

A large, illuminated globe of the Earth is the central focus, showing the Americas. A person's silhouette stands in front of it, looking at a smaller globe on a stand. The scene is set in a dark room with dramatic lighting.

Інформаційно-психологічні операції в геополітиці

кейси для студентів-міжнародників

Рекомендовано до друку науково-методичною радою Волинського національного університету імені Лесі Українки (протокол № 10 від 19 червня 2024 р.).

Рецензенти:

- **Карпчук Наталія Петрівна**, доктор політичних наук, професор кафедри міжнародних комунікацій та політичного аналізу Волинського національного університету імені Лесі Українки
- **Кулик Сергій Михайлович**, кандидат політичних наук, доцент кафедри міжнародних відносин і регіональних студій Волинського національного університету імені Лесі Українки

Федонюк Сергій

Ф 32 Інформаційно-психологічні операції в геополітиці: кейси для студентів-міжнародників / С. В. Федонюк. – Луцьк: Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2024. – Об'єм даних 0,84 Мб (1,4 д. а.).

Навчальне видання кейсів, що сприяють засвоєнню набутих знань, умінь і навичок у рамках нормативних освітніх компонентів “Інформаційно-психологічні операції в геополітичній ривалізації”, “Інформаційно-психологічні операції в міжнародних конфліктах” та аналогічних, у програмах підготовки бакалаврів і магістрів у галузі міжнародних відносин. Рекомендовано у поєднанні з навчальним посібником “Інформаційно-психологічні операції на геополітичній арені”.

Розраховано на використання в умовах змішаного навчання, із застосуванням електронних пристроїв та інтернету.

Зміст

Вступ	5
Кейси.....	6
Історичний контекст ІПО.....	6
Троянський кінь.....	6
Операція “Емська депеша”: операція Отто фон Бісмарка.....	7
Операція “Фортіюд”	8
Операція “Мінсміт”	9
Операція “Денвер”	10
Втручання у вибори в США (2016)	11
Російська кампанія, спрямована на Балтійські держави	13
Теорії та методології ІПО	14
Основні теорії: визначення й аналіз основних теоретичних підходів до ІПО	14
Hearts and Minds.....	14
Маніпуляції навколо радянського вторгнення в Афганістан.....	15
Маніпуляції навколо російського вторгнення в Грузію	17
Інформаційна кампанія у зв’язку з другою війною в Перській затоці	18
Фреймінг у зв’язку з революцією в Ірані	19
“Спіраль мовчання” під час виборчої кампанії у США (2016)	20
Постправа під час кампанії за вихід Великої Британії з ЄС.....	21
Постправа під час виборчої кампанії у США (2016)	22
Методологічні підходи: розробка й упровадження інформаційних кампаній, вибір цільових аудиторій та оцінка ефективності	24
Російська пропагандистська кампанія проти підтримки України Сполученими Штатами Америки	24
Інформаційна кампанія КДБ проти ОУН	25
Операція “Справа Лізи”	26
Інформаційний супровід операції “Відродження надії”	27
Публічна дипломатія Китаю для формування глобального сприйняття	29
“Uncle Sam Wants YOU”: вплив на емоції	30
Російська інформаційна кампанія під час окупації українського Криму	31
Пропаганда ІДІЛ в контексті теорії соціального навчання	32
Інформаційна кампанія “Один пояс, один шлях”	34
Один пояс — один голос	36
Наративи під час окупації Криму	37
Інформаційна кампанія США в Афганістані	38

Арабська весна	41
Інформаційні аспекти конфлікту в Сирії	42
Інформаційна протидія Тихоокеанському партнерству	45
Конфлікт у Лівії та Халіфа Хафтар	46
Вплив на маси: як інформація впливає на групову свідомість, створення масових рухів. Маніпуляція громадською думкою та соціальними нормами	49
Вєхїт і вплив лїдерів думок.....	49
Методика психологічного таргетування, OCEAN і Cambridge Analytica	50
Нїдерландський референдум 2016 року	52
Протести фермерів у Польщі	54
Виборча кампанія Жаїра Болсонару	56
Раната Papers	57
Втручання Росїї у вибори в Сполучених Штатах у 2016 році: розкриття інформаційного приводу .	58

Вступ

Це видання містить реальні й гіпотетичні приклади для студентів-міжнародників, що вивчають особливості інформаційно-психологічних операцій (ІПО) у контексті міжнародних конфліктів і геополітичної ривалізації. Охоплює питання теорії, історії та сучасної практики ІПО.

Кейси згруповано відповідно до розділів базового навчального посібника “Інформаційно-психологічні операції на геополітичній арені” та доповнено завданнями для розвитку когнітивних компетентностей, відповідно до таксономії Б. Блума: *знання (Cognitive Domain — Knowledge)*; *розуміння (Cognitive Domain — Comprehension)*; *застосування (Cognitive Domain — Application)*; *аналіз (Cognitive Domain — Analysis)*; *синтез (Cognitive Domain — Synthesis)*; *оцінка (Cognitive Domain — Evaluation)*.

Це видання розроблено відповідно до концепції змішаного навчання із використанням системи керування MS Teams/SharePoint, що використовується у Волинському національному університеті імені Лесі Українки. Тому запропонований матеріал доцільно опрацьовувати із використанням персональних обчислювально-комунікаційних засобів (політика BYOD, Bring your own device).

Також пропоную вам поділитися думками щодо цього видання на адресу: Sergii.Fedoniuk@vnu.edu.ua.

Кейси

Історичний контекст ІПО

Троянський кінь

Троянський кінь — один з найвідоміших античних прикладів військового обману, описаний у грецькій міфології. Під час Троянської війни греки використали великого дерев'яного коня, всередині якого ховалися їхні воїни, щоб таємно потрапити до укріпленого міста Троя.

Ця подія описана у грецькій міфології, де розповідається про фінальну стадію Троянської війни між греками та троянцями. Після десятирічної облоги міста Троя греки вигадали хитромудрий план, щоб проникнути в місто. Вони побудували величезного дерев'яного коня, всередині якого сховалися грецькі воїни. Потім греки інсценували відступ, залишивши кінь біля воріт Трої як дарунок. Троянці, вважаючи, що ворог відступив і залишив подарунок у знак мирного завершення війни, затагли коня в місто. Уночі грецькі воїни, що ховалися всередині коня, вийшли та відкрили ворота міста для решти грецької армії. Це призвело до падіння Трої.

Питання на знання

- Що представляв собою Троянський кінь і яку роль він відіграв у Троянській війні?
- Яким чином греки використали Троянського коня для проникнення в Трою?

Питання на розуміння

- Чому троянці вирішили затагти Троянського коня у своє місто?
- Як використання обману в цьому випадку вплинуло на результат війни?

Питання на застосування

- Як би ви могли застосувати принципи, використані в кейсі з Троянським конем, у сучасних військових або інформаційних операціях?
- Придумайте приклад сучасної ситуації, де б методи, схожі на ті, що використовувалися в кейсі з Троянським конем, могли б бути ефективними.

Питання на аналіз

- Проаналізуйте, які фактори вплинули на те, що троянці вирішили довіряти грекам і затагли Троянського коня в місто.
- Розділіть кейс з Троянським конем на основні етапи і поясніть роль кожного з них у загальному успіху операції.

Питання на синтез

- Запропонуйте власний план інформаційно-психологічної операції для введення ворога в оману, використовуючи принципи, аналогічні тим, що були застосовані в кейсі з Троянським конем.
- Як можна інтегрувати методи з кейсу з Троянським конем у навчальні програми для підготовки фахівців з міжнародних відносин?

Питання на оцінку

- Оцініть ефективність використання Троянського коня як методу військового обману. Які переваги і недоліки такого підходу ви бачите?
- Які ризики та переваги ви бачите у використанні подібних інформаційно-психологічних операцій у сучасному світі?

Операція “Емська депеша”: операція Отто фон Бісмарка

Це класичний приклад використання інформаційно-психологічних операцій у геополітиці, що демонструє, як маніпульоване зі стратегічною метою повідомлення може викликати міжнародний конфлікт і змінити хід історії.

У липні 1870 року, перед початком франко-пруської війни, Отто фон Бісмарк, канцлер Пруссії, використав свої вміння для каталізу військового конфлікту, що згодом призвело до об’єднання німецьких земель під егідою Пруссії. Усе почалось із банального дипломатичного епізоду. Французький посланник зустрівся з пруським королем Вільгельмом I у курортному містечку Емс, щоб обговорити можливість заборони пруському принцу зайняти трон Іспанії. Інакше це могло б значно зміцнити Пруссію та загрозувати Франції.

Помічник Бісмарка Генріх фон Абекен передав депешу від короля Вільгельма, яка стосувалася його розмови з французьким послом. Бісмарк модифікував зміст цього повідомлення, щоб цілеспрямовано спровокувати французьку відповідь в аспекті міжнародного конфлікту. Фон Бісмарк викреслив із депеші інформацію про те, що король Вільгельм I готовий продовжувати переговори з французьким послом, що значно змінило контекст повідомлення. Він опублікував цей відредагований варіант, який викликав обурення у Франції та спонукав імператора Наполеона III до оголошення війни. Цей хід був розрахований на ескалацію конфлікту, що й сталося. Це приклад, як методи інформаційно-психологічного впливу можуть бути використані для маніпуляції громадською думкою та політичними рішеннями на міжнародній арені. У підсумку опублікована депеша звучала зневажливо для французів, вона справила враження, що пруський король грубо відштовхнув французького посланника. Маніпульоване повідомлення спричинило обурення у Франції та призвело до швидкого оголошення війни Пруссії, чого й домагався Бісмарк. Війна закінчилася поразкою Франції та прокладенням шляху до створення Німецької імперії.

Цей випадок ілюструє, як інформаційно-психологічні операції можуть бути використані не лише для ведення війн, але й для формування держав. Він також підкреслює важливість критичного сприйняття інформації та необхідність перевірки фактів у напружених геополітичних умовах.

Креативні завдання

Створення листування. Уявіть, що ви є французьким посланником або пруським королем Вільгельмом I. Напишіть серію листів або телеграм, обговорюючи питання, що піднімалися під час зустрічі в Емсі.

Інструкції:

- Оберіть роль: французький посланник або пруський король Вільгельм I.
- Напишіть кілька листів або телеграм, що відображають позицію вашого персонажа щодо обговорюваних питань.
- Зосередьтеся на ключових моментах переговорів і можливих дипломатичних тонкощах.

Розробка плану дипломатичної кампанії. Розробіть альтернативний план дипломатичної кампанії для Франції або Пруссії, щоб уникнути військового конфлікту після Емської депеші.

Інструкції:

- Оберіть країну: Францію або Пруссію.
- Створіть план дипломатичних заходів, спрямованих на зниження напруженості та уникнення конфлікту.
- Опишіть конкретні кроки, які могли б бути зроблені для досягнення дипломатичного рішення.

Написання сценарію для історичної драми. Напишіть короткий сценарій для історичної драми, заснованої на подіях операції «Емська депеша».

Інструкції:

- Створіть основних персонажів та опишіть їхні ролі в операції.
- Напишіть діалоги та сцени, що відображають ключові моменти операції, включаючи зустріч у Емсі, модифікацію депеші та реакцію французького уряду.
- Додайте елементи драматургії, які б підкреслювали політичну напругу і стратегічні маніпуляції.

Дебати: Етичність політичних маніпуляцій. Проведіть дебати на тему етичності використання політичних маніпуляцій на прикладі операції «Емська депеша».

