися про клієнтів. Соціальні мережі дуже важливі, коли йдеться про допомогу бізнесу. Це полегшує підключення клієнтів і дозволяє сайтам електронної комерції додавати соціальні функції.[2] Це полегшує зосередження на маркетингу та дослідженні ринку, оскільки може збирати дані. Це допомагає продавати продукти та послуги, полегшуючи надання знижок і купонів потенційним клієнтам у потрібний час і в

потрібному місці. Програми лояльності, які працюють із соціальними мережами, також можуть полегшити налагодження стосунків із клієнтами.

У « Технології та демократія: розуміння впливу онлайн-технологій на політичну поведінку та прийняття рішень »[1] міжнародна група експертів використовує поведінковий науковий підхід для дослідження впливу онлайн-платформ на політичну поведінку. У звіті визначено ключові «точки тиску»: виклики, які виникають, коли ми взаємодіємо політично на онлайн-платформах, які не підлягають значному громадському контролю чи демократичному врядуванню.

Співкоординатор, провідний автор звіту, професор Стефан Левандовскі, каже: «Основні компоненти людської поведінки керуються відносно стабільними принципами, які залишаються в основному статичними, навіть якщо технологічне середовище швидко змінюється. За відсутності поведінкових роздумів політики можуть відчувати, що вони постійно наздоганяють технологічний прогрес. Цей звіт має на меті допомогти політикам відновити ініціативу».

Отже, розберемо більш детально виклики в цифровому світі: чотири ключові точки тиску.

Першим пунктом тиску, визначеним у звіті, є «attention economy». Коли ми в Інтернеті, наша увага та залученість продаються як продукти рекламодавцям. Приватні організації, які керують онлайн-сервісами, якими ми користуємося, навчилися привертати та утримувати цю увагу до такої міри, що наші політичні погляди та дії можуть формуватися, не усвідомлюючи, що стоїть за цим впливом. Наприклад, YouTube стверджує, що їхній алгоритм рекомендації відео, який автоматично вибирає відео, які, на його думку, зацікавлять користувача, відповідає за 70% часу перегляду на сайті. Також є докази того, що рекомендації YouTube залучають глядачів до все більш екстремістського контенту. Алгоритм Facebook, аналізуючи лише 300 лайків, може передбачити особистість користувача з більшою точністю, ніж його власний чоловік. Це викликає занепокоєння з приводу «мікротаргетингу»: дуже персоналізована реклама, спрямована на користувачів на основі їхніх особистих якостей. Якщо використовувати його в політичних цілях,

мікронацілювання має значний потенціал для підриву демократичного дискурсу — основи демократичного вибору.

Друга точка тиску – це «choice architectures». Платформи соціальних медіа використовують кілька поведінкових методів, щоб заохотити людей постійно взаємодіяти та ділитися, з налаштуваннями та параметрами, які значно ускладнюють вихід з платформи, ніж реєстрацію на ній. Інтернет-користувачі зазвичай не знайомі з тим, які дані вони створюють і надають іншим, а також як ці дані збираються та зберігаються, коли вони виконують основні завдання в Інтернеті.

По-третє, є «algorithmic content curation». Алгоритми, які сортують і відбирають інформацію, яку ми бачимо в Інтернеті, настільки складні, що навіть їхнім розробникам важко їх пояснити. Це створює очевидні проблеми для прозорості та підзвітності. Це особливо проблематично, оскільки ці алгоритми можуть сприяти полярному дискурсу або заважати нам отримувати певну інформацію. На таких платформах, як Twitter, Reddit і Facebook, алгоритми віддають пріоритет вмісту, який має або очікується, що він буде мати високий рівень залучення. Ризик полягає в надмірному впливі поляризаційного та суперечливого контенту та недостатньому впливі на менш емоційний, але більш інформативний контент.

Останньою визначеною точкою тиску є «misinformation and disinformation». Нещодавнє опитування Євробарометра в усіх країнах ЄС показало, що більше половини населення кажуть, що стикаються з фейковими новинами в Інтернеті принаймні раз на тиждень. Поведінкова наука показує, що люди мають схильність орієнтуватися на негативні новини. У поєднанні з алгоритмами, які просувають вміст із високим рівнем залучення, онлайн-платформи можуть легко розширити охоплення неправдивої та оманливої інформації. Це особливо занепокоєння, коли неправдива та оманлива інформація може визначити політичний порядок денний, стимулювати екстремізм і, зрештою, призвести до світу «постправди», в якому факти мають менший вплив на формування громадської думки, ніж емоції та особисті переконання.

У звіті представлені ідеї поведінкової науки для політиків, які можна застосувати в кількох сферах, від боротьби з дезінформацією до захисту виборчих процесів і сприяння публічному обговоренню. Конкретні дії можуть включати заборону мікротаргетингу для політичної реклами, правила прозорості, щоб користувачі розуміли, як алгоритм використовує їхні дані та з яким ефектом, або вимогу до онлайн-платформ надавати користувачам звіти про те, коли, як і які їхні дані продаються. Автори стверджують, що політики повинні здійснювати такі дії в поєднанні з більш широкими зусиллями щодо змістовної політичної взаємодії з громадянами, щоб зрозуміти їхні різні цінності та перспективи та відновити довіру до політичних інститутів.

Дивлячись у майбутнє, звіт також використовує стратегічне передбачення для визначення можливих майбутніх сценаріїв для європейського інформаційного простору в 2035 році, щоб допомогти політикам уявити, як вибір, зроблений зараз, може сформувати майбутнє наших суспільств і бути сформованим ним.

З моменту свого створення та популярності соціальні мережі займають дуже важливе місце в житті людей. Адже вони відіграють провідну роль у забезпеченні спілкування між людьми, де б вони не знаходилися. Крім того, завдяки введенню нових функцій, таких як розповсюдження музики, відео, фотографій і документів, соціальна мережа нарешті повністю зарекомендувала себе як найбільш відвідувана сторінка в Інтернеті. Проте, крім позитивних наслідків наявності соціальних мереж, є й негативні. Все це лише невелика частина впливу соціальних мереж, а основний інформаційний вплив, який вони здійснюють, поки досить прихований і таємний від користувачів. Аналізуючи соціальні мережі в контексті інформаційних воєн, дуже важливо звернути увагу на явище психологічного феномену, який робить мережі настільки стабільними та сприятливими для здійснення інформаційно-психологічного впливу, наскільки це можливо. Зокрема, можна виділити одне з основних явищ: явище «Спіраль мовчання» за Е. Ноель-Нойман.[6] Йдеться саме про стадний інстинкт у соціальних мережах, почуття довіри до інформації, розміщеної в мережі, вибір лідерів думок, прагнення до самореалізації чи альтернативних реалій. Ця модель комунікації німецької дослідниці Е. Ноель-

Нойман полягає в тому, що засоби масової інформації можуть маніпулювати громадською думкою, оскільки голос надається тим, хто представляє меншість, і має незалежний аспект придушення та переваги поглядів меншості. Подібне явище ми можемо спостерігати в соціальних мережах, коли автор посту висловлює думку меншості, а інші користувачі, які бажають долучитися до обговорення і почати підтримувати, можливо, думку, яку вони самі ще не усвідомили і не зрозуміли. При обговоренні цієї моделі у контексті російсько-українського конфлікту доречно згадати таке явище, як «стадний інстинкт», яке безпосередньо пояснює та сприяє розумінню феномену «спіралі мовчання». [6]. «Стадний інстинкт» в соцмережах безпосередньо проявляється в тому, що під постом в мережі людина бачить велику кількість активностей або відгуків - коментарів, лайків і пересилання, вони надають цьому посту важливості і значення, тому людина сама приєднається до більшості, коментуючи публікацію. А за відсутності активності, швидше за все проміне і не зверне уваги на такі пости. Те ж саме відбувається з певною груповою діяльністю: людина радше приєднається до групи з тисяч людей, ніж до невеликої групи з кількох десятків членів.

Дуже цікавим феноменом є повна довіра до всієї інформації, яка публікується в мережі. Користувач здебільшого не зосереджується на перевірці отриманої інформації, а зазвичай приймає її як факт. Це ґрунтується на тому факті, що публікація виглядає як популярна група з великою аудиторією. У зв'язку з цим варто звернути увагу на те, як продукуються ці «лідери думок». Користувачі беззаперечно довіряють їм і навіть іноді вважають їхню думку більш надійним і релевантним джерелом з певних питань, ігноруючи той факт, що вони можуть не бути експертами в цій галузі. За допомогою цих «лідерів думок» держави чи компанії можуть забезпечити лояльність користувачів до них або переконати користувачів прийняти їхні власні ідеї, нав'язуючи їм і суспільству свою точку зору на певні важливі події та явища в різних сферах діяльності держави. У цьому питанні важливо те, що користувачі хочуть реалізувати себе в мережі, спробувати грати інші ролі або вільно виражати себе, приховані за анонімністю, яку забезпечує мережа.[1]

1.2. Взаємодія між користувачами соціальних мереж та формування громадської думки.

Загалом соціальні мережі в політиці використовувалися для вивчення виникнення коаліцій усередині держав, з особливим акцентом на мобілізації ресурсів і перерозподілі влади, так і створення взаємозалежностей між державами [25,ст. 89]. З часом ярлики помножилися, щоб зобразити різноманітність ситуацій, у яких взаємозалежність між політичними акторами відчувається та керується. Однак застосування реляційного погляду для вивчення політичних трансформацій не відбувалося послідовним чином: схожі ситуації маркувалися по-різному, той самий ярлик застосовувався до різних подій, а основні припущення, що ведуть до вибору Концепція конкретної мережі над іншою рідко розкривається явно [24, ст.260] Гетерогенність використання певним чином ставить під загрозу евристичний потенціал самої ідеї мережі для вивчення політики, і, незважаючи на те, що дослідження, що приймають мережеву точку зору, також помножилися у вивченні політичної динаміки, загальний консенсус щодо того, що мережі означають для політики все ще відсутні [24, ст.261]. Проте неоднорідність ярликів і використання не є повною перешкодою для систематичного огляду різних концептуалізацій мережевої політики.

Фактично, усі застосування концепції соціальної мережі у вивченні політичної динаміки поділяють початкове припущення, що як ієрархічна національна держава, так і ринкові моделі мають серйозні недоліки, які перешкоджають досягненню задовільних результатів. Оскільки вони не є самодостатніми, державам необхідно співпрацювати з іншими суб'єктами та засвоювати знання, отримані в результаті цієї співпраці, у процесах пошуку та формування політики. Це створює загальну ситуацію взаємозалежності між інституційними та неінституційними суб'єктами, якою керують насамперед через встановлення комунікаційних потоків від одного актора до іншого. У цьому сенсі всі застосування концепції мережі до політики можна узагальнити через ідею «комунікаційних мереж», які об'єднують акторів головним чином через обмін повідомленнями в часі та просторі в спробі стабілізувати структури взаємодії поза

хаосом, створеним глобалізованим контекстом [26]. На цій основі ми можемо розрізнити різні типи політичних комунікаційних мереж, спираючись на елементи, які визначають мережі як специфічні форми соціальних організацій, тобто акторів і відносин. Подивившись на те, які політичні актори беруть участь, наскільки вони неоднорідні та чому вони взаємодіють, ми можемо зрозуміти різні застосування концепції мереж у вивченні політики – зокрема, між урядовими мережами, мережами політики та мережами колективних дій.