Інструкції:

- Поділіться на дві групи: одна група аргументує за етичність політичних маніпуляцій, інша — проти.
- Кожна група повинна підготувати аргументи, використовуючи приклади з операції «Емська депеша» та інших історичних подій.
- Проведіть дебати, вислуховуючи аргументи обох сторін і спробуйте дійти до спільного висновку.

Аналіз історичних наслідків. Проведіть аналіз історичних наслідків операції «Емська депеша» для європейської політики XIX століття.

Інструкції:

- Дослідіть довгострокові наслідки франко-пруської війни, що була спровокована операцією «Емська депеша».
- Оцініть, як ця війна вплинула на об'єднання Німеччини та баланс сил у Європі.
- Напишіть аналітичний звіт, у якому поясніть, чому операція «Емська депеша» була значущою подією в європейській історії.

Операція “Фортітюд”

Операція “Фортітюд”, одна з найбільш масштабних і ефективних операцій військового обману під час Другої світової війни, спрямована на введення в оману нацистської Німеччини щодо місця та часу вторгнення союзників у Європу. Ця ІПО сконцентрувала увагу на тому, щоб переконати нацистів, що інвазія відбудеться не в Нормандії, а північніше, у Па-де-Кале, внаслідок чого ворог був майже повністю дезорієнтованим, і є одним з найбільш прикладів обману через умисне неправильне спілкування в історії війн. Деталі цієї кампанії і її вплив на стратегію докладно розглянуті у роботі Пола Райдера (Ryder, 2021). Операція “Фортітюд” мала дві основні частини: “Фортітюд-Північ” та “Фортітюд-Південь”, кожна з яких створювала враження про основні напрямки інвазії, відволікаючи німців від Нормандії. Деталі цієї операції викладені у роботі Майкла Донована (Donovan, 2014).

Ryder, P. (2021). Strategy and Semiosis: Insights from Operation Fortitude. southern semiotic review. <https://doi.org/10.33234/ssr.14.3>.

Donovan, M. (2014). Strategic Deception: OPERATION FORTITUDE. . <https://doi.org/10.21236/ada404434>.

Питання на знання

- Яка була основна мета операції "Фортітюд"?
- Які дві частини склали операцію "Фортітюд"?

Питання на розуміння

- Чому операція "Фортітюд" була важливою для успішного проведення Дня Д?
- Як інформаційно-психологічні операції можуть впливати на хід військових дій?

Питання на застосування

- Як би ви застосували принципи, використані в операції "Фортітюд", у сучасних інформаційних кампаніях?
- Наведіть приклад сучасної ситуації, де б методи, схожі на ті, що використовувалися в операції "Фортітюд", могли б бути ефективними.

Питання на аналіз

- Проаналізуйте, як дії союзників під час операції "Фортітюд" вплинули на стратегічні рішення нацистів.
- Розділіть операцію "Фортітюд" на основні складові і поясніть роль кожної з них.

Питання на синтез

- Запропонуйте власний план інформаційно-психологічної операції для введення ворога в оману в сучасному конфлікті.

- Як можна інтегрувати методи з операції "Фортітюд" у навчальні програми для підготовки фахівців з міжнародних відносин?

Питання на оцінку

- Оцініть ефективність операції "Фортітюд" з точки зору її впливу на загальний хід Другої світової війни.
- Які ризики та переваги ви бачите у використанні подібних інформаційно-психологічних операцій у сучасному світі?

Операція "Мінсміт"

Операція "Мінсміт" (англ. Operation Mincemeat) була однією з найбільш витончених і успішних операцій військового обману під час Другої світової війни, спрямована на введення в оману нацистського командування щодо місця наступного великого десанту союзників у Європі. Ця британська операція військового обману відбулася у 1943 році й передбачала скидання з підводного човна тіла "британського офіцера" з підробленими секретними документами біля узбережжя Іспанії. Згідно з документами, союзники планували напасти на Грецію та Сардинію, а не на Сицилію, як це насправді мало статися. Німці сприйняли обман і перегрупували свої сили, що дало союзникам перевагу в битві за Сицилію, що в підсумку стало класичним прикладом успішного використання стратегії військового обману. Кевін Готтліб детально аналізує судово-медичні аспекти операції, де основним "актором" було тіло підполковника Вільяма Мартіна, викинуте на узбережжя Іспанії. Цей випадок став ключовим у переконанні нацистів, що наступна велика атака союзників відбудеться в Греції, а не на Сицилії, що і сталося (Gottlieb, 2009). Бен Селлерс оцінює, як команда Евена Монтагу успішно використала шість принципів військового обману (фокус, ціль, централізоване керування, безпека, своєчасність, інтеграція), щоб ввести в оману німців та змінити їх стратегічні плани, давши змогу союзникам виконати свої завдання (Sellers, 2009).

Завдання

Створення щоденника подій. Уявіть, що ви — один з учасників операції «Мінсміт». Ведіть щоденник подій від імені цієї особи, описуючи її думки, відчуття і спостереження під час підготовки і виконання операції.

Інструкції:

- Оберіть роль: офіцер британських військових, капітан підводного човна, шпигун, або будь-який інший учасник операції.
- Описуйте події у формі щоденникових записів, додаючи особисті думки та переживання.
- Звертайте увагу на ключові моменти операції, такі як підготовка тіла, створення підроблених документів, момент скидання тіла та реакція на новини про успіх операції.

Розробка симуляційної гри. Розробіть концепцію настільної або онлайн-симуляційної гри, заснованої на операції «Мінсміт». Мета гри — успішно провести операцію і ввести в оману ворога.

Інструкції:

- Опишіть основні правила гри, мету і ролі учасників.
- Включіть різні сценарії та виклики, з якими гравці можуть зіткнутися під час гри.
- Придумайте, як гравці можуть використовувати стратегію і тактику для досягнення успіху в операції.

Написання сценарію для фільму або п'єси. Напишіть короткий сценарій для фільму або п'єси, заснованого на подіях операції «Мінсміт».

Інструкції:

- Створіть основні персонажі та опишіть їхні ролі в операції.
- Напишіть діалоги та сцени, що відображають ключові моменти операції, включаючи підготовку, скидання тіла та реакцію нацистського командування.
- Додайте елементи драматургії, які б підкреслювали напругу і складність операції.

Аналіз альтернативних стратегій. Проаналізуйте альтернативні стратегії, які могли б бути використані замість операції «Мінсміт», і порівняйте їх ефективність.

Інструкції:

- Виберіть декілька можливих альтернативних стратегій військового обману.
- Оцініть їх переваги та недоліки порівняно з операцією «Мінсміт».
- Напишіть звіт, у якому поясніть, чому операція «Мінсміт» була обрана і чи могла б одна з альтернатив бути ефективнішою.

Операція “Денвер”

Прикладом “активних заходів” є радянська дезінформаційна операція “Інфекція”, відома також як Операція “Денвер”. Її метою було поширення неправдивої інформації про те, що ВІЛ/СНІД був створений американськими науковцями як біологічна зброя. Ця кампанія була запущена у 1983 році й мала на меті посягати на довіру й невпевненість серед американського населення й союзників США, а також відволікти міжнародну увагу від радянських дій в Афганістані.

Основною метою був підрив довіри до Сполучених Штатів Америки серед союзників по НАТО та зниження авторитету США у світі. Додатково, це мало зміцнити позиції СРСР у міжнародних відносинах як морального лідера в боротьбі за мир і безпеку.

Операція використовувала різноманітні інформаційні канали, включаючи наукові публікації та заяви на західних медіа-платформах, для поширення інформації про начебто американське походження ВІЛ. Радянські джерела активно цитувалися в альтернативних новинах і країнах, які були критично налаштовані проти США, що посилювало розповсюдження цього нарративу.

Згідно з науковою роботою Дугласа Е. Селведжа, опублікованою у “Journal of Cold War Studies” (Selvage, D. E. 2019, 2021), радянське командування залучило до цієї кампанії не тільки КДБ, але й Міністерство державної безпеки Східної Німеччини (Stasi). Їхня діяльність охоплювала не лише поширення фальшивих теорій про походження ВІЛ/СНІДу, але й організацію публікацій та інтерв'ю науковців, які підтримували ці теорії, зокрема Якоба і Ліллі Сегалів.

Selvage, D. (2019). Operation “Denver”: The East German Ministry of State Security and the KGB's AIDS Disinformation Campaign, 1985–1986 (Part 1). Journal of Cold War Studies, 21, 71-123. https://doi.org/10.1162/jcws_a_00907.

Selvage, D. (2021). Operation "Denver": The East German Ministry for State Security and the KGB's AIDS Disinformation Campaign, 1986–1989 (Part 2). Journal of Cold War Studies, 23, 4 - 80.

Завдання для самостійного опрацювання на основі кейсу "Операція «Денвер»"

Науково-популярна стаття: Аналіз дезінформаційних кампаній на прикладі операції «Денвер»

Завдання: Напишіть науково-популярну статтю, аналізуючи операцію «Денвер» як приклад дезінформаційної кампанії під час Холодної війни.

Інструкції:

Вступ:

- Введіть загальну інформацію про операцію «Денвер».
- Поясніть значення дезінформаційних кампаній у контексті Холодної війни.
- Опишіть мету вашої статті.
- Історичний контекст:
- Опишіть політичну та військову ситуацію, яка передувала операції «Денвер».
- Визначте ключові гравці та їхні інтереси.

Цілі та методи операції «Денвер»:

- Детально опишіть основні цілі операції.
- Окресліть конкретні методи дезінформації, що були використані.
- Вплив на суспільну думку та міжнародні відносини:
- Проаналізуйте, як операція «Денвер» вплинула на суспільну думку як у країні-цілі, так і на міжнародному рівні.
- Наведіть приклади, як дезінформація змінила поведінку або рішення політичних лідерів.
- Порівняння з іншими дезінформаційними кампаніями:
- Проведіть порівняння операції «Денвер» з іншими відомими дезінформаційними кампаніями Холодної війни.
- Виділіть спільні риси та відмінності.

Сучасні уроки та рекомендації:

- Обговоріть, які уроки можна винести з операції «Денвер» для сучасних інформаційних війн.
- Запропонуйте рекомендації для урядів та організацій щодо протидії дезінформації.

Висновок:

- Підсумуйте основні висновки вашої статті.
- Вкажіть на значення розуміння історичних дезінформаційних кампаній для сучасного світу.

Додаткові елементи:

Використання джерел:

- Залучіть різноманітні джерела, такі як історичні документи, наукові статті, інтерв'ю з експертами.
- Перевірте достовірність та надійність джерел.

Аналіз прикладів:

- Включіть конкретні приклади дезінформаційних заходів, що були частиною операції «Денвер».
- Оцініть їх ефективність та наслідки.

Графіки та діаграми:

- За можливості, використовуйте графіки та діаграми для ілюстрації впливу дезінформаційних кампаній.
- Включіть візуалізації, які допоможуть краще зрозуміти масштаб та методи операції.

Підказки для написання:

- Почніть з детального планування структури статті.
- Досліджуйте якомога більше джерел, щоб мати повне розуміння контексту та деталей операції.
- Використовуйте чітку та логічну аргументацію для підтримки своїх висновків.
- Перевірте статтю на граматичні та стилістичні помилки перед завершенням.