Урядові мережі складаються з офіційних осіб національних урядів і міжурядових організацій із загальною метою- забезпечити традиційних політичних акторів необхідним глобальним охопленням, якого їм бракує в сучасному глобалізованому політичному середовищі через їхнє залучення та використання гнучких домовленостей для співпраці [27]. Прикладами таких мереж є G-7 або G-8 і G-20, а також Азіатсько-Тихоокеанське економічне співробітництво (АТЕС) або Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР). Насправді ці мережі не є абсолютно новим явищем, але на сучасному етапі їх масштаби та тип зв'язків зазнають безпрецедентного зростання.

Урядові мережі складаються з однорідних вузлів, тобто урядові та міжурядові суб'єкти, яких можна далі диференціювати на основі інтересів, які вони представляють [27]. Крім того, урядові мережі можуть бути горизонтальними (спрямованими на обмін інформацією та передовим досвідом) або вертикальними (у яких повноваження делегуються організації вищого рівня, наприклад, у сфері правосуддя з міжнародними судами). Слотер зазначає, що при мобілізації, «традиційні» політичні актори, урядові мережі реагують на «трилему управління», для якої:

(а) сучасні політичні умови бачать потребу в офіційній регулятивній діяльності на глобальному рівні, але без централізації влади та забезпечення підзвітності між різними політиками механізми,

(b) урядові суб'єкти можуть і повинні взаємодіяти з безліччю неурядових організацій, які стали важливими акторами, але їхня роль в управлінні несе різні та різні обов'язки [27, стор. 12–15]. У цьому контексті урядові мережі пропонують

«гнучкий і відносно швидкий спосіб ведення бізнесу глобального управління, координації та навіть узгодження дій національного уряду, ініціюючи та відстежуючи різні рішення глобальних проблем. Проте вони децентралізовані та розпорошені, вони можуть взаємодіяти з широким колом неурядових організацій, як громадських, так і корпоративних, але їхні обов'язки та кола є набагато ширшими» [27, стор. 11].

Політичні мережі, ймовірно, найпоширеніший термін для опису цілого набору дуже різних процесів, що обертаються навколо трансформацій процесів формування політики. У своїй фундаментальній роботі Марін і Майнц стверджують, що політика працює в мережах «чітко визначених не тільки своєю структурою як міжорганізаційні механізми, але й своєю функцією формування та реалізація політики» [28, стор. 16]. Суб'єкти, залучені до процесів колективного прийняття рішень, можуть мати різну природу, але їхня здатність увійти в мережу залежить від пористості обговорюваної сфери політики (тобто, чим невизначеніша область, тим ширше коло залучених учасників). Оскільки це найпоширеніша назва для зображення зв'язку між соціальними мережами і політики, політичні мережі були переглянуті та класифіковані кількома способами [24, ст.271]. Загалом наявна література вказує на використання цієї концепції для визначення, залежно від конкретних прикладів, структур для посередництва інтересів між акторами; альтернативні структури управління, що кидають виклик рынкам та ієрархіям.

1.3 Використання соціальних мереж політичними партіями та кандидатами у виборах.

Раніше соціальні мережі вважалися інструментом розваги для обміну спілкуванням і відео. Але сьогодні такі соціальні медіа, як Facebook, Twitter, Youtube, My Space і Google, відіграли велику роль у зміні обличчя адміністрації. Арабська весна та революція в Єгипті є прикладами. Вплив цих революцій сьогодні зробив величезні зміни в індійській політиці та активізував участь людей. Він швидко набув значення як платформа для політичної діяльності в її різних формах. Такі соціальні медіа-платформи, як Twitter, Facebook і Youtube, пропонують нові способи заохотити громадян брати участь у політичному житті, де вибори та

виборчі кампанії відіграють центральну роль.[8] У нинішньому сценарії соціальні медіа відіграють ключову роль у виборах. Сьогодні вони дуже популярні у використанні інструментів спілкування з великою кількістю людей, і існує великий простір для внесення змін. Більшість молодих чиновників і держслужбовців користуються інструментом соціальних мереж. Наявність смартфонів сприяє використанню соціальних медіа. Індія є провідною країною за використанням мобільних телефонів. Це допомагає широко об'єднати людей для різноманітних дискусій. Сьогодні комунікаційні технології розвинені й дуже швидко досягають кожного з нас. Соціальні медіа стали майданчиком для обговорення молоддю про ефективне управління. Раніше традиційні медіа стали єдиною платформою для підвищення обізнаності людей щодо виборів, але сьогодні сценарій змінився, і соціальні медіа відіграють вирішальну роль у впливі на людей для динамічної участі у голосуванні. Соціальні мережі мають важливе значення для політиків і політичних партій, оскільки вони дають їм змогу отримати підтримку, заохотити до участі та вести відкритий і постійний діалог. Найважливіше те, що соціальні медіа дозволяють високомотивованим людям легше створити контекст, у якому найменш мотивовані люди можуть бути ефективними без необхідності самим ставати активістами, створюючи середовище, сприятливе для політиків. Нові соціальні медіа та їх громадський і політичний вплив почали трансформувати політичний процес і тактику кампанії. Зараз політики використовують соціальні медіа та Інтернет і, у свою чергу, створюють нову політичну арену. Це має конструктивний вплив на політичну кампанію. Його вплив на сприйняття політичної партії має більший масштаб, ніж політична довіра та релігія. Використання соціальних медіа в політичній діяльності та створенні профілю кандидатів може покращити політичну обізнаність і думку. В індійській виборчій системі соціальні медіа стають важливим засобом у проведенні кампаній. Ці нові форуми ЗМІ можуть відіграти центральну роль у залученні виборців і особливо нового покоління людей. Соціальні медіа допомагають політичним партіям і кандидатам більш ефективно охоплювати велику кількість виборців за дуже короткий час.[5] Соціальні медіа дозволяють політичним партіям і кандидатам

ділитися своїми переконаннями; цілями та досягнення безпосередньо з виборцями, щоб вони відчували себе більш причетними до кампанії. Це дозволяє кандидатам надати своїм прихильникам «закулісне» бачення своєї кампанії та дуже легко відстежувати залучення. Ці нові медіа-форуми також сприяють наближенню до останніх і актуальних ключових цільових груп.

Підсумки

Аналіз цих сегментів виявляє значний вплив соціальних мереж на політичний процес. Вони створюють можливості для обміну інформацією, політичної активності та громадської мобілізації. Дослідження показали, що соціальні мережі мають важливий вплив на формування громадської думки. Вони стимулюють дискусію, спільний діалог та обмін інформацією, що сприяє формуванню та усвідомленню політичних питань. Соціальні мережі стали важливим інструментом участі політичних партій та кандидатів у виборах. Вони використовують соціальні мережі, щоб охопити виборців, поширити думки та спілкуватися з громадськістю.

Таким чином, усі ці розбиття свідчать про значний вплив соціальних мереж на політичні процеси та формування громадської думки. Вони сприяють підвищенню доступності інформації, активного спілкування та взаємодії громадян із політичним процесом.

Однак, варто враховувати можливість появи дезінформації та маніпуляцій, які можуть виникати в соціальних мережах, і потребу в критичному мисленні та розумінні джерел інформації, що і буде розібрано у наступних розділах моєї роботи.

II. Аналіз особливостей інформаційної війни, продовженої Російською Федерацією проти України.

2.1. Відмінності інформаційної війни та впливу на самоорганізацію людей у 2014 та 2022 роках.

У чому головна різниця ведення інформаційної війни у 2014 та 2022 роках? Деякі з головних відмінностей полягають саме у реакції світу на військові операції Росії в Україні в 2014 і 2022 роках. Вони включають більш активні операції впливу з боку Заходу, велику кількість розвідданих з відкритих джерел і російську громадську думку. До окупації Криму добре скоординована багатоплатформна кампанія дезінформації заповнила східну Україну повідомленнями про насильство проти російськомовних. Ці сфабриковані звіти приховували справжні мотиви російської військової окупації та незаконної окупації Криму. Недавній напад Росії на Україну нагтовхнувся на осуд з боку міжнародної спільноти, підкріплений серйозними наслідками у фінансовій сфері. Дезінформаційна кампанія Путіна не змогла переконати українців, світових спостерігачів і навіть його внутрішню аудиторію в тому, що війна Росії в Україні виправдана. Коли Росія почала зосереджувати війська біля кордонів України, адміністрація США змінила свою позицію. Стала популярна думка про російські маневри, переміщення та планування. Воно протиставило військовим маневрам Росії переконливі факти.[17] Традиційно вони рідко представляли свої розвідувальні дані громадськості. Цього разу США доклали зосереджених зусиль, щоб оприлюднити розвідувальні дані про російські плани до того, як вони реалізуються, щоб послабити силу «помилкових прапорів», які створюють привід для вторгнення. США оприлюднили великі подробиці, попереджаючи про операції під фальшивими прапорами та можливі фальшиві змови терористів. Вони майже щодня оцінювали пересування військ і ймовірні плани з вражаючою чіткістю. Це завадило російській тактиці дезінформації досягти своєї мети. Незважаючи на те, що на початку війни російські інформаційні воїни виявилися розхитаними та слабкими в нинішній війні, зазнали жахливої поразки в битві наративів. Безперервний потік поточної інформації, включаючи фотографії та відео, завантажується в соціальні мережі та платформи

обміну миттєвими повідомленнями. Це дало широкій громадськості можливості, безпрецедентного доступу до рідкісних кадрів переміщення військ і транспорту, обладнання та збитків, завданих російськими бомбардуваннями українських міст. Ця необроблена інформація є прикриттям для пропаганди та спотворення інформації. Зростаюча група дослідників відкритого коду координує його з необхідним набором навичок для перевірки та аналізу звітів із зони конфлікту. Коли Путін анексував Крим у 2014 році, його популярність піднялася вище 80 відсотків, що пояснюється «ефектом Криму». Цього разу вторгнення Росії в Україну не підвищило популярності Путіна. [15] Є перші ознаки того, що це послабило його підтримку. Незважаючи на загрозу багаторічного ув'язнення, тисячі росіян вийшли на антивоєнні мітинги по всій країні. Інформаційна війна Росії ведеться через інституційні канали, починаючи від облікових записів у соціальних мережах, телебачення RT (раніше відоме як Russia Today) і закінчуючи Sputnik.

Ці канали були засобом для численних інформаційних кампаній проти західного уряду, що викликало кілька офіційних скарг високого рівня. У минулому російські інформаційні воїни могли поширювати підроблені відео та підроблені фотографії, щоб вселити страх, збентеження або симпатію до порядку денного Росії.

З початку операції багато з цих каналів стверджували, що використовують розвідувальні дані з відкритих джерел. Припускали, що Росія знищить українські комунікації, але цього не сталося. За винятком Донбасу, комунікації залишилися неушкодженими на більшій частині країни. З 2017 року Росія наполегливо працює над контролем того, що росіяни можуть бачити в Інтернеті, блокує засоби розробки контенту, щоб замовкнути веб-сайти, і навіть вимикає онлайн-з'єднання країни з рештою світу. Минулого року Росія надіслала в Google 700 000 запитів на обмеження результатів пошуку, і Google погоджується приблизно на одну п'яту запитів. [16] Вторгнення в Україну супроводжувалося іншими спробами обмежити публічний дискурс і розуміння. Російські ЗМІ заливають глядачів, слухачів і читачів неправдивими повідомленнями про конфлікт та його походження. Солдати,

захоплені під час вторгнення, заявили, що вони вірили, що брали участь у навчаннях. Російські ЗМІ одразу ж звинуватили українських військових у застосуванні важкого озброєння на Донбасі. Підтримані Росією сепаратисти скористалися цією можливістю, щоб евакуювати цивільних осіб, які проживають на контрольованих сепаратистами територіях, до Росії. Однак технології перекреслили плани Росії. Сфабриковані відео були легко виявлені в операціях Росії під фальшивим прапором. Метадані, вбудовані у відео, показали, що файли були записані за два дні до російського вторгнення в Україну. Російські державні ЗМІ тепер зіткнулися з численними фізичними та віртуальними обмеженнями. Росія Сьогодні вважає, що європейські столиці ставлять під сумнів його присутність, накладають санкції та навіть забороняють його трансляцію.

2.2. Особливості ведення Росією інформаційної війни проти України після 24 лютого 2022 року.

У всіх військових конфліктах останнього десятиліття, особливо в Естонії та Грузії за участю Росії, одна річ стала ясною: інформаційна війна передуватиме конфлікту і триватиме під час конфлікту. Конфлікт в Україні, не є винятком. Війна стала контентом, протікаючи на кожній платформі одночасно. До та під час вторгнення Росія використовувала дезінформацію, пропаганду та зловмисну інформацію, щоб впливати та маніпулювати. Соціальні медіа-платформи відіграють велику роль в інформаційній війні. Вони володіють передовими можливостями інформаційної війни, кібервійни, електронної боротьби та розвідки. Російська держава та її збройні сили за останні два десятиліття навчилися вести інформаційну війну. Росія використовувала кібероперації для підриву українського уряду. За кілька тижнів до вторгнення в 2014 і 2022 роках українські солдати зазнали дезінформації, це було створено для сіяння розбрату, безладу і плутанини в разі нападу. Йде постійне змагання за контроль над наративом про те, що відбувається в Україні.

Інформаційна війна складається з трьох компонентів: психологічної війни, електронної війни та кібервійни. Психологічні операції або «Psy Ops» загалом означають тактику формування того, як люди сприймають події та інформацію.

Психологічні операції, спеціально проведені за допомогою електронних та кіберзасобів, зараз проводять як росіяни, так і Захід, включаючи українців у поточний конфлікт. Ця операція проводиться в ЗМІ та соціальних медіа, щоб зміцнити підтримку населення, переконати у симпатії до потенційних союзників і одночасно поширити невпевненість, плутанину та недовіру серед населення противника. Електронна війна намагається порушити, знищити або неправильно направити електронні системи противника, такі як мережі зв'язку та радари. Він включає блокування радіосигналів, дистанційне знищення комп'ютерних схем і підробку сигналів GPS для переривання навігації. Завдяки розширеним можливостям Росії в радіоелектронній боротьбі, її війська можуть знищити Інтернет і стільникові вежі за допомогою різних методів. Росія має історію контролю над електромагнітним спектром, і Росія використовувала системи, які могли перешкоджати прийому сигналу від супутників у східній Україні — такі системи можна використовувати для блокування зв'язку та переривання керування безпілотниками. Електронна війна, як правило, є секретним доменом, і доступної інформації мало.

Російська концепція інформаційних операцій базується на старій радянській військовій концепції під назвою «рефлексивний контроль».[12] Ця доктрина базується на таємному наданні інформації супротивнику – це спрямовує опонента до «засдалегідь визначеного рішення, якого бажає ініціатор дії». Російська концепція інформаційної війни включає «масову психологічну маніпуляцію населенням з метою дестабілізації держави та суспільства». Основними елементами російських систем рефлексивного контролю в Україні були:

1. Операції заперечення та обману з метою приховати чи приховати присутність російських військ в Україні.
2. Приховування цілей і завдань Росії в конфлікті, з метою посіяти страх в одних і дозволити іншим переконати себе в тому, що цілі Росії обмежені і їх можна прийняти.
3. Збереження правдоподібної законності дій Росії шляхом заперечення її участі в конфлікті.

4. Одночасне залякування Заходу з військовою силою у формі перебільшених претензій щодо військової могутності Росії, загроз використання російської ядерної зброї та польотів над повітряним простором країн НАТО та країн, що не входять до НАТО.

5. Розгортання масштабних і складних глобальних зусиль для формування наративу про конфлікт через офіційні та соціальні медіа. Важливість, яку Росія надає інформаційним операціям, робить її «наддержавою психологічної війни».

Росія активно використовує інтернет-ЗМІ. Вона провела кілька одночасних інформаційних операцій проти населення України перед початком наступальних військових дій. Росія використовувала українські групи в соціальних мережах, російських агентів, російські ЗМІ, українські ЗМІ, що перебувають під впливом Росії. Основною метою таких дій є:

1. Деморалізація та дезорганізація політичного керівництва України та українського населення.
2. Провокувати бурхливі протести українських націоналістів.
3. Провокувати недовіру та страх перед українським урядом, особливо серед проросійськи налаштованих українців у районах, які Росія прагне захопити.

Інформаційна операція Росії з деморалізації в Україні базується на кампаніях страху з такими наративами: відверті погрози, що Росія захопить Київ, Харків, Маріуполь та інші важливі українські міста. Також, йдеться мова про неминучість вирішальної перемоги Росії в такій війні. [12]

Росія має чотири різні аудиторії, якими вона прагне маніпулювати щодо вторгнення Росії в Україну. Це внутрішня російська аудиторія, аудиторія в Україні, аудиторія в колишніх радянських республіках і аудиторія в Європі та США. Дії та реакція Росії До вторгнення Росія використовувала дезінформацію, пропаганду та зловживання, щоб впливати на громадську думку та маніпулювати нею — як для внутрішньої аудиторії, так і за кордоном. Перед початком будь-яких військових операцій Росія під час операцій використовує кібератаки, пропаганду та психологічну війну, щоб посіяти розбрат і плутанину серед супротивників Росії.

Росія також провела кілька операцій під «фальшивим прапором» до початку війни. Російські боти копіювали дезінформаційні наративи, збільшуючи їх охоплення та вірусність. Дезінформація відіграватиме значну роль у цьому триваючому конфлікті. Популярний пост може охопити мільйони людей і змінити громадську думку за короткий період. Соціальні медіа-акаунти росіян були переповнені російськими розмовами, пов'язаними з членством у НАТО, «геноцидом» на Донбасі, подіями під фальшивими прапорами та подібними повідомленнями та темами.

Путін демонструє себе як захисник російського православ'я та апелює до традиційних російських культурних, релігійних та етнічних наративів. Деякі з цих наративів підхоплюють високопоставлені медіа та політичні діячі на Заході. Путін діє за тим же шаблоном як і у 2014 році. Росія використовувала наступальні інформаційні операції, включаючи обман і вплив, щоб створити привід для вторгнення в суверенну країну, очевидно, на запрошення місцевих жителів. Росія стала піонером психологічної дислокації, запаморочення сил, масових кампаній дезінформації та повторних заперечень. Розміри операції та нарощування на українському кордоні цього разу ускладнили її. Путін використав алібі захисту російської діаспори в Україні від неіснуючих антиросійських українських «фашистів» як привід для свого вторгнення. Президент Росії намагався зобразити українців як агресорів для внутрішньої та міжнародної аудиторії. Твердження Путіна про те, що російська армія входить на територію України, «щоб захистити людей, які постраждали від геноциду київського режиму», не здобули популярності серед українців чи світової аудиторії. Росіяни намагалися переконати аудиторію, що українські сили чинять звірства на окупованій Росією частині Донбасу. Передбачається, що велика частина підроблених кадрів, які нібито демонструють українські звірства, були орієнтовані на вітчизняну аудиторію. Незабаром після початку бойових дій прихильники обох сторін опублікували фейкові відео успіхів ВПС Росії та України. Відео, на якому український літак збив російський МіГ над українським містом, стало популярним. На іншому відео показано, як російський МіГ уникає шквалу ракет «земля-повітря» — обидва ці відео були з популярної

відеогри Arma 3. Їх швидко видалили з соціальних мереж. На початку російського вторгнення в Україну, з'явився пілот на прізвисько «Привид Києва», який швидко став першим героєм війни. Пілот-винищувач, здавалося, сам збив кілька російських винищувачів. Про це поділився офіційний акаунт України в Twitter. Головне силове відомство України — Служба безпеки України повідомила про це в офіційному Telegram-каналі, на який підписані понад 700 тисяч осіб. Відео з Привидом Києва зібрали понад 9,3 мільйона переглядів у Twitter. Його згадували у багатьох групах у Facebook, у яких налічувалося до 717 мільйонів підписників. На YouTube ролики про українського льотчика набрали 6,5 мільйонів переглядів, а у TikTok ролики з хештегом #ghostofkyiv досягли 200 мільйонів переглядів. Це була комп'ютерна версія симулятора бойового польоту, яку спочатку завантажив користувач YouTube із лише 3000 підписниками. Фото, яке нібито підтверджує існування бойовика, яке поширив Петро Порошенко — экс-президент України, було з допису в Twitter 2019 року, опублікованого Міноборони України. Під час перевірки деякі з найбільш поширених образів та історій українського опору розпалися. Однак багато тих, хто скептично ставився до заяв Росії, справедливо виявляли мінімальну обережність щодо заяв з України, що призвело до хвилі легковірного висвітлення в ЗМІ, яке служить більше для «пропаганди», ніж для просвітлення.