Втручання у вибори в США (2016)

Однією з ключових подій у контексті вивчення впливу цифрових технологій на демократичні процеси стало розслідування Конгресу США щодо втручання Росії у президентські вибори 2016 року. Розслідування Мюллера (Mueller, R. S., III. 2019) мало на меті з'ясувати, як Росія впливала на виборчий процес у Сполучених Штатах, зокрема із використанням соціальних медіа й інших онлайн-платформ. У спеціально підготовленому з цього приводу звіті зосереджено увагу на діяльності Агентства інтернет-досліджень (IRA), російської організації, яка використовувала тролінг і дезінформаційні кампанії для формування й посилення розбрату серед американських виборців. Розслідування мало наслідком публікацію значних масивів даних, що стосувалися в тому числі рекламних повідомлень на Facebook і постів у Twitter, які були використані для маніпуляцій. Ці дані вказували на тактику та стратегії, використані російськими спецслужбами. Водночас виникли питання щодо вразливості американської демократії та її здатності протистояти зовнішнім утручанням, що здійснюються за допомогою цифрових технологій. У підсумку до Конгресу внесено низку рекомендацій щодо посилення захисту виборчої системи і прозорості політичної реклами в соціальних мережах. Це розслідування стало важливим етапом у розумінні глобального впливу соціальних медіа на політичні процеси й змусило переглянути підходи до кібербезпеки й захисту інформаційного простору.

Потужний суспільний резонанс унаслідок розкриття деталей операції втручання в американські вибори викликав низку досліджень. D. Gavra, P. Slutskiy (2020) аналізують висвітлення російськими медіа звинувачень у втручанні у президентські вибори 2016 року, включаючи розслідування Мюллера та публікацію звіту про розслідування. Ryan L. Boyd, Alexander Spangher, Adam Fourney та ін. (2018) аналізують діяльність російського Агентства інтернет-досліджень під час виборів, уключаючи вивчення використання мови в рекламах на Facebook та твітах. У статті Badawy, A., Ferrara, E., & Lerman, K. (2018) досліджуються ефекти маніпуляційної кампанії, вивчаючи користувачів, які перепублікували пости від російських трольових акаунтів, офіційно визнаних у розслідуванні Конгресу США. Дослідження показало, що консерватори значно частіше ретвітили російських тролів, і найбільше вмісту троля походило з Південних штатів. Johnson, D. E. (2019) показує, як російська дезінформаційна кампанія використовувала расові розбіжності у США для підриву довіри до американських виборчих процесів.

Gavra, D., & Slutskiy, P. (2020). Trump, Mueller Investigation, and Alleged Russian Election Meddling: Russian Media Coverage in 2017-2019. *American Behavioral Scientist*, 65, 482 - 511. <https://doi.org/10.1177/0002764220978455>.

Boyd, R., Spangher, A., Fourney, A., Nushi, B., Ranade, G., Pennebaker, J., & Horvitz, E. (2018). Characterizing the Internet Research Agency's Social Media Operations During the 2016 U.S. Presidential Election using Linguistic Analyses. . <https://doi.org/10.31234/osf.io/ajh2q>.

Badawy, A., Ferrara, E., & Lerman, K. (2018). Analyzing the Digital Traces of Political Manipulation: The 2016 Russian Interference Twitter Campaign. 2018 IEEE/ACM International Conference on Advances in Social Networks Analysis and Mining (ASONAM), 258-265. <https://doi.org/10.1109/ASONAM.2018.8508646>.

Johnson, D. E. (2019). Russian Election Interference and Race-Baiting. *Columbia Journal of Race and Law*, 9(2), 191–264. <https://doi.org/10.7916/cjrl.v9i2.3409>

Завдання: Підготуйте аналітичний звіт, у якому оціните вплив втручання Росії у президентські вибори в США 2016 року на демократичні процеси в США та на глобальному рівні.

Інструкції:

Вступ:

- Введіть загальну інформацію про втручання у вибори в США 2016 року.
- Вкажіть мету та завдання вашого звіту.

Контекст і передумови:

- Окресліть політичну ситуацію в США перед виборами 2016 року.
- опишіть роль Агентства інтернет-досліджень (IRA) та інші ключові елементи втручання.

Методи та стратегії втручання:

- Охарактеризуйте основні методи дезінформаційних кампаній, використаних під час виборів, зокрема тролінг, фейкові новини та маніпуляції через соціальні медіа.
- Наведіть конкретні приклади рекламних повідомлень на Facebook та постів у Twitter.

Аналіз впливу на виборчий процес:

- Проаналізуйте, як втручання вплинуло на виборчу поведінку та результати виборів.
- Розгляньте вплив дезінформаційних кампаній на різні соціальні та демографічні групи.

Соціальні та політичні наслідки:

- Оцініть вплив втручання на суспільну думку та політичну стабільність у США.
- Проаналізуйте, як втручання вплинуло на довіру до демократичних інститутів та виборчих процесів.

Порівняння з іншими випадками втручання:

- Порівняйте втручання у вибори в США 2016 року з іншими відомими випадками втручання у виборчі процеси в різних країнах.
- Виділіть спільні риси та відмінності.

Рекомендації та висновки:

- Запропонуйте конкретні рекомендації щодо захисту демократичних процесів від зовнішнього втручання.
- Обговоріть можливі стратегії для покращення кібербезпеки та підвищення прозорості політичної реклами в соціальних мережах.
- Підсумуйте основні висновки вашого звіту.

Один з яскравих прикладів — кампанія, спрямована на Балтійські держави, особливо після 2014 року, про що пише Lanoszka (2019). З боку Росії активно поширювалися фальшиві наративи та чутки для формування міжнародної думки на свою користь, із використанням різних платформ, включаючи соціальні мережі й традиційні медіа. Здійснювалися поширення неправдивої інформації про нібито репресії російськомовного населення в цих країнах і фабрикація новин про втручання НАТО. Метою було не лише вплинути на внутрішньополітичну ситуацію в державах Балтії, а й змінити зовнішньополітичні орієнтації, зокрема їхні відносини з НАТО та Європейським Союзом. Дезінформація мала спричинити посилення напруженості в регіоні, підірвати довіру між країнами. Але вона також змусила міжнародні організації активізувати зусилля щодо боротьби з фальшивими новинами.

Lanoszka, A. (2019). Disinformation in international politics. *European Journal of International Security*, 4, 227 - 248. <https://doi.org/10.1017/eis.2019.6>.

Дослідницький проект: Вплив російської дезінформаційної кампанії на Балтійські держави

Завдання: розробіть дослідницький проект, який оцінить вплив російської дезінформаційної кампанії на Балтійські держави після 2014 року. Ваш проект має включати план дослідження, методологію, аналіз зібраних даних і висновки.

Інструкції:

Формулювання дослідницьких питань:

- Визначте основні дослідницькі питання, на які ви плануєте відповісти у своєму проекті. Наприклад: "Як російська дезінформаційна кампанія вплинула на суспільну думку в Балтійських державах?", "Які методи дезінформації були найбільш ефективними?"

Огляд літератури:

- Проведіть огляд наукових джерел і звітів, присвячених темі дезінформаційних кампаній і їхнього впливу на Балтійські держави.
- Включіть у свій огляд роботи Lanoszka (2019) та інші релевантні дослідження.

Методологія:

- Опишіть методологічний підхід, який ви будете використовувати для дослідження.
- Оберіть відповідні методи збору даних: контент-аналіз, опитування, інтерв'ю, аналіз соціальних мереж тощо.
- Обґрунтуйте вибір методів і поясніть, як вони допоможуть вам відповісти на дослідницькі питання.
- Збір даних:
- Зберіть необхідні дані для аналізу, використовуючи обрані методи.
- Приклади даних: публікації в соціальних медіа, новинні статті, результати опитувань, статистика щодо поширення фальшивих новин.

Аналіз даних:

- Проведіть аналіз зібраних даних, щоб виявити основні тенденції та закономірності.
- Використовуйте статистичні методи та інструменти для обробки даних.

Висновки:

- Зробіть висновки на основі проведеного аналізу.
- Оцініть вплив російської дезінформаційної кампанії на внутрішньополітичну та зовнішньополітичну ситуацію в Балтійських державах.

Рекомендації:

- Розробіть рекомендації для урядів Балтійських держав і міжнародних організацій щодо покращення стратегій боротьби з дезінформацією.
- Запропонуйте конкретні заходи для зміцнення кібербезпеки та підвищення медіаграмотності населення.

Презентація результатів:

- Підготуйте презентацію з результатами вашого дослідницького проекту.
- Включіть основні висновки, графіки та діаграми, що ілюструють ваші результати.

Теорії та методології ІПО

Основні теорії: визначення й аналіз основних теоретичних підходів до ІПО

Hearts and Minds

Цей історичний приклад у контексті ІПО пов'язаний з американськими воєнними операціями під час війни у В'єтнамі. Кейс відображає, як дії американських військових викликали дисонанс у в'єтнамців, а також серед власних вояків і цивільного населення в США.

Під час В'єтнамської війни американське військове командування започаткувало інформаційну кампанію з метою виграти підтримку в'єтнамського населення шляхом комбінування гуманітарних проєктів і психологічного впливу. У результаті демонстрації позитивного впливу американської присутності та пропагування ідеї про загрози від комуністичного режиму мала зменшитися підтримка В'єтконгу. З одного боку, в'єтнамці бачили підтримку від США, зокрема медичну допомогу й будівництво інфраструктури, що створювало позитивний образ американців. З іншого, вони стикалися з жорстокістю війни, бомбардуваннями та руйнуванням поселень, що викликало сильний внутрішній конфлікт і дисонанс, і, як наслідок, відбувся розкол між реальністю їхнього досвіду та образом, який намагалися створити Сполучені Штати.

Цей дисонанс викликав складні реакції серед в'єтнамського населення, оскільки деякі відчували вдячність за американську допомогу, в той час як інші — обурення та зраду через воєнні злочини і руйнації, що суперечили обіцянкам про покращення.

Хоча метою операції "Hearts and Minds" було виграти підтримку й довіру в'єтнамського населення, реальні результати були змішаними і в багатьох випадках контрпродуктивними. На мікрорівні деякі спроби покращення інфраструктури та гуманітарної допомоги були оцінені місцевим населенням позитивно. Однак у більших масштабах широко розповсюджене невдоволення війною, цивільні жертви, знищення сіл і зростаюче відчуття окупації лише зміцнили опір і підтримку В'єтконгу серед населення В'єтнаму. У підсумку, ця операція не змогла досягти своїх стратегічних цілей і не змінила хід війни на користь Сполучених Штатів. Навпаки, противники США широко використовували ситуацію в своїх інтересах навіть у глобальних масштабах. Імовірно, що це стало одним із чинників розгортання антивоєнних рухів, що наприкінці 1960-х охопили низку країн і також США. Підсумком стало завершення війни не на користь останніх.

Gregory, D., Preston, A., & Wiley, J. (Eds.). (2010). *Hearts and Minds: A People's History of Counterinsurgency*. New Press. <https://archive.org/details/heartsmindspeopl0000unse> (архів)

Аналітичне есе: Аналіз когнітивного дисонансу в контексті операції "Hearts and Minds" під час В'єтнамської війни

Завдання: напишіть аналітичне есе, в якому дослідьте, як теорія когнітивного дисонансу проявляється в контексті операції "Hearts and Minds" під час В'єтнамської війни.

Інструкції:

Вступ:

- Введіть загальну інформацію про операцію "Hearts and Minds".
- Введіть теорію когнітивного дисонансу, розроблену Леоном Фестінгером, і поясніть її основні положення.
- Опишіть мету вашого есе.

Теоретичний огляд:

- Детальніше поясніть теорію когнітивного дисонансу, включаючи основні поняття, такі як "когніції", "дисонанс", "консонанс" і "зменшення дисонансу".