Важливо звернути увагу саме на аспекти пропагандистської війни. Зараз очевидна неспроможність Росії конкурувати в інформаційній сфері. Росія, більш відома як «Суд громадської думки», не змогла отримати наративне домінування після вторгнення. Люди у вільному світі не хочуть вірити обґрунтуванню Путіна для вторгнення — фальшивим погрозам з боку НАТО, історичним образам на Україну та уявним приниженням із боку Заходу. Російська агресія підштовхнула Європу та спровокувала революційний момент: новий, загальноконтинентальний наратив, який Путін не може контролювати.[12] Щоб протистояти пропаганді, необхідно викривати факти пропагандистських ЗМІ, демонструвати відсутність у них фінансової чи операційної незалежності, підкреслювати їхню лояльність до інтересів уряду та ігнорування суспільних інтересів.

Підприємець Tech Uber — Ілон Маск поставив в Україну 47 телекомунікаційних супутників Starlink і вантажівку наземних терміналів, щоб надати їм доступ до Інтернету, навіть якщо росіяни пошкодять обладнання на землі та бездротові канали передачі даних. Маск заявив, що не блокуватиме російські державні ЗМІ на своєму каналі, якщо не буде під дулою зброї. Але потім ці термінали були негайно націлені та заглушені, що змусило Маска перенести пріоритети SpaceX на кіберзахист і подолання глушіння сигналу. За дні до російського вторгнення багато людей думали, що кібератаки та відключення ЗМІ передуватимуть колонам танків, які наблизатимуться, оскільки російські хакери зламали б зв'язок України. [38] Проте ІТ-інфраструктура України залишилася працездатною. Це дозволяє офіційним особам і громадянам України домінувати в глобальному наративі за допомогою зображень збитих винищувачів і розгублених російських солдатів. Варіант поглинання Українських телеком мереж. Росія може зруйнувати комунікаційну інфраструктуру України. Раніше вони показали свою доблесть, зруйнувавши енергетичний сектор України. Чому він не зробив цього досі, залишається лише припущенням, і це могло бути зроблено з наступних причин:

1. Зберігання деяких публічних комунікацій відкритими для власних цілей і процесів прийняття рішень.
2. Покладання на мережу для здійснення атаки.
3. Збереження мереж для прослуховування українських військових та цивільного опору.

Переміщення вищого керівництва можна відстежити. Росія може легко проникнути в українські мережі, оскільки обидві країни використовують схожі технології. До анексії Криму в 2014 році телекомунікаційними провайдерами в Україні були росіяни або російсько-українські бізнесмени. Росія могла скористатися їхньою допомогою для прослуховування цих мереж і створення чорних дверей. Ще до вторгнення, Росія тримала українські телефонні мережі під спостереженням.[32] Представники США скаржилися на витік телефонних розмов між українськими політичними елітами та західними офіційними особами. Згідно

з повідомленням CNN, президент Зеленський використовує захищений супутниковий телефон для спілкування з офіційними особами США.[43] У випадку, якщо Росія захопить контроль над Україною, заволодіти існуючою телекомунікаційною інфраструктурою країни буде надзвичайно важко. Росії доведеться витратити величезні гроші на будівництво абсолютно нових веж і мереж стільникового зв'язку. Президент Росії Володимир Путін, колишній голова КДБ, дуже добре знає переваги підтримки роботи мереж для розвідувальних цілей. Однак припустімо, що вторгнення перетвориться на тривалу боротьбу. У такому випадку стратегічний розрахунок Росії може змінитися, і вона може почати руйнувати телекомунікаційну інфраструктуру або використати спонсорованих державою хакерів, щоб повністю її закрити. У такому випадку це може бути явним знаком того, що росіяни здаються.

2.3 Роль платформ соціальних медіа у війні Росії проти України.

Facebook, який зараз належить материнській компанії Meta, відзначив російський державний медіаконтент як ненадійний. Інші платформи соціальних медіа урізали ці медіа від показу реклами або монетизації їхнього вмісту. Facebook відмовився виконувати наказ Росії від 25 лютого 2022 року припинити перевірку фактів і маркування контенту, який державні канали, такі як Sputnik і Russia Today, публікували на платформі соціальних мереж. Росія частково обмежила доступ до Facebook. Нік Клегг, віце-президент Meta з глобальних питань, написав у своїй заяві: «Незабаром мільйони звичайних росіян опиняться відрізними від достовірної інформації, позбавлені повсякденних способів спілкування з родиною та друзями, та не зможуть висловлювати свою думку. Ми будемо продовжувати робити все можливе, щоб відновити наші послуги, щоб вони залишалися доступними для людей, щоб безпечно та надійно виражати свої думки та організовуватися для дій». Джен Псакі, прес-секретар Білого дому, зазначила, що закриття доступу до Facebook є частиною проекту Росії, який відрізає своїх громадян від потоку інформації про війну в Україні. Vkontakte (VK), головна соціальна мережа Росії, відома як російський Facebook, конкурує з Facebook у Росії та Східній Європі. VK має в середньому 50,2 мільйона користувачів. відвідувачів

на місяць — подвоєна аудиторія російських користувачів Facebook. За даними Яндекс, російської версії Google, Facebook є четвертою за популярністю соціальною мережею в Росії. Однокласники є другою за популярністю соціальною платформою, за нею йде Mail.ru. За даними Яндекс, Twitter є шостим за популярністю веб-сайтом соціальних медіа в Росії, який відвідує близько 11,8 мільйонів унікальних відвідувачів на місяць. У твіті від 26 лютого служба підтримки Twitter написала, що веб-сайт «обмежений для деяких людей у Росії», зазначивши, що «компанія працює над тим, щоб забезпечити безпеку та доступність своїх послуг». Найпопулярнішою платформою соціальних медіа в Росії є YouTube, яким користуються понад три чверті російських користувачів Інтернету. Приблизно дві третини користувачів Інтернету мають доступ до зашифрованої програми обміну повідомленнями WhatsApp, яка виявилася потужним інструментом для організаторів у всьому світі.

Google виключив російський вміст із Новин Google після того, як російська пропаганда показала хороші результати в пошуку за деякими ключовими термінами, пов'язаними з конфліктом. Microsoft виключила RT зі свого магазину програм. Європейський Союз заборонив російські державні ЗМІ — RT і Sputnik. Facebook, Google, YouTube і TikTok тепер блокують доступ до RT і Sputnik в ЄС. Twitter заявив, що буде виконувати заборону ЄС.

Говорячи про обхід російських обмежень, Західні соціальні медіа-компанії та ЗМІ почали допомагати росіянам уникати цензури, використовуючи інше програмне забезпечення — Tor, яке направляє інтернет-трафік через розподілену мережу серверів, успішно нейтралізуючи блокування сайту. Twitter, BBC і Deutsche Welle опублікували посилання на свої сайти Tor, доступні за допомогою безкоштовного браузерa та російськомовні посібники щодо їх перегляду. Додатки, які дозволяють росіянам отримати доступ до заборонених сайтів, нещодавно були завантажені мільйони разів у магазинах додатків Apple і Google. The New York Times і The Post запустили канали в Telegram і зробили безкоштовним доступ до деяких військових матеріалів у Росії та Україні.

Нейтральність соціальних мереж викрито. Цього разу Facebook, Twitter, YouTube і Google активно беруть участь в інформаційній війні, забороняючи російським ЗМІ рекламувати на своїх платформах і агресивно перевіряючи факти пропаганди Путіна, незважаючи на протести Росії. Компанії соціальних медіа почали діяти, зіткнувшись з перспективою того, що обидві сторони війни намагатимуться контролювати онлайн-наративи. Більшість західних медіа-платформ вжили заходів для зменшення охоплення російських державних ЗМІ. Це було зроблено у відповідь на широкі заклики світових лідерів. Однак інші рішення модерації вмісту не мають прецедентів. Рішення Meta, материнської компанії Facebook, Instagram і WhatsApp, дозволити певні заклики до насильства проти російських військ привернуло увагу. Оголошення викликало різку критику. Групи громадянських прав дорікнули Metі за те, що він дозволив виступи, які могли б загострити конфлікт. Однак спосіб, у який Meta публічно хизувалася зміною політики та згодом звузила дозволені дописи, ускладнило сприйняття рішення. Meta критикували за те, що він дозволив вихваляти український батальйон «Азов», неонацистський військовий підрозділ, обговорення якого раніше було заборонено відповідно до політики Facebook щодо небезпечних осіб та організацій. Про це заявив речник Meta. «Поки що ми робимо невеликий виняток для вихваляння полку «Азов» суто в контексті захисту України або їхньої ролі як частини Національної гвардії України. Але ми продовжуємо забороняти будь-яку мову ворожнечі, символіку ненависті, вихваляння насильства, підтримка або представлення полку «Азов», а також будь-який інший контент, який порушує наші стандарти спільноти». Twitter також створив комірки для модерації контенту. Платформа соціальних мереж визначила, що твіт від Сенатору США, який заохочує когось у Росії «знищити» Путіна, наразі не порушує її правил. Готовність платформ соціальних мереж робити такі заклики показує, наскільки гнучкими можуть бути їхні правила під час певної кризи, вказує на подвійні стандарти в тому, наскільки охоче деякі технологічні компанії вживали заходів у період цього конфлікту, дозволяючи дезінформації про пандемію COVID-19 поширюватися на своїх сайтах з мінімальним втручанням. Уряд США може різко критикувати придушення

Росією західних платформ, які підтримують свободу інформації та вираження поглядів. Але це також призвело б до реального ризику зіграти на думку російського уряду про те, що ці платформи є маріонетками західних урядів. Проте результати не чорно-білі. Є багато складних політичних, економічних і технологічних факторів, щоб передбачити, що Росія робитиме далі, як відреагують великі соціальні медіа-платформи та які політичні дії вживе уряд США, щоб отримати свої інтереси. Майбутнє Інтернету, великі технологічні компанії та роль західних урядів у боротьбі з цифровими репресіями залежать від того, як усі ці гравці вирішать діяти.

Підсумки

Таким чином, як видно з аналізу в цих підрозділах, в інформаційній війні, яку Росія веде проти України, є різниця між 2014 роком (коли Росія починає агресію) та 2022 роком (після 24 лютого). Відзначається зміна тактики, використання нових каналів комунікації, розширення охоплення самоорганізації громадян. Після 24 лютого 2022 року Росія продовжила вести інформаційну війну проти України, використовуючи різні інструменти, такі як дезінформація, маніпуляції, провокації та емоційна відповідь. Це має серйозні наслідки для суспільства та самоорганізації громадян. Російські пропагандистські кампанії активно використовують соціальні мережі для поширення дезінформації, маніпулювання та впливу на громадську думку. Ці платформи є важливими інструментами для формування настроїв і мобілізації громадськості. Загальні висновки цього розділу свідчать про те, що інформаційна війна Росії проти України мала значний вплив на самоорганізацію громадян. Зміна тактик, використання різних інструментів та роль платформ соціальних медіа свідчать про постійну еволюцію цього конфлікту. У світлі цих викликів важливо бути критичним до інформації, розвивати медійну грамотність та сприяти доступу до об'єктивної та достовірної інформації. Отже, у цьому розділі було досліджено вплив соціальних мереж на формування громадського діалогу та мобілізацію суспільства.

Проблематика та перспективи впливу соціальних мереж як ефективного інструменту самоорганізації населення під час війни Росії проти України

3.1 Масштабність та швидкість розповсюдження пропаганди та фейкової інформації.

Використання гібридної тактики та засобів для незаконної анексії Криму та дестабілізації України змінило наше уявлення про безпеку світу. Російська Федерація користується географічною близькістю сусідніх країн і наявними між ними суспільними та економічними зв'язками для дій, спрямованих на безпеку цих країн. Ці загрози, включно з дезінформацією та пропагандою, зростають разом із сучасним більш просунутим рівнем взаємозв'язку, якому сприяють Інтернет і соціальні медіа. РФ використовувала кібератаки, фейкові новини та пропаганду для досягнення своїх стратегічних зовнішньополітичних цілей. Ця діяльність активізувалася під час повномасштабного вторгнення Росії на Україну. Наслідки цього будуть далекосяжними. Основною метою цього пункту, є обґрунтування тези про те, що Російська Федерація активно використовує дезінформацію та пропаганду проти України та що інформаційна стійкість є ключем до протидії таким діям. [33]

Першими і основними термінами при розборі цієї теми є гібридні концепції та безпосередньо пропаганда. Гібридні концепції та стратегії націлені на вразливі місця – від дезінформації та пропаганди до кібератак на критично важливі інформаційні системи, через збій у роботі критично важливих послуг та інфраструктури до підризу суспільної довіри до державних установ або соціальної єдності. Різноманітність гібридних тактик маскує ретельне планування спектру використовуваних інструментів і ефектів, які вони виробляють. Специфічні явища гібридного конфлікту не тільки важко класифікувати, але й по-різному інтерпретуються країнами та організаціями безпеки, що значно ускладнює створення єдиного підходу до боротьби з гібридними загрозами. Зростаюче використання гібридних тактик і методів у дедалі більшій кількості зон конфлікту викликає питання про те, як скоригувати або навіть змінити національні оборонні

стратегії, щоб протистояти новим викликам ХХІ століття. Немоżliво буде класифікувати багато майбутніх конфліктів як виключно звичайні чи нерегулярні, державні чи недержавні. Протягом кількох років у сучасних наукових виданнях все частіше порушується проблема асиметричності та гібридності сучасних конфліктів. Гібридний конфлікт, як специфічне поєднання звичайних і нерегулярних операцій, відомий століттями. Однак термін «гібридний», який став актуальним після незаконної анексії Росією Криму та її триваючої агресії на сході України, став важливим для концептуалізації сучасної війни та загроз. [37]

Гібридні загрози поєднують військові та невійськові, приховані та відкриті засоби, включаючи дезінформацію, кібератаки, економічний тиск, розгортання нерегулярних збройних груп та використання регулярних сил. Гібридні методи використовуються, щоб стерти межі між війною та миром і посіяти сумніви в свідомості цільових груп. ЄС пояснює, що гібридні загрози поєднують звичайні та нетрадиційні військові та невійськові дії, які можуть скоординовано використовуватися державними чи недержавними суб'єктами для досягнення конкретних політичних цілей. Гібридні кампанії є багатовимірними, вони поєднують примусові та підірвні заходи та використовують як звичайні, так і нетрадиційні інструменти та тактики. Їх складно виявити або приписати. Ці загрози націлені на критичні вразливості та спрямовані на плутанину, що перешкоджає швидкому та ефективному прийняттю рішень. Гібридні загрози можуть варіюватися від кібератак на критично важливі інформаційні системи до перебоїв у роботі критично важливих послуг, таких як енергопостачання чи фінансові послуги, до підриву суспільної довіри до державних установ або поглиблення соціальних розбіжностей. Інформаційні операції та війна в кіберпросторі є особливо складними загрозами. Психологічний характер є важливою ознакою гібридних конфліктів, як і використання кіберпростору для руйнування інформаційних систем опонента та поширення пропагандистського контенту та фейкових новин. Найвідомішим прикладом такої форми війни є підхід Росії до України, який включав поєднання вищезазначених заходів. Другим прикладом гібридних загроз є діяльність ІДІЛ на Близькому Сході. Було дві моделі гібридної

війни. У Сирії та Іраку гібридну діяльність здійснює терористична організація – недержавна організація. У випадку українського конфлікту дії покриваються державою. Баторовська у своїй праці (2019) обговорюють потужну маніпулятивну інформаційну діяльність, яку проводять РФ та ІДІЛ. Події в Україні дали світовій спільноті зрозуміти, що гібридна війна може бути способом свідомого зменшення масштабів військових дій з метою унеможливлення чіткого визначення агресора та оголошення стану війни, фактично уникнення реакції суспільних спільнот. Неоднозначність використовується для ускладнення та підриву процесів прийняття рішень опонентом. Ситуація створена так, щоб зробити військову відповідь політично ірраціональною, а політичну – складною. Сьогодні гібридні загрози становлять більший ризик для національної чи міжнародної безпеки, ніж звичайні методи ведення війни. Ефективним методом досягнення поставлених цілей може бути гібридна війна. Через гібридні загрози, що призводять до гібридної війни, світові держави переосмислюють свою політику безпеки та впроваджують нові стратегії.

Володимир Путін роками готував вторгнення в Україну. Пропаганда та дезінформація були ключовими елементами його планів. Щоб досягти успіху, він, очевидно, залежав від розгалуженої мережі колабораціоністів та інформаторів серед місцевої влади України, а також від ефективності кремлівської пропаганди серед російськомовного населення східної України. Коли перша атака Росії з обезголовлення на Київ провалилася, «спецоперація» швидко перетворилася на жакливу війну, і Кремль відповідно скоригував свої пропагандистські та дезінформаційні кампанії. [32] Після Революції Гідності в Україні 2014 року російський пропагандистський тиск на країну значно посилювався. Москва стверджувала, що демонстрації Євромайдану завершилися насильницьким державним переворотом із вигнанням законного президента України та поваленням уряду. Російські державні ЗМІ та політики другого рівня стверджували, що нова влада Києва, яка нібито складається з неонацистських та ультранаціоналістичних угруповань, пригнічувала російськомовних жителів і навіть погрожувала «геноцидом російського народу». Тим не менш, до лютого 2022

року жоден високопосадовець Росії прямо не назвав українську владу неонацистською. Інформаційна кампанія Росії під час незаконної анексії Криму в 2014 році виявила численні вразливі місця в інформаційному просторі України. Не дивно, що інформаційна безпека швидко стала одним із головних пріоритетів уряду. [44] У цій сфері українському керівництву вдалося досягти двох важливих цілей. По-перше, російські телеканали втратили доступ до української аудиторії. У березні 2014 року на території України було припинено мовлення чотирьох російських державних телеканалів; до 2016 року кількість заблокованих каналів досягла 73,2. По-друге, незважаючи на стрімке зростання попиту на альтернативні джерела новин, російські соціальні мережі успішно маргіналізувалися. У 2012 році російські соціальні мережі «Вконтакте» та «Одноклассники» домінували на українському ринку, але в 2014 році їх потіснив Facebook. Після блокування урядом у 2017 році частка їхніх користувачів в Україні швидко зменшилась і до 2019 року склала менше 10%.³ Крім того, через вибори українська політична еліта значно омолодилася. В Україні, на відміну від Росії, серед нової когорти політиків і топ-менеджерів практично немає представників покоління бебі-бумерів після Другої світової війни.

Після переобрання Володимира Путіна у 2018 році російські телеканали та електронні ЗМІ стали набагато наполегливішими та ворожими щодо Києва та почали спекулювати на можливості збройного конфлікту між Росією та Україною. Навіть заяви Володимира Путіна щодо України стали більш провокаційними. Наприклад, він почав стверджувати, що східна і південна Україна були «споконвічно російськими». Володимир Путін витратив роки на підготовку свого вторгнення в Україну. Пропаганда та дезінформація були ключовими елементами його планів. Підготовка вторгнення відбулося відразу після саміту Путіна і Байдена в Женеві, Кремль почав готувати російську громадську думку до вторгнення в Україну. 30 червня 2021 року під час свого щорічного телевізійного дзвінка Путін вперше звинуватив НАТО у «військовій інкорпорації» (военное освоение) України. Незабаром це стало лейтмотивом російської пропаганди. Раніше такий термін час від часу використовувався путінським військовим

керівництвом і спецслужбами щодо розширення НАТО (і одного разу навіть міністром закордонних справ Росії Сергієм Лавровим, який заявив, що «розширення НАТО» на країни Центральної та Східної Європи призведе до «військової інкорпорації Альянсом території нових держав»), але він ніколи не використовувався вищими російськими чиновниками щодо України. У середині липня 2021 року на сайті було опубліковано статтю Володимира Путіна про росіян та українців. Цей матеріал можна вважати початком останнього етапу інформаційної війни проти України перед військовим вторгненням. У своїй статті російський президент виклав зарозумілий і шовіністичний погляд на історію України, по суті відмовляючись вважати її справді суверенною та незалежною державою, і знову звинуватив НАТО в «активній військовій інкорпорації території України».[18] До початку бойових дій у лютому 2022 року Путін публічно використав цей вислів щонайменше шість разів, але жодного разу не уточнив, що саме мав на увазі. Ні тоді, ні пізніше серйозних розмов про приєднання України до Альянсу чи створення військових баз НАТО на території України не було. Свідомо зберігаючи двозначність у цьому питанні, Путін залишив величезний простір для антиукраїнських інтерпретацій і змов, які тоді поширювалися в російських державних ЗМІ.

З початку вторгнення мова кремлівської пропаганди стала набагато агресивнішою. Раніше російські офіційні особи уникали відвертих характеристик політичного режиму в Україні. Але як тільки почалася війна, її стали називати «неонацистською» і «злочинною». У своєму зверненні 24 лютого Путін навіть використав слово «хунта» вперше з 2014 року, коли він використав його, щоб натякати на нелегітимність української влади та контрастувати з «братнім» народом України. Одразу після саміту Путіна і Байдена в Женеві, Кремль почав готувати російську громадську думку до вторгнення в Україну. [45] Використовувався для втручання у внутрішні справи України через наратив, який проголошував росіян і українців «єдиним народом» зі спільною історією і долею. Сьогодні дезінформація у багатьох формах спрямована проти української держави. Російська пропаганда поширює фейкові новини про намір України відновити свій

ядерний арсенал, створити біологічну зброю, здатну вражати певні етнічні групи, навмисно «втопити» Росію в синтетичних наркотиках і заборонити використання російської мови в побуті. Основна відмінність від довоєнного періоду полягає в тому, що найвищі ешелони російської держави, включаючи Володимира Путіна, зараз набагато активніше поширюють неправдиві наративи та фейкові новини.