- Обговоріть, як когнітивний дисонанс може впливати на поведінку і рішення людей у контексті воєнних конфліктів.

Аналіз когнітивного дисонансу серед в'єтнамського населення:

- Охарактеризуйте, як гуманітарні проєкти та психологічний вплив американських військових створювали когнітивний дисонанс серед в'єтнамців.
- Проаналізуйте, як позитивний образ американської присутності (медична допомога, будівництво інфраструктури) контрастував з жорстокістю війни (бомбардування, руйнування поселень).
- Опишіть реакції в'єтнамського населення на цей дисонанс: вдячність, обурення, зрада.

Аналіз когнітивного дисонансу серед американських військових і цивільного населення:

- Охарактеризуйте, як дії американських військових і наслідки операції "Hearts and Minds" викликали когнітивний дисонанс серед самих військових та цивільного населення США.
- Проаналізуйте реакції на дисонанс, зокрема антивоєнні рухи, протести, моральні дилеми військових.

Стратегії зменшення когнітивного дисонансу:

- Обговоріть, які стратегії зменшення когнітивного дисонансу використовували в'єтнамці та американці.
- Включіть приклади конкретних дій або змін у поведінці, спрямованих на зменшення дисонансу.

Висновки:

- Підсумуйте основні висновки вашого аналізу.
- Обговоріть, як розуміння когнітивного дисонансу може допомогти в аналізі та розробці інформаційно-психологічних операцій у сучасних конфліктах.
- Додаткові елементи:

Використання джерел:

- Залучіть різноманітні джерела, такі як історичні документи, наукові статті з психології та дослідження про В'єтнамську війну.
- Перевірте достовірність та надійність джерел.

Приклади з реального життя:

- Включіть конкретні приклади дій американських військових та реакцій в'єтнамського населення.
- Підтримуйте ваші аргументи реальними фактами та свідченнями.

Обговорення етичних аспектів:

- Обговоріть етичні питання, пов'язані з проведенням операцій, які можуть викликати когнітивний дисонанс.
- Висловіть свою думку щодо етичності використання інформаційно-психологічних операцій у воєнних конфліктах.

Підказки для написання есе:

- Почніть з детального планування структури есе.
- Використовуйте чітку та логічну аргументацію для підтримки своїх висновків.
- Підтримуйте свої аргументи теоретичними положеннями та реальними прикладами.
- Перевірте есе на граматичні та стилістичні помилки перед завершенням.

Маніпуляції навколо радянського вторгнення в Афганістан

Радянське вторгнення в Афганістан у 1979 році стало однією з найбільш резонансних військових операцій Холодної війни. Радянський Союз, відповідно до положень теорії затемнення, здійснював маніпуляції громадською думкою як власної країни, так і світової спільноти, представляючи своє вторгнення як "дружню допомогу" афганському народу в боротьбі проти "внутрішньої контрреволюційної змови". Таким чином "затемнювалися" реальні цілі — досягнення стратегічного домінування в регіоні та боротьба з впливом США. Медіа в Радянському Союзі зображували афганських моджахедів як бандитів і терористів, приховуючи масштаби громадянського спротиву та жертв серед цивільного населення.

Індивідуальне завдання: Розробка сценарію рольової гри для аналізу застосування теорії затемнення

Завдання: розробіть сценарій рольової гри, яка допоможе учасникам зрозуміти, як теорія затемнення застосовувалася Радянським Союзом під час вторгнення в Афганістан у 1979 році. Підготуйте всі необхідні матеріали для проведення гри.

Інструкції:

Формулювання мети гри:

- Визначте основну мету рольової гри: допомогти учасникам зрозуміти, як Радянський Союз використовував теорію затемнення для маніпуляції громадською думкою під час вторгнення в Афганістан.

Розробка сценарію гри:

- Створіть детальний сценарій, що включає основні події та ключові моменти вторгнення Радянського Союзу в Афганістан.
- Включіть у сценарій різні ролі, такі як радянські чиновники, афганські моджахеди, міжнародні журналісти, громадяни СРСР, представники міжнародних організацій.

Розробка ролей та завдань:

- Описати кожну роль, яку будуть виконувати учасники гри, та їхні завдання.
- Наприклад, радянські чиновники повинні просувати офіційну версію подій, афганські моджахеди – поширювати інформацію про реальні події, міжнародні журналісти – розслідувати ситуацію і т.д.

Підготовка матеріалів:

- Підготуйте всі необхідні матеріали для гри, такі як історичні документи, статті з радянських газет, офіційні заяви радянського уряду, що відображають маніпуляції громадською думкою.
- Створіть підроблені новини та медіа-звіти, які ілюструють методи затемнення, використовувани Радянським Союзом.

Розробка інструкцій для учасників:

- Напишіть чіткі інструкції для кожної ролі, що пояснюють їхні завдання та мету участі в грі.
- Включіть вказівки щодо взаємодії з іншими ролями та очікуваних результатів.

Оцінка та рефлексія:

- Підготуйте питання для обговорення та рефлексії після гри, які допоможуть учасникам проаналізувати застосування теорії затемнення та їхню роль у грі.
- Запропонуйте учасникам написати рефлексивне есе про свої дії та дії інших учасників, використовуючи концепції теорії затемнення.

Додаткові елементи:

- Підготовка візуальних матеріалів:
- Створіть презентацію або інфографіку, яка допоможе учасникам краще зрозуміти контекст гри та теорію затемнення.
- Включіть графіки та діаграми для ілюстрації основних концепцій і подій.
- Використання мультимедійних засобів:
- Включіть відеоматеріали або аудіозаписи, які відображають офіційну позицію Радянського Союзу та реальні події в Афганістані.
- Використовуйте ці матеріали для створення більш реалістичного досвіду гри.
- Обговорення етичних аспектів:
- Підготуйте матеріали для обговорення етичних питань, пов'язаних з використанням теорії затемнення.
- Запропонуйте учасникам обговорити етичність маніпуляцій громадською думкою у воєнних конфліктах.

Підказки для виконання завдання:

- Почніть з детального планування структури гри та розробки сценарію.

- Переконайтеся, що всі матеріали добре підготовлені та зрозумілі для учасників.
- Створіть сприятливу атмосферу для взаємодії та обміну думками між учасниками.
- Підтримуйте дискусію та сприяйте активному залученню всіх учасників.

Маніпуляції навколо російського вторгнення в Грузію

У 2008 році відбувся військовий **конфлікт між Росією та Грузією**, зосереджений на територіях Південної Осетії та Абхазії. Росія використовувала стратегію затемнення, активно пропагуючи ідею про “геноцид осетинського населення” з боку грузинського уряду з метою прикриття військової інтервенції гаслом “миротворчої місії”. Водночас, російські ЗМІ та офіційні особи замовчували численні воєнні злочини, вчинені російськими військами під час конфлікту.

Індивідуальне завдання: Написання дослідницької статті про застосування теорії затемнення під час російського вторгнення в Грузію

Завдання: напишіть статтю, в якій проаналізуєте застосування теорії затемнення під час російського вторгнення в Грузію у 2008 році. Ваше дослідження має включати аналіз методів затемнення, використаних Росією, та їх вплив на міжнародну думку.

Інструкції:

Вступ:

- Введіть загальну інформацію про російське вторгнення в Грузію у 2008 році.
- Введіть теорію затемнення, поясніть її основні положення та значення.
- Опишіть мету вашої статті.

Контекст і передумови конфлікту:

- Окресліть політичну та соціальну ситуацію в Грузії та Росії перед конфліктом.
- Визначте ключових гравців та їхні інтереси у конфлікті, включаючи території Південної Осетії та Абхазії.

Методи затемнення:

- Детально опишіть стратегії та тактики затемнення, використані Росією під час конфлікту.
- Проаналізуйте, як Росія пропагувала ідею “геноциду осетинського населення” для виправдання своєї військової інтервенції.
- Окресліть, як російські ЗМІ та офіційні особи замовчували воєнні злочини, вчинені російськими військами.

Аналіз медіа-кампаній:

- Зберіть та проаналізуйте медіа-матеріали з російських та міжнародних джерел, що висвітлюють події конфлікту.
- Використайте інструменти контент-аналізу для оцінки основних наративів, що просувалися російськими медіа.

Вплив на міжнародну думку:

- Оцініть, як затемнення вплинуло на міжнародну думку щодо конфлікту.
- Розгляньте реакцію міжнародної спільноти та медіа на російську пропаганду.
- Проаналізуйте, як стратегії затемнення вплинули на позицію міжнародних організацій та держав щодо конфлікту.

Висновки:

- Підсумуйте основні висновки вашого аналізу.
- Запропонуйте рекомендації для міжнародної спільноти щодо виявлення та протидії стратегіям затемнення у майбутніх конфліктах.

Інформаційна кампанія у зв'язку з другою війною в Перській затоці

Прикладом використання теорії затемнення на міжнародному рівні є **війна в Іраку 2003 року**, ініційована коаліцією на чолі зі Сполученими Штатами. Адміністрація президента Джорджа Буша використовувала інформаційні затемнення для виправдання військового вторгнення в Ірак, посилаючись на існування зброї масового знищення (ЗМЗ).

Перед вторгненням і під час війни американський уряд активно поширював інформацію, акцентуючи на небезпеці, яку нібито становить режим Саддама Хусейна через володіння ЗМЗ. Медіа були переповнені заявами про зв'язки Хусейна з терористичними організаціями та його наміри використати ЗМЗ проти Заходу, що спричинило страх і формувало підтримку військових дій серед громадян США й інших країн. Інформація, що суперечила офіційній позиції уряду, часто ігнорувалася або замовчувалася.

Після війни, коли з'ясувалося, що заяви про ЗМЗ не знайшли фактичного підтвердження, відбулося значне переосмислення ролі уряду США у формуванні громадської думки.

Індивідуальне завдання: Створення дослідницького блогу про інформаційні операції під час другої війни в Перській затоці

Завдання: розробіть дослідницький блог для платформи WordPress, який аналізує використання теорії затемнення та інших методів інформаційно-психологічних операцій під час другої війни в Перській затоці. Ваш блог повинен включати аналіз основних наративів, методів їх поширення, та їх впливу на громадську думку.

Інструкції:

Вступна стаття:

- Введіть загальну інформацію про другу війну в Перській затоці 2003 року.
- Поясніть основні концепції теорії затемнення та інформаційно-психологічних операцій.
- Опишіть мету та структуру вашого блогу.

Аналіз інформаційних наративів:

- Напишіть статтю про основні наративи, які використовувала адміністрація президента Джорджа Буша для виправдання військового вторгнення в Ірак.
- Проаналізуйте, як ці наративи були побудовані, які аргументи використовувалися, та які джерела інформації залучалися.

Методи поширення інформації:

- Напишіть статтю про методи поширення інформаційних наративів під час війни.
- Окресліть роль медіа, офіційних заяв уряду, пропагандистських матеріалів та інших каналів комунікації.
- Наведіть приклади конкретних інформаційних кампаній та їх вплив на суспільство.

Вплив на громадську думку:

- Напишіть статтю про вплив інформаційних операцій на громадську думку в США та інших країнах.
- Проаналізуйте, як ці наративи формували підтримку військових дій серед громадян.
- Обговоріть реакцію суспільства після того, як з'ясувалося, що заяви про зброю масового знищення не знайшли фактичного підтвердження.

Порівняння з іншими інформаційними операціями:

- Напишіть статтю, в якій порівняйте інформаційні операції під час другої війни в Перській затоці з іншими відомими інформаційними операціями.
- Визначте спільні риси та відмінності, а також їхній вплив на міжнародну політику.