Крім того, російська влада почала частіше вдаватися до відверто неоімперських наративів.[18] Наприклад, звертаючись до молодих учасників Петербурзького міжнародного економічного форуму 2022 року, Путін сказав, що з епохи Петра Першого зовнішньополітичне завдання Росії залишалося незмінним — повернути та зміцнити «споконвічно» російські території. Його повторив Олександр Кузнецов, постійний представник Російської Федерації при ЮНЕСКО, який нагадав співгромадянам, що багато разів в історії «народ Росії... збирав воєдино споконвічно російські землі і брав під свій захист братські народи». Така риторика спрямована не лише на старше покоління росіян і російськомовних громадян України, багато з яких ще з ностальгією згадують епоху радянської «стабільності і величі». Путін і його соратники, ймовірно, очікують, що військова агресія Москви проти України спонукатиме інші країни вдатися до збройної сили. Це дозволило б Кремлю підтримувати високий рівень напруги на міжнародній арені і, можливо, спричинило б надмірне розширення Вашингтона. В останні місяці Китай провів повітряні та морські маневри поблизу Тайваню, погрожуючи розпочати війну, якщо острів проголосить незалежність. Тим часом президент Туреччини Реджеп Таїп Ердоган посилив напруженість із сусідньою Грецією, звинувативши Афіни в дискримінації турецької меншини на Родосі. і Кос і попередження Греції про демілітаризацію островів в Егейському морі.

Підсумовуючи, це все, можемо досягти висновку, що зміни в офіційному дискурсі Росії вказують на те, що Володимир Путін, швидше за все, почав планувати війну проти України відразу після свого переобрання у 2018 році. Остання, найінтенсивніша, фаза антиукраїнського пропагандистського наступу розпочалася після женевського саміту Байден-Путін у 2021 році. Його передумови та меседжі ґрунтувалися здебільшого на потертих радянських наративах про

нацизм та антиросійські змови, які приписували Заходу, до яких найбільш сприйнятливим старше покоління росіян і російськомовних українців. Незважаючи на широкий спектр і ресурси, російські медіа не змогли спровокувати населення та місцеву владу на сході України на масовий перехід на бік Росії. Це значною мірою сталося через політику контрпропаганди, прийняту та реалізовану українськими урядами після Євромайдану в 2014–2017 роках, яка значно підвищила стійкість України до дезінформації Росії. Кремль нічого не реагував на ці заходи і продовжував за інерцією. Навіть сьогодні російська влада не змінила форму чи суть своєї інформаційної війни відповідно до нових реалій в Україні. Можливо, єдиною великою зміною стала нещодавня інтенсифікація неоімперського нарративу в офіційній риторичній Росії, яка мовчазно вказує на те, що Москва визнає свою поразку в боротьбі за серця та уми українців. Ще одним хорошим показником цього є зміна риторики Кремля щодо співчуття до українського населення: таке співчуття іноді звучало до вторгнення російських військ в Україну в лютому 2022 року, але ніколи після цього. Російські офіційні особи категорично заперечують будь-яку відповідальність за загибель українських мирних жителів, а ні МЗС, ні Міноборони, ні президент не висловили жодного слова співчуття родичам загиблих — людям, яких Путін і його соратники називали «братськими».

3.2 Самоорганізація українського суспільства: від Євромайдану до повномасштабної війни

У перший тиждень повномасштабного вторгнення Росії в Україну в Твіттері Генштабу України з'явилося не лише зображення правильних пропорцій коктейлю Молотова, а й те, які частини російського танка будуть найбільш вразливими до такого снаряда. Публікацію було позначено гаслом: «Закінчення війни- в руках кожного з нас! Знищити! Горіть! Викинь ворога з дому та з країни!»

Відтоді в соціальних мережах поширилися відео, на яких цілі громади створюють конвеєр із коктейлями Молотова, а українці викидають коктейлі з вікон машин, проїжджаючи повз російські танки. На одному білборді в південному місті Одеса українським алфавітом було написано сумішню російської: «Гарячий тур: побачити Україну і померти! Коктейлі включені.» Популярна львівська пивоварня

використала зображення коктейлів Молотова на своїх пивних пляшках, щоб попросити пожертвувань та підтримки з-за кордону.

Коктейль Молотова вже давно є улюбленою зброєю для українців. Ця зброя, яка широко використовувалася фінською армією у боротьбі проти російського вторгнення на їхні власні східні території у 1939 та 1940 роках, має особливий резонанс в Україні. Під час мобілізації Євромайдану 2013–14 років — коли українці підтримували проросійського президента Віктора Януковича — звичайні люди приєдналися до протестів, озброєні коктейлями Молотова, фаєрами та бруківкою, яку зривали з вулиць Києва, щоб атакувати ОМОН. Ця зброя стала символом протестів та їхнього успіху разом із помаранчевими пластиковими будівельними шоломами, які слугували тактичним спорядженням, коли протестувальники шили захисний одяг.

Самоорганізація — це основна ідея, що якщо щось потрібно зробити, і хтось має для цього набір навичок, то вони повинні просто це зробити. Протести Євромайдану були засновані на самоорганізації, і вони досягли успіху, тому що люди, які мали навички чи ресурси, ділилися цими навичками та ресурсами, коли це було необхідно, не покладаючись на державні інституції чи політичні партії, щоб зробити те, що потрібно було зробити. Я припускаю, що в Україні стосунки людей з політичною участю були сформовані на досвіді успішної самоорганізації під час цих протестів.

У 2014 році самоорганізація полягала не лише в киданні коктейлями Молотова чи вдяганні бронежилетів, щоб зіткнутися з ОМОНОм — хоча це була важлива складова. Активісти, які не хотіли брати участь у насильстві, створили мережу під назвою «Охорона лікарні» у якій волонтери по черзі чекали в лікарнях, щоб захистити протестувальників від поліції, яка намагалася їх заарештувати, викрасти чи намагатися вибити з них зізнання, поки вони були недієздатними. Коли пізніше того року почалася війна на сході України, самоорганізовані волонтерські групи збирали припаси для підтримки військових і надання послуг на передовій. Звичайні громадяни міст і містечок, наповнених внутрішньо переміщеними особами з Донецька та Луганська, мобілізувалися, щоб знайти їм притулок і

продовольство; деякі з цих самоорганізованих ініціатив стали успішними неурядовими організаціями. Ці самоорганізовані мобілізації ґрунтуються на Євромайдані та в дусі знання того, що звичайні люди можуть змінитися. Таким чином, самоорганізація є не лише важливою мотиваційною основою для політичної участі, але й лінзою, через яку сьогодні українці аналізують, оцінюють і цінують свої дії.

Самоорганізація знову займає центральне місце в останньому російському вторгненні в Україну. І, як у 2014 році, самоорганізація у 2022 році – це не лише створення зброї чи взяття зброї для захисту Києва. Люди пам'ятають, як вони об'єднувалися, щоб допомагати один одному, і знову роблять це в соціальних мережах. Вони організовують автомобілі, щоб допомогти евакуювати людей у відносно безпеку на захід. Вони запитують, що потрібно людям в містах в облозі, щоб вони могли доставити припаси. Вони діляться інформацією про те, які траси проїзні. Перекладають англійською відео полонених російських солдатів, які навіть не підозрювали, що їх відправляють вбивати українців. Усі ці ініціативи знову мобілізуються на основі наявних навичок і ресурсів людей. Воюють ті, хто хоче воювати. Ті, хто може краще допомогти з інших місць, роблять це знову.

Цього разу різниця в тому, що український уряд стоїть за людей, які живуть в Україні. У 2014 році людям довелося самоорганізуватися для боротьби з Віктором Януковичем та його проросійським урядом. Зараз самоорганізація йде рука об руку з урядом, який робить усе можливе, щоб представляти Україну решті світу. Крім того, уряд допомагає простим громадянам взяти владу у свої руки, ділячись інформацією про те, як створити найефективніший коктейль Молотова.

Разом із патріотизмом і героїзмом нашого народу у війні з Росією ми все більше відчуваємо позитивні наслідки децентралізації. Децентралізація значно активізувала місцеве самоврядування. Зараз це дає нам можливість досить успішно дати відсіч ворогу в цій війні. У ході впровадження реформи голови місцевих рад та депутати місцевих рад стали справді самостійними акторами. Це означає, що сценарій, за яким Росія вторглася в Україну в 2014 році, більше не працюватиме.

Після децентралізації державна влада і влада місцевого самоврядування розпорошилися — у хорошому сенсі. Зараз немає регіональних «регентів», які можуть «здати» ту чи іншу область ворогу. Кожна громада нашої країни займає чітку проукраїнську позицію і не збирається поступатися окупантам. Тому навіть у разі захоплення обласного центру росіяни не зможуть автоматично зберегти контроль над територіями всіх громад.

Найкращою ілюстрацією є приклад Херсонської області, яка наразі, на жаль, частково тимчасово окупована. Незважаючи на це, росіянам не вдається встановити адміністративний контроль над громадами регіону. Місцева влада дала зрозуміти окупантам, що зраджувати Батьківщину ніхто не збирається. Те саме стосується громад, які зараз відчувають повний гніт окупації. По всій Херсонщині проходять потужні мітинги. У Херсоні, Генічеську, Новоолексіївці, Новотроїцькому, Каховці, Новій Каховці, Скадовську, десятках сіл і міст мало не щодня виходять громадяни, щоб сказати росіянам, що їх тут ніхто не чекає.

Те ж саме відбувається в інших громадах по всій Україні, які постраждали від військового штурму. Так, на прохання росіян «здати» їм місто Ірпінь Київської області міський голова Олександр Маркушин відповів : «Мене дивує, що ці монстри досі не зрозуміли: Ірпінь не здається, Ірпінь не продається, Ірпінь воює! Я публічно пропоную окупантам залишити територію Ірпінської громади протягом 24 годин і зберегти життя та здоров'я кількох тисяч російських призовників».

Ще до повномасштабної війни з Росією рівень довіри громадян до місцевої влади був одним із найвищих серед інституцій нашої країни. Після 24 лютого ця довіра тільки зміцнюється, оскільки місцева влада стала ще ближчою до людей. Нині голови місцевих рад та депутати місцевих рад є справжніми лідерами у своїх громадах. Окупанти це розуміли і тому почали викрадати та катувати керівників громад та депутатів місцевих рад, щоб схилити їх до співпраці з окупаційним режимом. Проте, навіть незважаючи на загрозу життю та здоров'ю, місцеві чиновники не збираються капітулювати чи працювати на окупантів. Ми добре пам'ятаємо викрадення мера Мелітополя Івана Федорова , мера Скадовська Олександра Яковлєва , мера Дніпрорудного Євгена Матвєєва та вбивство

селищного голови Гостомеля Юрія Прилипка. Таких випадків уже кілька десятків, але вони не принесли бажаного результату для росіян: метод російського терору в українських громадах не працює.

Звичайно, поряд із самовідданими та патріотично налаштованими місцевими політиками є ті, хто готовий зрадити власних громадян та Україну. Так, у тимчасово окупованому Енергодарі місцевий нардеп від партії «Опозиційна платформа — За життя» Андрій Шевчук заявив про створення «міської ради самоорганізації населення» та оголосив себе її головою. А в Мелітополі місцевий депутат від Опозиційного блоку Галина Данильченко оголосила себе «мером» і співпрацювала з окупантами.

Органи місцевого самоврядування демонструють свій дух не лише на передовій чи на тимчасово окупованих територіях, а й у громадах, віддалених від зон бойових дій. Це стосується як малих громад, так і громад великих міст. Це стосується всього: від допомоги нашим Збройним Силам до прийому внутрішньо переміщених осіб (ВПО) у їхніх громадах.

Наприклад, невелика Войнилівська сільська громада Івано-Франківської області вже прийняла тисячі переселенців. Місцеві тепло зустріли прибулих. Всіх переселенців безкоштовно тричі на день годують, отримують одяг, засоби гігієни, солодощі тощо. Крім того, вся громада працює на допомогу як переселенцям, так і Збройним силам. За словами голови Войнилівської громади, «люди допомагають, знаходять усе необхідне для армії та переселенців. У селі люди приносять, що можуть: молоко, картоплю, запрошують у душ. І якщо є якась гостра потреба у військовій частині чи загоні територіальної оборони, наприклад, наркотики, то ми просто дзвонимо, і одразу цю потребу задовольняємо, всім забезпечуємо наших хлопців».

3.3 Перспективи використання соціальних мереж як інструменту для організації гуманітарної допомоги та підтримки військових дій в Україні.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну так чи інакше суттєво вплинуло на всі життєві процеси в країні. Благодійність і громадянське суспільство не стали винятком і були одними з перших механізмів, які змогли швидко мобілізуватись та

адаптувати свою роботу до викликів воєнного часу. За короткий період після 24 лютого у сфері благодійності відбулося багато змін. Було створено багато нових волонтерських, громадських і благодійних організацій та ініціатив. Існуючі організації змінили напрямок своєї основної діяльності. Водночас спостерігається безпрецедентне зростання кількості пожертвувань та підтримки сектору. Окрім змін, існує низка проблем, з якими стикаються представники української благодійності – зокрема матеріально-технічні труднощі, втрата персоналу через евакуацію, неможливість продовжувати поточні проекти чи консолідувати зусилля та ресурси для реалізації статутної діяльності через загальну зміну пріоритетів. Проте всі зміни та розробки необхідно ретельно систематизувати та вивіряти для оцінки їх доцільності та масштабності. Поширеність благодійності в Україні стрімко зросла з початком повномасштабного російського вторгнення в Україну. Сьогодні вона оцінюється як досить висока, про що свідчить індекс 7,8 з 10 можливих, тоді як у попередні роки цей показник був посереднім. Якщо рік тому про високу поширеність благодійності говорили 12% українців (оцінки від 8 до 10), то сьогодні ця частка зросла до 65%.

На підтвердження цих тенденцій переважна більшість жителів країни (84%) відзначають зростання благодійності в Україні. Натомість лише 7% говорять про зниження його рівня. Регіональна специфіка також помітна у відповідях на це запитання. Найчастіше зростання благодійності фіксується в Західному регіоні (86%), трохи менше в Центральному (84%) і Південному (81%). Найменше зафіксовано зростання благодійності у Східному регіоні (74% тих, хто проживав на Сході до 24 лютого, і 68% тих, хто там залишився). Також місцеві жителі дещо частіше говорять про зростання благодійності, ніж ВПО (83% проти 78%). Помітним є зростання рівня благодійності, насамперед завдяки організованій роботі благодійних організацій та волонтерських фондів. Водночас активізувалися й соціальні контакти. У соцмережах повідомляють про численні випадки надання благодійної допомоги.

Більш досвідчені організації суттєво переформатували свою роботу та запустили низку нових ініціатив через масштабну кризу та потреби, які раптово

виникли та потребували негайного реагування. Більшість довготривалих організацій продовжують виконувати свої поточні проекти, хоча вони стикаються зі зменшенням донорського фінансування через різку зміну пріоритетів. Окрім основної діяльності, такі організації одразу додали нові напрямки роботи. Однак ці сфери зазвичай пов'язані зі статутною діяльністю або принаймні з групами ключових бенефіціарів. Наприклад, організація, яка працювала з ВІЛ-позитивними людьми та розширенням прав і можливостей жінок, почала активно використовувати свої приміщення для прийому ВПО, а також розширила перелік основних груп бенефіціарів.

Організація з Києва, яка займалася безпритульними тваринами, продовжила займатися цією темою, але додалися нові аспекти, наприклад, евакуація тварин. Крім того, значно зросла кількість запитів на допомогу в харчуванні та житлі. Майже всі опитані організації почали збирати та роздавати гуманітарну допомогу. Досвідченіші організації, зокрема ті, що мають широке коло бенефіціарів та добре налагоджену комунікацію з муніципальною владою, стали своєрідними гуманітарними центрами у своїх громадах. Повномасштабна війна торкнулася і колективу благодійних фондів та організацій, частина працівників покинула свої місця проживання. Деяким співробітникам довелося залишити роботу, але більшість змогли вийти в Інтернет і працювати віддалено. Волонтерство – це ще одна важлива тема для розгляду. У перші дні російського вторгнення новостворені організації та ті, хто займається гуманітарною допомогою, змогли залучити велику кількість волонтерів, які були потрібні для розвантаження, завантаження та перерозподілу допомоги, а також для більш складних завдань, таких як збір коштів або звітність. Через кілька тижнів після повномасштабного вторгнення потік волонтерів зменшився. Багато з них повернулися на колишню роботу або почали приділяти значно менше часу волонтерству з особистих причин або через виснаження. Організації та фонди вирішили найняти нових волонтерів, що дозволило волонтерам приділяти більше часу діяльності, а організаціям – впоратися з раптовим навантаженням. Більшість волонтерів, які приєдналися до

організацій, були внутрішньо переміщеними особами. Всупереч поширеним стереотипам – ВПО часто були найбільш відданими та ініціативними волонтерами.

ВИСНОВКИ

У даній роботі, доведено, що соціальні мережі діють, як спосіб самоорганізації суспільства під час війни Росії проти України. На основі аналізу ролі соціальних мереж у суспільній самоорганізації під час російської та української війни можна зробити висновок про важливість цих платформ у формуванні суспільного діалогу та соціальної мобілізації. Соціальні мережі стали ефективним інструментом спілкування та обміну інформацією, що дозволяє українцям швидко реагувати на небезпеку та організовуватися для захисту своїх прав і територіальної цілісності.

Використання соціальних мереж також мало великий вплив на формування суспільного діалогу, сприяючи обміну думками, ідеями та досвідом. Це допомагає українському суспільству гуртуватися та залучати громадськість до обговорення проблем та пошуку вирішення конфліктів. Завдяки соцмережам забезпечується оперативний потік інформації про події на фронті, гуманітарну допомогу та потреби населення.

Також, встановлено, що використання соцмереж також має наслідки, особливо в контексті війни Росії проти України. Поширення інформації через соціальні мережі сприяло появі дезінформації та пропаганди, впливаючи на формування певних уявлень та стереотипів. Це призводить до неможливості об'єктивного сприйняття подій і призводить до соціально-політичного розколу. Крім того, соціальні мережі стали платформами для кібератак, шпигунства та впливу на громадську думку.

Таким чином, використання Росією соціальних мереж під час війни в Україні було багатогранним. Вони відіграють важливу роль у самоорганізації суспільства, сприяючи громадському діалогу та мобілізації, але також можуть призвести до негативних наслідків, пов'язаних із дезінформацією та зловживаннями. Для забезпечення стабільності та безпеки в таких конфліктах необхідно встановити механізми фільтрації та цензури інформації, а також сприяти розвитку медіаграмотності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бойко Г.А. Віртуальність як частина життєдіяльності людини сучасності [Електронний ресурс] / Г.А. Бойко. – Режим доступу: <http://intkonf.org/boyko-ga-virtualnist-yak-harakteristika-zhittediyalnostilyudini-21-stolittya>.
2. Гвоздик О. Соціальні мережі – вільний обмін думками чи маніпулювання свідомістю? [Електронний ресурс] / О. Гвоздик. – Режим доступу: <http://xpress.sumy.ua/article/society/5700>.
3. Почепцов Г. Інформаційна війна як інтелектуальна війна [Електронний ресурс] / Г. Почепцов. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13303>.
4. Сибіряков С. Соціальні медіа як середовище архетипного впливу на масову свідомість [Електронний ресурс] / С. Сибіряков. – Режим доступу: <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2013-1/doc/4/08.pdf>.
5. Сибіряков С.О. Комунікативні практики у державному правлінні в контексті розвитку інформаційного суспільства [Текст] / С.О. Сибіряков // Публічне управління: теорія та практика : зб. наук. праць Асоціації докторів наук з державного управління. – Х.: Вид-во «ДокНаукДержУпр», 2010. – № 3-4. – С. 112-119.
6. Стадний інстинкт допомагає маніпулювати масами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ykrnews.com/tainstvenoe/stadnii-nstinkt-dopomaga-man-pulyuvati-masami.html>.
7. Хмельовська О. «Айтітушки» оголосили Євромайдану кібервійну [Електронний ресурс] / О.Хмельовська. – Режим доступу: <http://tyzhden.ua/News/95105>.
8. Шумка А.В. Інформаційно-мережева війна – нова форма міждержавного протистояння початку XXI ст. [Електронний ресурс] / А.В. Шумка, П.П. Черник. – Режим доступу: <http://www.asv.gov.ua/content/nauka/editions/19/2013-19/243-255.pdf>.
9. List of virtual communities with more than 100 million active users [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_virtual_communities_with_more_than_100_million_active_users.

10. Тодд Хельмус та інші, Вплив російських соціальних медіа: розуміння російської пропаганди у Східній Європі, Корпорація Ренд, 2018. Доступно за адресою: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2237.html.

11. Марк Лунгаріелло, «Путін розгромив голову розвідки Росії через підтримку сепаратистських регіонів України», І, 22 лютого 2022 р. Доступно за адресою: <https://nypost.com/2022/02/22/putin-lashes-out-at-russia-intelligence-chief-in-viral-video/>

12. Елеонора Лопатто, «Межі пропаганди Путіна», Wilson Center, 4 березня 2022 р. Доступно за адресою <https://www.wilsoncenter.org/blog-post/limits-putins-propaganda>.