Заклучна стаття:

- Підсумуйте основні висновки вашого аналізу.

- Запропонуйте рекомендації для дослідників, журналістів та політиків щодо використання та протидії інформаційним операціям у майбутніх конфліктах.

Додаткові елементи:

- Використання мультимедійних засобів:
- Включіть відеоматеріали, аудіозаписи, інфографіки та фотографії, що ілюструють ваші статті.
- Використовуйте ці матеріали для створення більш повної картини подій.

Інтерв'ю з експертами:

- За можливості, проведіть інтерв'ю з експертами у сфері медіа-аналізу, політології та історії.
- Використайте їхні коментарі та думки для підкріплення ваших статей.

Посилання на джерела:

- Використовуйте надійні джерела для збору даних та аналізу.
- Включайте посилання на статті, книги, офіційні документи та інші релевантні матеріали.
- Соціальні медіа:
- Заплануйте використання соціальних медіа для поширення вашого блогу та залучення аудиторії.

Фреймінг у зв'язку з революцією в Ірані

Іранська революція 1979 року, яка призвела до падіння шаха Мохаммеда Реза Пехлеві та встановлення ісламської республіки під керівництвом аятоли Хомейні, є одним із прикладів застосування теорії фреймінгу в контексті інформаційно-психологічних операцій.

Пропагандистські зусилля, які велися з обох сторін — як з боку шаха, так і революційних сил, використовували фреймінг для формування публічної думки. Хомейні та його прихильники активно фреймили шаха як “маріонетку Заходу” й корумпованого лідера, що зрадив ісламські цінності Ірану. Цей фрейм сприяв мобілізації населення та посиленню антизахідних настроїв.

Хомейні використовував релігійні звернення, аудіокасети та друковані матеріали, щоб поширювати свій наратив про шаха й західний вплив. У такому фреймі шах зображувався як основне зло, що має бути повалене, а Хомейні — як рятівник нації та втілення ісламських цінностей. Рамки сприйняття, створені Хомейні й іншими революціонерами, ефективно повернули публічну думку на їх користь, що в підсумку призвело до успіху революції. Опісля встановлення Ісламської Республіки новий режим продовжив використовувати фреймінг для зміцнення власної влади й посилення ісламізації суспільства.

Badii, N., & Atwood, L. (1986). How the Tehran Press Responded to the 1979 Iranian Revolution. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 63, 517 - 523. <https://doi.org/10.1177/107769908606300310>.

Індивідуальне завдання: Створення презентації про застосування теорії фреймінгу під час Іранської революції

Завдання: підготуйте презентацію, яка досліджує застосування теорії фреймінгу під час Іранської революції 1979 року. Ваше дослідження має включати аналіз методів фреймінгу, використаних обома сторонами конфлікту, і їхній вплив на публічну думку.

Структура презентації:

Вступ:

- Введіть загальну інформацію про Іранську революцію 1979 року.

- Введіть теорію фреймінгу, поясніть її основні положення та значення.
- Опишіть мету вашої презентації.

Контекст революції:

- Окресліть політичну та соціальну ситуацію в Ірані перед революцією.
- Визначте ключових гравців та їхні інтереси у конфлікті, включаючи шаха Мохаммеда Реза Пехлеві та аятолу Хомейні.

Методи фреймінгу, використані шахом:

- Опишіть стратегії та тактики фреймінгу, які використовував шах для збереження своєї влади.
- Проаналізуйте, як шах та його уряд намагалися представити революціонерів та їхні дії в негативному світлі.

Методи фреймінгу, використані Хомейні:

- Опишіть стратегії та тактики фреймінгу, які використовував аятола Хомейні для мобілізації населення проти шаха.
- Проаналізуйте, як Хомейні використовував релігійні звернення, аудіокасети та друковані матеріали для поширення свого нарративу.

Аналіз медіа-кампаній:

- Зберіть та проаналізуйте медіа-матеріали, що висвітлюють події революції.
- Використайте інструменти контент-аналізу для оцінки основних нарративів, що просувалися обома сторонами конфлікту.

Вплив фреймінгу на публічну думку:

- Оцініть, як фреймінг вплинув на публічну думку та мобілізацію населення в Ірані.
- Розгляньте реакцію іранського суспільства та міжнародної спільноти на фреймінгові кампанії.

Висновки:

- Підсумуйте основні висновки вашого аналізу.
- Запропонуйте рекомендації для дослідників та політиків щодо використання та протидії фреймінгу у майбутніх конфліктах.

“Спіраль мовчання” під час виборчої кампанії у США (2016)

Наприклад, у період президентських виборів у США 2016 року, коли кандидатами були особливо полярні фігури — Гіллари Клінтон і Дональд Трамп, соціальні мережі, передусім Facebook і Twitter, були переповнені дописами, які або критикували, або підтримували кандидатів. Часто це призводило до того, що ті хто мав помірковані чи відмінні думки, відчували себе ізольованими або небажаними в дискусіях, що спонукало їх до мовчання. Коли більшість дописів у соціальних мережах були схильні підтримувати одну сторону або критикувати іншу, це створювало враження, що такі погляди є домінуючими. Люди, які могли почуватися невпевнено зі своїми контраргументами, часто вибирали не висловлюватися, щоб уникнути соціальної відсічі або кібербулінгу.

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. DOI: [10.1257/jep.31.2.211](https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211)

Індивідуальне завдання: Написання дослідницького есе про вплив "Спіралі мовчання" під час президентських виборів у США 2016 року

Завдання: напишіть дослідницьке есе, в якому проаналізуйте вплив теорії "Спіраль мовчання" під час президентських виборів у США 2016 року. Ваше дослідження має включати аналіз того, як соціальні медіа сприяли формуванню домінуючих нарративів і вплинули на поведінку виборців.

Інструкції:

Вступ:

- Наведіть загальну інформацію про президентські вибори у США 2016 року.
- Коротко опишіть теорію "Спіраль мовчання", розроблену Елізабет Ноель-Нойманн, і поясніть її основні положення.

- Опишіть мету вашого есе.

Контекст виборчої кампанії:

- Окресліть політичну та соціальну ситуацію в США перед виборами.
- Визначте ключових гравців виборчої кампанії, включаючи Гіллари Клінтон і Дональда Трампа, та їхні стратегії.

Аналіз соціальних медіа:

- Напишіть про роль соціальних медіа, таких як Facebook і Twitter, у формуванні публічної думки під час виборчої кампанії.
- Окресліть основні теми і наративи, що домінували в соціальних мережах.

Вплив "Спіралі мовчання":

- Проаналізуйте, як теорія "Спіраль мовчання" проявилася в контексті виборчої кампанії.
- Оцініть, як домінуючі наративи вплинули на поведінку користувачів соціальних медіа, зокрема на тих, хто мав відмінні або помірковані погляди.
- Наведіть приклади ситуацій, коли люди уникали висловлювати свою думку через страх соціальної відсічі або кібербулінгу.

Аналіз досліджень:

- Зверніться до досліджень Allcott і Gentzkow (2017) та інших релевантних робіт, щоб підтвердити ваші аргументи.
- Включіть дані та статистику, які ілюструють вплив соціальних медіа на громадську думку під час виборчої кампанії.

Висновки:

- Підсумуйте основні висновки вашого аналізу.
- Запропонуйте рекомендації для дослідників, політиків та користувачів соціальних медіа щодо зменшення впливу "Спіралі мовчання" у майбутніх виборчих кампаніях.

Додаткові елементи:

Аналіз даних:

- Використовуйте доступні дані та статистичні методи для аналізу впливу "Спіралі мовчання".
- Включіть графіки та діаграми для ілюстрації ваших висновків.

Огляд літератури:

- Проаналізуйте наукові статті та звіти, присвячені теорії "Спіраль мовчання" та виборам у США 2016 року.
- Використовуйте результати досліджень для підкріплення своїх аргументів.

Використання мультимедійних засобів:

- Включіть відеоматеріали, аудіозаписи, інфографіки та фотографії, що ілюструють ваші аргументи.
- Використовуйте ці матеріали для створення більш повної картини подій.

Постправда під час кампанії за вихід Великої Британії з ЄС

Так, політична кампанія 2016 р. за вихід Великобританії з ЄС була насичена дезінформацією та емоційно зарядженими заявами, що сприяли формуванню атмосфери страху й невизначеності. Маніпуляція інформацією про вплив імміграції та економічні наслідки Брекситу спотворила об'єктивний дискурс. У статті "How the Brexit referendum was won" Домінік Каммінгс, керівник кампанії Vote Leave, аналізує стратегії та методи, використані під час кампанії за вихід Великобританії з ЄС. Це джерело надає інсайдерський погляд на використання постправди й емоційного звернення в політичних кампаніях.

Cummings, D. (2017, 9 January). How the Brexit referendum was won. The Spectator. <https://www.spectator.co.uk/article/dominic-cummings-how-the-brexit-referendum-was-won/>

Постправа під час виборчої кампанії у США (2016)

Під час президентських виборів у США 2016 року кампанія Дональда Трампа використовувала стратегії, що спиралася на постправду, зокрема, — твердження без фактичного підґрунтя та апеляції до емоцій виборців замість раціональних аргументів. Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017) у статті “Social Media and Fake News in the 2016 Election” аналізують, як соціальні медіа та поширення фейкових новин вплинули на політичні переконання й поведінку виборців. Автори розглядають вплив постправди на виборчий процес і як це змінило ландшафт політичної комунікації в США.

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. DOI: [10.1257/jep.31.2.211](https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211)

Завдання: Аналіз постправди у політичних кампаніях

Підготуйте аналітичний звіт, у якому проаналізуйте феномен постправди на прикладі кампанії за вихід Великобританії з ЄС (Brexit) та президентської виборчої кампанії у США 2016 року. Зосередьтеся на аналізі стратегій, методів і впливу постправди на суспільну думку та політичну поведінку виборців.

Інструкції:

Вступ:

- Наведіть загальну інформацію про феномен постправди.
- Опишіть мету вашого звіту.
- Вкажіть, чому важливо досліджувати постправду у політичних кампаніях.

Огляд кейсів:

- Окресліть основні події та контекст кампанії за вихід Великобританії з ЄС.
- Окресліть основні події та контекст президентської виборчої кампанії у США 2016 року.

Аналіз стратегій та методів:

- Проаналізуйте стратегії та методи, використані під час кампанії за вихід Великобританії з ЄС. Використовуйте статтю Домініка Каммінгса “How the Brexit referendum was won” як основне джерело.
- Проаналізуйте стратегії та методи, використані під час президентської виборчої кампанії у США. Використовуйте статтю Allcott і Gentzkow “Social Media and Fake News in the 2016 Election” як основне джерело.

Вплив на суспільну думку та поведінку виборців:

- Оцініть, як використання постправди вплинуло на суспільну думку та поведінку виборців під час кампанії за вихід Великобританії з ЄС.
- Оцініть, як використання постправди вплинуло на суспільну думку та поведінку виборців під час президентської виборчої кампанії у США.

Порівняння кейсів:

- Порівняйте використані стратегії та методи в обох кейсах.
- Визначте спільні риси та відмінності у використанні постправди в цих кампаніях.