13. Reuters Fact Check, «Fact Check-Animation miscaptioned as if to show video of Ukrainian fighter jet shooting Russian plane», Reuters, 26 лютого 2022 р. Доступно за адресою: <https://www.reuters.com/article/factcheck-animation-ukrainianjet-idUSL1N2V035G>.

14. Антон Трояновський, «Поліція заарештувала понад 3000 людей під час зростання протестів по всій Росії», New York Times, 6 березня 2022 р. Доступно за адресою: <https://www.nytimes.com/2022/03/06/world/europe/police-russia-protests.html>.

15. Патрік Такер, «Кремль жорсткіше вживає заходів щодо ЗМІ, Facebook, коли протести охоплюють Росію», Defense One, 25 лютого 2022 р. Доступно за адресою: <https://www.defenseone.com/technology/2022/02/russia-cracks-down-harder-media-facebook-protests-sweep-russia/362478/>.

16. Манасс Ваг і Кортні Ліндер, «Facebook офіційно закритися в Росії, популярна механіка», 05 березня 2022 р. Доступно за адресою: <https://www.popularmechanics.com/technology/security/a39334035/russia-bans-facebook/>.

17. Калі Хейс, Грем Рапір, Джейк Епштайнмер, «Росія відключається від світового Інтернету», Business Insider, 5 березня 2022 р. Доступно за адресою:

<https://www.businessinsider.in/Russia-shuts-itself-off-from-the-worlds-internet/articleshow/90002657.cms>.

18. Кріс Мілліс Родріго, «Російська війна просвітлює невідповідності соціальних мереж», The Hill, 16 березня 2022 р. Доступно за адресою: <https://thehill.com/policy/technology/598543-russias-war-shines-a-light-on-social-medias-inconsistents>.

19. Джессіка Брандт, «Will Russia Chase Out Big Tech? », Foreign Policy, 15 березня 2022 р. Доступно за адресою: https://foreignpolicy.com/2022/03/15/russia-ukraine-war-facebook-meta-twitter-youtube-block-censorship/?utm_campaign=Foreign%20Policy&utm_medium=email&utm_content=207288968&utm_source=hs_email.

20. Еймс Еллінгворт, «Російське законодавство загрожує 15 роками в'язниці за фейк», Ukraine War News, 04 березня 2022 р. Доступно за адресою:

<https://www.wkyc.com/article/news/nation-world/ukraine/russia-criminalizing-war-reports-differ-from-government-line/507-c2f8df00-4770-4d0d-a6f8-f1cff4a1782d>.

21. Reuters, «Росія блокує доступ до BBC і Голосу Америки», Economics Times, 4 березня 2022 р. Доступно за адресою <https://economictimes.indiatimes.com/russia-blocks-access-to-bbc-and-voice-of-america-websites/articleshow/89995970.cms>.

22. Reuters, «BBC каже, що російський блок не зупинить надання точних новин», 4 березня 2022 р. Доступно за адресою <https://www.reuters.com/world/bbc-says-russian-block-will-not-stop-it-providing-accurate-news-2022-03-04/>.

23. 1. "Technology and Democracy: understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making" <http://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/technology-and-democracy>.

24. Börzel T (1998) Organizing Babylon: on the different concepts of social networks. Public Adm 76:253–273

25. Wellman B (2002) Structural analysis: from method and metaphor to theory and substance. In: Scott J(ed) Social networks: critical concepts in sociology, Vol.I. Routledge, London/New York, pp 81 – 122
26. Monge P, Contractor N (2003) Theories of communication networks. Oxford University Press, Oxford
27. Slaughter A (2004) A new world order. Princeton University Press, Princeton
28. Marin B, Mayntz R (1991) Introduction: studying policy networks. In: Marin B, Mayntz R (eds) Policy networks: empirical evidence and theoretical considerations. Westview, Boulder, pp 1– 24
29. Maknami, Rodzher (2021) Zafeisbucheni: yak sotsialna merezha shtovkhaie svit do katastrofy. Knyholav, Kyiv, 376 s.
30. McNamee, Roger (2019) Facebook and Google use the principles of profiting from human weaknesses, Facts and comments, URL:
<https://www.pressreader.com/ukraine/faktyikommentarii/20190307/281522227394744>
31. «Росія: Звіт про свободу у світі за 2021 рік», Freedom House. Доступно за адресою <https://freedomhouse.org/country/russia/freedom-world/2021>
32. Калі Хейс, Грем Рапір, Джейк Епштайнмер, «Росія закриває себе від світового Інтернету », 05 березня 2022 р. Доступно за адресою <https://www.businessinsider.in/Russia-shuts-itself-off-from-the-worlds-internet/articleshow/90002657.cms>.
33. Бен Вачендорф, «Правда — найкращий спосіб перемогти вторгнення Путіна в Україну, матеріали», Військово-морський інститут США, том. 148/3/1,429, березень 2022 р. Доступно за адресою <https://www.usni.org/magazines/proceedings/2022/march/truth-best-way-defeat-putins-invasion-ukraineю>
34. Крейг Тімберг, Кет Закжевські та Джозеф Менн, «Нова залізна завіса опускається через російський Інтернет», Washington Post, 4 березня 2022 р. Доступно за адресою: <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/03/04/russia-ukraine-internet-cogent-cutoff/>.

35. Грейг Пол, «Короткохвильове радіо в Україні: Розмова», 09 березня 2022 р. Доступно за адресою <https://theconversation.com/shortwave-radio-in-ukraine-why-revisiting-old-school-technology-makes-sense-in-a-war-178575>.

36. «TikTok охоплений насильством і дезінформацією війни в Україні», The New York Times, 5 березня 2022 р. 25 Елізабет Роббінс, «Росія програє інформаційну війну проти України», 1945 р., 1 березня 2022. Режим доступу: <https://www.19fortyfive.com/2022/03/russia-is-losing-the-information-war-against-ukraine/>.

37. Патрік Хауелл О'Ніл, «Пропагандистська війна затьмарила кібервійну в Україні», MIT Technology Review, 2 березня 2022 р.

38. «Україна отримує інтернет-термінали Starlink — і дружнє попередження про Безпеку», 01 березня 2022 р. Доступно за посиланням: <https://www.usnews.com/news/world/articles/2022-02-28/ukraine-gets-starlink-internet-terminals-and-friendly-warning-about-safety>.

39. Сем Сабін і Лоренс Серулес, «Чому телефони та Інтернет в Україні все ще працюють», POLITICO, 7 березня 2022 р. Доступно за адресою: <https://www.politico.com/news/2022/03/07/ukraine-телефони-інтернет-ще-працюють-00014487>.

40. Шейн Харріс, Ешлі Паркер і Джон Хадсон, «Зеленський мітинги», The Washington Post, 10 березня 2022 р. Доступно за адресою <https://www.washingtonpost.com/national-security/2022/03/09/zelensky-rhetoric-appeals-west-nato/>.

41. Бермет Талант, «Росія програє інформаційну війну, The Interpreter». Доступно за адресою <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/russia-losing-information-war>.

42. Бен Райлі-Сміт, «Володимир Зеленський обіцяє боротися з росіянами в «лісах, полях і на берегах», оскільки він каналізує Черчілля», The Telegraph, 08 березня 2022 р. Доступно за адресою: <https://www.telegraph.co.uk/world-news/2022/03/08/volodymyr-zelensky-vows-fight-russians-forests-fields-shores>.

43. «США та Росія ведуть віч-на-віч в інформаційній війні за Україну», Голос

Америки, 20 лютого 2022 р. Доступно за посиланням:
<https://www.voanews.com/a/us-russia-go-toe-toe-in-information-war-over-ukraine/6451032.html>.

44. “Статья Владимира Путина Об историческом единстве русских и украинцев” [Article by Vladimir Putin on the historical unity of Russians and Ukrainians], President of Russia, 12 July 2021.
<http://kremlin.ru/events/president/news/66181>

45. “Vladimir Putin’s annual news conference”, President of Russia, 19 December 2019. <http://en.kremlin.ru/events/president/news/62366>

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційної роботи

Тема: «Соціальні мережі як спосіб самоорганізації суспільства під час війни Росії проти України»

Студент: Пономарьова Анастасія Владиславівна

Рік навчання, факультет: 4 р.н. Факультет соціальних наук та соціальних технологій.

Науковий керівник: старший викладач, Купка Олександр Васильович

Рецензент _____

Захищена “ ____ ” _____ 20_ р.

Короткий зміст роботи

У цій бакалаврській роботі розглядається вплив соціальних мереж на самоорганізацію громадян у контексті політичних процесів. У першій частині роботи стверджуються та аналізуються механізми взаємодії соціальних мереж і політичного процесу, взаємодії користувачів соціальних мереж і формування громадської думки, використання соціальних мереж політичними партіями та кандидатами під час виборів.

Друга частина роботи присвячена аналізу особливостей інформаційної війни, яку Російська Федерація продовжує вести проти України. Розглядаються відмінності між інформаційною війною 2014 та 2022 років та її вплив на самоорганізацію людей, особливості російської інформаційної війни після 24 лютого 2022 року та роль платформ соціальних мереж у цьому конфлікті.

У третій частині роботи визначено проблеми та перспективи впливу соціальних мереж як ефективного інструменту самоорганізації населення під час російсько-українських війн. Акцентовано увагу на масштабах і швидкості поширення пропаганди та дезінформації, самоорганізації українського суспільства від Євромайдану до тотальної війни та перспективі використання соціальних мереж для організації гуманітарної допомоги та підтримки бойових дій українських військових.

Результати цього дослідження можуть бути корисними політикам, активістам та всім, хто цікавиться впливом соціальних мереж на громадську думку та поведінку громадян.

Ключові слова: самоорганізація громадян, політичні процеси, формування громадської думки, використання соціальних мереж, інформаційна війна, російсько-українська війна, самоорганізація населення.

Short summary:

This thesis examines the influence of social networks on the self-organization of citizens in the context of political processes. The first part of the work asserts and analyzes the mechanisms of social network interaction and the political process, the interaction of social network users and the formation of public opinion, the use of social networks by political parties and candidates during elections.

The second part of the work is devoted to the analysis of the information war that the Russian Federation continues to wage against Ukraine. The differences between the information war of 2014 and 2022 and its impact on the self-organization of people, the peculiarities of the Russian information war after February 24, 2022 and the role of the social network platform in this conflict are considered.

In the third part of the work, the problems and prospects of the influence of the social network as an effective tool of self-organization of the population during the Russian-Ukrainian wars are defined. Attention is focused on the scale and speed of the spread of propaganda and misinformation, the self-organization of Ukrainian society from Euromaidan to total war, and the prospect of using the social network to organize humanitarian aid and support the combat operations of the Ukrainian military.

The results of this study can be useful to politicians, activists and everyone who is interested in the influence of the social network on public opinion and the behavior of citizens.

Keywords: self-organization of citizens, political processes, formation of public opinion, use of social networks, information war, Russian-Ukrainian war, self-organization of the population.