Приклади виконання завдання

Приклад вступної статті:

Вступ

У сучасному політичному світі феномен постправди відіграє все більш значущу роль у формуванні громадської думки та політичних процесів. Постправа визначається як обставина, за якої об'єктивні факти мають менший вплив на формування громадської думки, ніж апеляції до емоцій та особистих переконань. Це явище набуло особливої актуальності під час двох важливих політичних подій: кампанії за вихід Великобританії з ЄС (Brexit) та президентських виборів у США 2016 року. Метою цього звіту

є аналіз застосування теорій постправди в обох кейсах, вивчення впливу дезінформації на політичні переконання виборців та розробка рекомендацій для запобігання подібним явищам у майбутньому.

Приклад статті про методи поширення інформації:

Методи поширення інформації під час кампанії за вихід Великобританії з ЄС

Політична кампанія 2016 року за вихід Великобританії з ЄС використовувала широкий спектр методів поширення інформації для формування громадської думки. Однією з ключових стратегій було використання емоційно заряджених заяв та дезінформації, що сприяло створенню атмосфери страху та невизначеності. Кампанія Vote Leave активно поширювала інформацію про нібито негативні наслідки імміграції та економічні збитки від членства в ЄС. Соціальні мережі, такі як Facebook і Twitter, стали головними майданчиками для поширення цих наративів. Домінік Каммінгс, керівник кампанії Vote Leave, у своїй статті “How the Brexit referendum was won” зазначає, що основна увага приділялася створенню простих та зрозумілих меседжів, що легко запам'ятовуються, і акценту на емоційні аспекти, що викликають страх та обурення у виборців.

Приклад статті про вплив на суспільну думку:

Вплив постправди на суспільну думку під час виборчої кампанії у США 2016 року

Під час президентських виборів у США 2016 року кампанія Дональда Трампа активно використовувала стратегії, що спиралися на феномен постправди. Твердження без фактичного підґрунтя, емоційні апеляції та поширення фейкових новин стали основними інструментами впливу на громадську думку. Соціальні медіа, зокрема Facebook і Twitter, стали головними каналами для поширення цих наративів. Allcott і Gentzkow у своїй статті “Social Media and Fake News in the 2016 Election” аналізують, як поширення фейкових новин вплинуло на політичні переконання й поведінку виборців. Автори зазначають, що значна частина виборців формувала свої політичні переконання на основі інформації з соціальних медіа, що створювало викривлену картину реальності та сприяло формуванню поляризованої суспільної думки.

Методологічні підходи: розробка й упровадження інформаційних кампаній, вибір цільових аудиторій та оцінка ефективності

Російська пропагандистська кампанія проти підтримки України Сполученими Штатами Америки

Сучасним прикладом є російська **пропагандистська кампанія проти підтримки України** Сполученими Штатами Америки під час її протистояння широкомасштабному військовому нападу Росії, описана в статті Кетрін Белтон та Джозефа Менна “Russian trolls target U.S. support for Ukraine, Kremlin documents show” (Belton, C., & Menn, J. 2024, April 8). Ця стаття досліджує організовані російські інформаційні кампанії, які мали на меті підірвати підтримку України з боку Сполучених Штатів. За допомогою аналізу документів Кремля, автори виявляють, що російські тролі активно розповсюджували дезінформацію, аби вплинути на американську громадську й політичну думку. Стаття аналізує методи та зміст цих кампаній, включаючи фальшиві новини й соціальні медіа, які були спрямовані на зменшення американської фінансової та військової допомоги Україні. Коли президент США Джозеф Байден запропонував у серпні 2023 року додаткове фінансування України в розмірі \$24 мільярди, російські політтехнологи, що працюють на Кремль, були готові до спроб підірвати громадську підтримку цього законопроєкту.

У рамках кампанії, яка мала на меті вплинути на конгресові й інші політичні дебати й розпалити антиукраїнські настрої, пов'язані з Кремлем політтехнологи та тролі створили тисячі фабрикованих новинних статей, постів у соцмережах і коментарів. Ці матеріали пропагували американський ізоляціонізм, викликали страхи щодо безпеки кордонів і намагалися підсилити економічні й расові напруженості в США.

Belton, C., & Menn, J. (2024, April 8). Russian trolls target U.S. support for Ukraine, Kremlin documents show. The Washington Post. <https://www.washingtonpost.com/world/2024/04/08/russia-propaganda-us-ukraine/>

Завдання: Розробка інформаційної кампанії, спрямованої на протидію російській дезінформації щодо підтримки України Сполученими Штатами Америки.

Виберіть цільові аудиторії, визначте методи й канали комунікації, а також розробіть план оцінки ефективності кампанії.

Інструкції:

Вступ:

- Підберіть загальну інформацію про російську пропагандистську кампанію, спрямовану на підірвати підтримку України Сполученими Штатами, використовуючи статтю Кетрін Белтон та Джозефа Менна як основне джерело.
- Опишіть мету вашої інформаційної кампанії та її значення в контексті протидії дезінформації.

Аналіз пропагандистської кампанії:

- Проаналізуйте методи та зміст російської пропагандистської кампанії, включаючи фальшиві новини, соціальні медіа та інші канали комунікації.
- Визначте основні наративи та меседжі, які використовувалися для впливу на американську громадську та політичну думку.

Вибір цільових аудиторій:

- Визначте основні цільові аудиторії вашої інформаційної кампанії (наприклад, громадяни США, політичні лідери, медіа, молодь).
- Обґрунтуйте вибір цільових аудиторій, враховуючи їхні вподобання, інтереси та вплив на формування громадської думки.

Розробка стратегії та тактик:

- Розробіть стратегію комунікації, яка включає методи й канали для досягнення цільових аудиторій (наприклад, соціальні медіа, традиційні медіа, громадські заходи).
- Створіть контент-план, що включає ключові меседжі, інформаційні матеріали та графік публікацій.

План оцінки ефективності:

- Визначте критерії для оцінки ефективності вашої інформаційної кампанії (наприклад, охоплення аудиторії, рівень взаємодії, зміна ставлення).
- Розробіть методи збору даних для моніторингу та оцінки ефективності (опитування, аналітика соціальних медіа, фокус-групи).

Обговорення етичних аспектів:

- Обговоріть етичні питання, пов'язані з розробкою та впровадженням інформаційних кампаній.
- Висловіть свою думку щодо відповідальності медіа та політичних акторів у боротьбі з дезінформацією.

Інформаційна кампанія КДБ проти ОУН

У матеріалі **Служба “А” ПГУ КДБ СРСР проти закордонних центрів ОУН** (Служба зовнішньої розвідки України 11.01.2023) описується одна з операцій радянської служби безпеки проти закордонних центрів ОУН. Основним завданням служби “А” ПГУ КДБ СРСР було здійснення так званих “активних заходів”, спрямованих на розкол українського націоналістичного руху та його лідерів. Ці заходи включали поширення дезінформації, що впливала на міжнародну спільноту, зокрема за допомогою фальшивих публікацій і документальних фільмів, які показували ОУН у негативному світлі.

У рамках операції радянські спецслужби активно використовували спеціально створений контент, щоб впливати на громадську думку й дискредитувати закордонні центри ОУН. Вони створювали фальсифіковані документи та матеріали, що нібито виявляли злочинну діяльність ОУН. Також розроблялися фільми й публікації, які зображали ОУН як терористичну організацію, спрямовані на залякування й розкол серед членів руху та їхніх симпатиків. Матеріали розповсюджувалися через різні канали, включаючи державні медіа в країнах, де перебували емігранти з України. Такі дії мали на меті забезпечити КДБ ефективний вплив на міжнародне сприйняття українського націоналістичного руху, формуючи негативний образ ОУН і зменшуючи її підтримку на міжнародній арені.

Одним із прикладів фальшивого контенту, створеного радянськими спецслужбами, був так званий “документ” від імені лідера ОУН, який містив “заклики” до терористичних актів і диверсій. Цей “документ” був розроблений таким чином, щоб створити враження автентичного. Його розповсюдили серед зарубіжних спільнот для того, щоб посіяти розбрат і сумнів щодо моральних орієнтирів і політичних цілей ОУН.

Також фабрикувався контент, спрямований проти окремих суб'єктів, у рамках операцій, що мали стратегічний характер. Як свідчить автор згаданої вище статті, документ КДБ УРСР від 11 жовтня 1984 року “Про активний захід проти лідера ЗЧ ОУН Я. Стецька”, містив відомості, що він (Стецько) тяжко хворіє упродовж тривалого часу і через те “серед функціонерів ОУН поширюються чутки й домисли про можливих кандидатів на посаду «провідника»”. Відповідно, у КДБ розробили таке формулювання задачі: “З метою заподіяння йому психологічної травми, подальшого підриву його авторитету, загострення суперництва за керівництво «проводом» пропонується виготовити на бланку бюлетеня радіостанції «Свобода» від імені її української редакції «некролога» про його передчасну смерть і розіслати із-за кордону в націоналістичні видання й окремим оунівцям” (цит. за: Служба зовнішньої розвідки України 11.01.2023).

Служба зовнішньої розвідки України. (11.01.2023). Служба «А» ПГУ КДБ СРСР проти закордонних центрів ОУН. Взято з <https://szru.gov.ua/history/stories/sluzhba-a-phu-kdb-srsr-proti-zakordonykh-tsentriv-oun->

Завдання на вивчення методики ШО: Систематизація фактів з інтернет-статті та створення інформаційної таблиці

Прочитайте інтернет-статтю "Служба “А” ПГУ КДБ СРСР проти закордонних центрів ОУН" (Служба зовнішньої розвідки України 11.01.2023).

Систематизуйте факти, описані в статті, та створіть інформаційну таблицю, що відображає методи дезінформації, використані КДБ проти ОУН.

Інструкції:

Прочитайте статтю:

- Ознайомтеся зі статтею "Служба "А" ПГУ КДБ СРСР проти закордонних центрів ОУН", опублікованою Службою зовнішньої розвідки України.
- Зверніть увагу на основні методи дезінформації, приклади кампаній та їх наслідки.

Систематизація фактів:

- Виділіть ключові факти зі статті, які стосуються методів дезінформації, використаних КДБ.
- Занотуйте приклади фальшивих документів, публікацій та інших матеріалів, створених КДБ для дискредитації ОУН.

Створення інформаційної таблиці:

- Створіть таблицю для систематизації фактів.

Приклад структури таблиці:

Метод дезінформації	Опис	Приклад	Цільова аудиторія	Наслідки
Фальшиві документи	Створення фальшивих документів від імені лідерів ОУН	"Документ" із закликами до терористичних актів	Міжнародна спільнота	Дискредитація ОУН, посівання розбрату
Фальшиві публікації	Публікація фальшивих статей у державних медіа	Статті про злочинну діяльність ОУН	Громадськість країн еміграції	Зменшення підтримки ОУН
Документальні фільми	Створення фільмів, що зображують ОУН як терористичну організацію	Фільми, які показують ОУН як терористів	Громадськість	Формування негативного образу ОУН
Дезінформаційні кампанії	Розповсюдження дезінформації через різні канали	Кампанії проти лідерів ОУН, таких як Ярослав Стецько	Члени ОУН та їх симпатика	Залякування, підрив авторитету, створення розколу

Оформлення та подання:

- Переконайтеся, що ваша таблиця оформлена чітко та зрозуміло.
- Підготуйте короткий звіт, що супроводжує таблицю, з поясненням основних висновків і рекомендацій щодо протидії дезінформації.

Операція "Справа Лізи"

"Справа Лізи" — це інформаційна операція, яку використовувала Росія в 2016 році для створення напруги між Німеччиною та Росією та для маніпулювання громадською думкою в Європі. Вона базувалася на історії про 13-річну російсько-німецьку дівчинку на ім'я Ліза, яка нібито була викрадена та з'валтована мігрантами в Берліні. Ця історія швидко отримала великий розголос у Росії та була використана для звинувачення німецької влади у приховуванні злочинів мігрантів. Німецька поліція швидко спростувала цю історію, підтвердивши, що Ліза не зникла, а провела час у будинку друга. Однак російські державні та прокремлівські ЗМІ продовжували поширювати історію, використовуючи її для розпалювання антиміграційних настроїв і зменшення довіри до німецької влади. Цей випадок став яскравим прикладом використання інформаційних війн для досягнення політичних цілей на міжнародній арені.

Andriukaitis, L. (n.d.). Lisa's case repeated: German soldiers accused of rape. Vilnius Institute for Policy Analysis. Retrieved April 15, 2024, from <https://vilniusinstitute.lt/en/lisas-case-repeated-german-soldiers-accused-of-rape/>

Завдання: проаналізуйте використання культурної релевантності та емоційного зв'язку в методології інформаційної кампанії "Справа Лізи". Систематизуйте факти та створіть інформаційну таблицю, що відображає ці аспекти.

Інструкції:

Прочитайте кейс:

- Ознайомтеся з інформацією про операцію “Справа Лізи”, використовуючи матеріал від Andriukaitis, L. (n.d.). "Lisa's case repeated: German soldiers accused of rape".

Систематизація фактів:

- Виділіть ключові факти з кейсу, які стосуються використання культурної релевантності та емоційного зв'язку в інформаційній кампанії.
- Занотуйте приклади конкретних дезінформаційних кампаній, методів створення емоційного зв'язку та їх наслідків.

Створення інформаційної таблиці:

- Створіть таблицю для систематизації фактів. Заповніть таблицю фактами з кейсу, організувавши інформацію за відповідними категоріями.

Приклад структури таблиці:

Метод дезінформації	Культурна релевантність	Емоційний зв'язок	Приклад	Цільова аудиторія	Наслідки
Фальшиві новини	Використання культурних стереотипів щодо мігрантів	Виклик страху та обурення через історії про злочини	Історія про викрадення Лізи	Громадськість Росії, Європи	Розпалювання антиміграційних настроїв, зменшення довіри до влади
Пропагандистські ЗМІ	Звернення до спільних культурних та історичних наративів	Викликання емоційної реакції через драматизацію подій	Репортажі на російських каналах	Російськомовна аудиторія, європейські країни	Підрив відносин між Німеччиною та Росією, зростання напруги
Маніпуляція емоціями	Актуалізація питань національної ідентичності та безпеки	Виклик страху та обурення через звинувачення влади в бездіяльності	Звинувачення німецької влади у приховуванні злочинів мігрантів	Громадськість Німеччини, Європи	Зменшення довіри до німецької влади, посилення ксенофобії
---	---	---	---	---	---

Оформлення та подання:

- Переконайтеся, що ваша таблиця оформлена чітко та зрозуміло.
- Підготуйте короткий звіт, що супроводжує таблицю, з поясненням основних висновків і рекомендацій щодо протидії дезінформації, враховуючи культурну релевантність та емоційний зв'язок.

Інформаційний супровід операції “Відродження надії”

Операція “Відродження надії” була розгорнута в Сомалі у 1992 році й мала на меті полегшення гуманітарної кризи й масового голоду в країні, що розпочалися внаслідок громадянської війни. Операцію під егідою Організації Об'єднаних Націй ініціювали Сполучені Штати із залученням військ з 28 країн. Основні зусилля були спрямовані на безпечну доставку гуманітарної допомоги до місцевого населення, яке постраждало від збройних зіткнень між різними клановими угрупованнями.

Місія була багатогранною і включала важливий компонент психологічних операцій, що проводився 4-ю групою психологічних операцій (Повітряно-десантна) США. Одним із ключових елементів було розуміння й використання місцевих культурних особливостей для ефективного донесення цілей місії до місцевого населення. Операція включала різні засоби комунікації, такі як листівки, радіотрансляції та навіть газету під назвою RAJO (сомалійською мовою — Надія), які використовувалися для поширення інформації, що розроблялася як культурно релевантна й мала знайти відгук у місцевих жителів. Наприклад, листівки розкидалися, щоб пояснити прибуття військ США для забезпечення безпеки конвоїв і реалізації проєктів гуманітарної допомоги. Газета й радіотрансляції велися місцевою мовою та включали такий контент, як сомалійська музика й оповідання, що допомагало сформувати зв'язок із місцевим населенням і сприяло розумінню цілей місії. Включення в газету коміксу з сомалійськими персонажами було ще одним способом залучення аудиторії на більш особистому рівні.

У ширшому сенсі, цей підхід демонструє важливість культурної релевантності в інформаційних кампаніях. Інтегруючи елементи, які цільова аудиторія може сприйняти як знайомі, такі як мова, місцеві звичаї та існуючі культурні наративи, інформаційна кампанія набуває більшої вірогідності та ефективності. Проте ефективність операції “Відродження надії” оцінюється як суперечлива. З одного боку, вона сприяла зниженню рівня насильства та стабілізації гуманітарної ситуації в короткостроковій перспективі, допомогла запобігти мародерству та крадіжкам гуманітарної допомоги, а також врятувала тисячі життів. Проте, з іншого боку, брак культурної адаптації, недостатнє знання місцевих умов, і відсутність фахівців, які володіють місцевими мовами, значно ускладнили виконання місії та зумовили її часткову невдачу.

Clark, J. (1992). Debacle in Somalia. *Foreign Affairs*, 72, 109-123. <https://doi.org/10.2307/20045500>.

Hirsch, J., & Oakley, R. (1995). Somalia and Operation Restore Hope: Reflections on Peacemaking and Peacekeeping. <https://doi.org/10.5860/choice.33-1157>.

Завдання: На основі аналізу операції “Відродження надії” у Сомалі, зрозуміти причини невдачі цієї операції та навчитись робити відповідний аналіз, синтез рішень і оцінку. Систематизуйте факти, проаналізуйте методи та стратегії, синтезуйте можливі рішення та зробіть оцінку їхньої ефективності.

Інструкції:

Прочитайте кейс:

- Ознайомтеся з інформацією про операцію “Відродження надії”, використовуючи матеріали Clark, J. (1992). "Debacle in Somalia" та Hirsch, J., & Oakley, R. (1995). "Somalia and Operation Restore Hope: Reflections on Peacemaking and Peacekeeping".

Аналіз проблем:

- Визначте ключові проблеми, які сприяли невдачі операції “Відродження надії”.
- Систематизуйте ці проблеми в таблиці, включаючи їхні причини та наслідки.

Приклад структури таблиці:

Проблема	Причина	Наслідок
Механічне перенесення досвіду	Застосування методів з Перської затоки без адаптації до умов Сомалі	Невідповідність стратегій реаліям на місцях
Недостатнє розуміння місцевих умов	Відсутність глибокого знання місцевих традицій та культури	Проблеми з адаптацією тактик до місцевих умов
Відсутність кваліфікованих спеціалістів	Недостатність персоналу, який володіє місцевими мовами та культурним контекстом	Ускладнене спілкування та взаємодія з місцевим населенням

Синтез рішень:

- Запропонуйте можливі рішення для кожної проблеми, виявленої в операції “Відродження надії”.
- Систематизуйте ці рішення в таблиці.

Приклад структури таблиці:

Проблема	Можливе рішення	Опис рішення
Механічне перенесення досвіду	Адаптація стратегій до місцевих умов	Проведення попереднього аналізу місцевих умов та адаптація стратегій відповідно до них
Недостатнє розуміння місцевих умов	Залучення експертів з місцевими знаннями	Найм місцевих експертів для консультацій та аналізу місцевих традицій і культури
Відсутність кваліфікованих спеціалістів	Підготовка та навчання персоналу, що володіє місцевими мовами	Навчання персоналу місцевим мовам і культурному контексту

Оцінка ефективності рішень:

- Оцініть ефективність запропонованих рішень для кожної проблеми.

Публічна дипломатія Китаю для формування глобального сприйняття

Одним із прикладів застосування теорії планованої поведінки в міжнародному контексті є **використання Китаєм соціальних медіа та публічної дипломатії для формування глобального сприйняття своєї політики**. Китайська влада систематично використовує міжнародні соціальні медіа-платформи для просування наративів, які відповідають її національним інтересам. Таким чином здійснюється вплив на громадську думку та міжнародну політичну позицію щодо Китаю. Стратегія передбачає представлення ініціатив і відповідей Китаю у такий спосіб, щоб підкреслити його глобальне лідерство й відданість міжнародній співпраці, здійснюючи вплив на сприйняття контролю над міжнародною ситуацією. Стаття Wang, R., & Xu, W. (2022) демонструє практичне застосування теорії планованої поведінки в міжнародному контексті, — Китай використовує соціальні медіа та публічну дипломатію для формування глобального сприйняття своєї політики, зокрема під час пандемії COVID-19. У дослідженні показано як китайські державні медіа й дипломатичні облікові записи використовують хештеги для створення рамок наративів, спрямованих на співпрацю з іншими країнами й міжнародними організаціями, зокрема з Всесвітньою організацією здоров'я. Центральною темою цифрової кампанії була розповідь "історій Китаю", що відображає стратегію країни з покращення міжнародного іміджу та впливу через наративи, які підкреслюють лідерство Китаю та його відданість міжнародній співпраці.

Meierding, E., & Sigman, R. (2021). Understanding the Mechanisms of International Influence in an Era of Great Power Competition. *Journal of Global Security Studies*, 6(4), ogab011. <https://doi.org/10.1093/jogss/ogab011>

Wang, R., & Xu, W. (2022). Hashtag framing and stakeholder targeting: An affordance perspective on China's digital public diplomacy campaign during COVID-19. *Journal of Information Technology & Politics*, 20, 250 - 268. <https://doi.org/10.1080/19331681.2022.2096742>.

Завдання: розробити креативну інформаційно-психологічну кампанію, спрямовану на формування позитивного іміджу обраної країни, використовуючи методи, аналогічні до тих, що застосовує Китай у своїй публічній дипломатії.

Створіть мультимедійні матеріали та поясніть, як психологічні аспекти та теорія планованої поведінки були враховані у вашій кампанії.

Інструкції:

Прочитайте кейс:

- Ознайомтеся з інформацією про публічну дипломатію Китаю для формування глобального сприйняття, використовуючи матеріали Wang, R., & Xu, W. (2022) та Meierding, E., & Sigman, R. (2021).

Аналіз кейсу:

- Визначте ключові методи та психологічні аспекти, які використовує Китай у своїй інформаційно-психологічній кампанії.
- Проаналізуйте, як ці методи впливають на міжнародну громадську думку.

Розробка інформаційної кампанії:

- Створіть концепцію інформаційно-психологічної кампанії для формування позитивного іміджу вашої країни.

Включіть наступні елементи:

- Цільова аудиторія: Визначте основні групи, на які буде спрямована ваша кампанія.
- Ключові повідомлення: Розробіть основні наративи та меседжі, які ви хочете донести.
- Методи та канали: Визначте, які методи та канали комунікації будете використовувати (соціальні медіа, традиційні медіа, мультимедійні матеріали).

Створення мультимедійних матеріалів:

- Розробіть прототипи мультимедійних матеріалів для вашої кампанії:
- Відео: Створіть короткий відеоролик, що підкреслює досягнення вашої країни та її внесок у міжнародну співпрацю.

- Інфографіка: Створіть інфографіку, що візуально відображає ключові меседжі вашої кампанії.
- Соціальні медіа: Розробіть серію постів для соціальних медіа з використанням хештегів та візуальних матеріалів.

Пояснення психологічних аспектів:

- Напишіть коротке пояснення (500-700 слів), яке описує, як психологічні аспекти та теорія планованої поведінки були враховані у вашій кампанії.
- Обґрунтуйте вибір цільової аудиторії, ключових повідомлень та методів комунікації.

Приклад структури мультимедійних матеріалів:

Відео:

- Тема: "Досягнення вашої країни у сфері міжнародної співпраці"
- Тривалість: 1-2 хвилини
- Основний меседж: Підкреслення ролі вашої країни як надійного партнера на міжнародній арені

Інфографіка:

- Тема: "Внесок вашої країни у міжнародні ініціативи"
- Ключові елементи: Дані про успішні проекти, співпраця з міжнародними організаціями, візуальні елементи, що підкреслюють культурну релевантність

Соціальні медіа:

- Хештеги: #YourCountryLeadership, #GlobalCooperation, #SuccessStories

Приклади постів:

- "Наша країна пишається своєю участю в міжнародних проектах, що змінюють світ на краще! #YourCountryLeadership"
- "Подивіться, як ми співпрацюємо з міжнародними організаціями для досягнення спільних цілей. #GlobalCooperation"
- "Наші успіхи - це успіхи кожного з нас. Разом ми можемо більше! #SuccessStories"

Додаткові елементи:

Оцінка ефективності:

- Розробіть критерії для оцінки ефективності вашої інформаційно-психологічної кампанії.
- Включіть методи збору зворотного зв'язку від цільової аудиторії (опитування, аналітика соціальних медіа).

Огляд літератури:

- Проаналізуйте додаткові наукові статті та звіти, присвячені публічній дипломатії та інформаційно-психологічним операціям.
- Використовуйте результати досліджень для підкріплення своїх аргументів.

"Uncle Sam Wants YOU": вплив на емоції

Для ілюстрації впливу на емоції розглянемо відомий приклад пропаганди. У період Другої світової війни Сполучені Штати активно використовували пропаганду для впливу на громадську думку з метою підвищення ефективності військової рекрутації та підтримки всередині країни. Одним із ключових аспектів американської пропаганди було створення плакатів, які викликали сильні емоції. Один з найвідоміших плакатів — **"Uncle Sam Wants YOU"**, де зображений Дядько Сем (англ. Uncle Sam) — персоніфікований образ Сполучених Штатів Америки, що показує пальцем прямо на глядача. Цей образ був спрямований на виклик почуття патріотизму й особистої відповідальності. Слова "Uncle Sam Wants YOU" разом із серйозним виразом обличчя Анкла Сема створювали емоційний тиск і відчуття необхідності діяти. Цей плакат ефективно використовував емоційні звернення до американців, спонукаючи їх доєднуватися до збройних сил або підтримувати військові зусилля іншими способами. Він став іконічним прикладом того, як візуальні й текстові засоби можуть бути використані для маніпуляції емоціями з метою досягнення політичних і військових цілей.

Російська інформаційна кампанія під час окупації українського Криму

Значущим прикладом, що демонструє вплив на емоції в рамках Інформаційно-психологічних операцій, може слугувати **російська інформаційна кампанія під час окупації Криму у 2014 році**. Тоді Росією було використано масовану інформаційну кампанію, спрямовану на вплив на емоції як росіян, так і українців. Основна мета кампанії — поширити страх і невпевненість серед проукраїнського населення та підтримку серед проросійського через нагнітання образу “фашистського перевороту” в Україні. Російські ЗМІ активно використовували образи й висловлювання, які мали на меті викликати страх, гнів або співчуття. Прикладом може слугувати масове поширення історій про “православних людей, яким погрожують переслідуванням українські націоналісти”. Були використані фейкові новини та маніпульовані факти про події в Україні, щоб підживити страх і ворожість до українського уряду. У результаті ця кампанія сприяла формуванню позитивного ставлення до окупації Криму серед проросійського населення, а також посилила поділи всередині України, використовуючи емоційно заряджені повідомлення для мобілізації підтримки й легітимації військових дій Росії.

Ambrosio, T. (2016). The rhetoric of irredentism: The Russian Federation’s perception management campaign and the annexation of Crimea. *Small Wars & Insurgencies*, 27, 467 - 490. <https://doi.org/10.1080/09592318.2016.1151653>.

Jaitner, M., & Mattsson, P. (2015). Russian Information Warfare of 2014. 2015 7th International Conference on Cyber Conflict: Architectures in Cyberspace, 39-52. <https://doi.org/10.1109/CYCON.2015.7158467>.

Parezanović, M. (2022). RUSSIAN SPECIAL OPERATION IN CRIMEA IN 2014. *Politika nacionalne bezbednosti*. Year XIII, Vol. 23, No. 2/2022. pp. 49-65. <https://doi.org/10.22182/pnb.2322022.3>

Завдання: на основі двох кейсів (американська пропаганда під час Другої світової війни та російська інформаційна кампанія під час окупації Криму у 2014 році), проаналізуйте вплив інформаційно-психологічних операцій на індивідуальну свідомість з точки зору переконань, ставлення, емоцій та сприйняття. Підготуйте аналітичний звіт і створіть інформаційну таблицю для систематизації ваших висновків.

Інструкції:

Ознайомтесь із текстом:

- Прочитайте наданий текст та ознайомтесь із кейсами про американську пропаганду під час Другої світової війни та російську інформаційну кампанію під час окупації Криму.

Аналіз психологічних аспектів:

- Визначте, як кожна інформаційно-психологічна операція впливала на переконання, ставлення, емоції та сприйняття індивідуумів.

Систематизація фактів:

- Створіть таблицю для систематизації фактів.

Приклад структури таблиці:

Кейс	Аспект впливу	Метод впливу	Приклад	Наслідки
Американська пропаганда (Друга світова війна)	Переконання	Повторення й послідовне подання інформації	Плакати “Uncle Sam Wants YOU”	Підвищення військової рекрутації та підтримки війни
–	Ставлення	Використання емоційних образів	Плакати з образом Дядька Сема	Підвищення патріотизму і почуття відповідальності
–	Емоції	Викликання почуття патріотизму й особистої відповідальності	Плакати з серйозним виразом обличчя Дядька Сема	Спонування громадян до дій
–	Сприйняття	Формування позитивного образу військових зусиль	Позитивні зображення американських солдатів	Підтримка військових дій та політики уряду
Російська інформаційна кампанія (Крим)	Переконання	Поширення фейкових новин та маніпуляція фактами	Історії про “фашистський переворот” в Україні	Підтримка проросійських дій серед проросійського населення

–	Ставлення	Використання негативних образів	Оповіді про загрози православним людям від українських націоналістів	Розпалювання ворожості до українського уряду
–	Емоції	Викликання страху, гніву й співчуття	Історії про переслідування проросійського населення	Формування негативного ставлення до України
–	Сприйняття	Створення негативного образу українського уряду	Масове поширення негативних історій про український уряд	Легітимація окупації Криму та підтримка військових дій Росії

Аналітичний звіт:

Підготуйте аналітичний звіт (1000-1500 слів), що включає:

- Вступ, який описує мету вашого аналізу.
- Опис кожного кейсу з акцентом на психологічні аспекти ІПО.
- Порівняння методів впливу, використаних у кожному кейсі.
- Аналіз ефективності методів впливу на індивідуальну свідомість у кожному кейсі.
- Висновки та рекомендації щодо використання психологічних аспектів в ІПО.

Додаткові елементи:

Графічне оформлення:

- Використовуйте графіки та діаграми для ілюстрації ваших висновків.
- Додайте візуальні приклади (плакати, зображення) для підтримки ваших аргументів.

Огляд літератури:

- Проаналізуйте додаткові наукові статті та звіти, присвячені психологічним аспектам ІПО.
- Використовуйте результати досліджень для підкріплення своїх аргументів.

Пропаганда ІДІЛ в контексті теорії соціального навчання

Один із виразних прикладів застосування теорії соціального навчання пов'язаний із пропагандистською кампанією ІДІЛ. Організація Ісламська держава Іраку та Леванту використовувала потужні інструменти соціальних медіа та відеопродукцію для створення контенту, який демонстрував "успішність" та "героїзм" її бойовиків. Це були відеоролики, які показували бойові операції, повсякденне життя бойовиків і навіть жорстокі езекуції. Основною метою цих матеріалів було залучення нових рекрутів і посилення морального духу тих, хто вже приєднався до рядів ІДІЛ.

Спостереження та імітація. Молоді люди, особливо ті, хто відчував відчуження або фрустрацію власним становищем у своїх країнах, могли спостерігати за "успіхами" бойовиків ІДІЛ і уявляти, що вони також можуть взяти участь у чомусь "великому" та "значущому". Ці відео слугували потужним зразком для наслідування, пропонуючи чітку модель поведінки, яку можна було копіювати.

Моделювання. ІДІЛ створювала наративи, що відповідали не тільки на воєнні, але й соціальні та релігійні потреби потенційних рекрутів. Вони моделювали образ ідеального бойовика, який був водночас і воїном, і членом "справжньої" ісламської спільноти, що діє в ім'я вищих цілей.

Ця стратегія була досить ефективною, оскільки ІДІЛ вдалося привернути тисячі молодих людей з усього світу. Водночас, вона викликала серйозне занепокоєння міжнародної спільноти щодо використання соціальних медіа для радикалізації та вербування.

Mahood, S., & Rane, H. (2017). Islamist narratives in ISIS recruitment propaganda. *The Journal of International Communication*, 23(1), 15-35. <https://doi.org/10.1080/13216597.2016.1263231>.

Difraoui, A.E., with Oliver Hahn. (2018). *eJihad: Behind the Use of Social Media by ISIS*. In: Hahn, O., Stalph, F. (eds) *Digital Investigative Journalism*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-97283-1_21.

Benigni, M., Joseph, K., & Carley, K. (2017). Online extremism and the communities that sustain it: Detecting the ISIS supporting community on Twitter. *PLoS ONE*, 12. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181405>.

Завдання: створіть сценарій для рольової гри, де учасники повинні аналізувати та протидіяти пропаганді ІДІЛ, використовуючи знання про теорію соціального навчання.

Включіть моделювання ситуацій, розробку контрзаходів та оцінку їх ефективності.

Інструкції:

Опрацюйте кейс:

- Ознайомтеся з інформацією про пропагандистську кампанію ІДІЛ, використовуючи матеріали Mahood, S., & Rane, H. (2017), Difraoui, A.E., with Oliver Hahn (2018), та Benigni, M., Joseph, K., & Carley, K. (2017).

Розробка сценарію рольової гри:

- Створіть детальний сценарій для рольової гри, де учасники виконують ролі різних стейкхолдерів (урядові агенти, медіа-аналітики, експерти з психології, представники громадськості та ін.).
- Визначте мету гри: аналізувати та протидіяти пропаганді ІДІЛ, використовуючи теорію соціального навчання.

Приклад структури сценарію:

Ролі:

- *Урядові агенти:*

Задача: розробити стратегії контрпропаганди та зменшення впливу ІДІЛ на молодь.

Інструменти: законодавчі заходи, співпраця з соціальними медіа, освітні програми.

- *Медіа-аналітики:*

Задача: аналізувати контент ІДІЛ та визначати його вплив на різні аудиторії.

Інструменти: моніторинг соціальних медіа, аналіз візуальних та текстових матеріалів.

Експерти з психології:

Задача: оцінювати психологічні аспекти пропаганди ІДІЛ та розробляти рекомендації для урядових агентів та медіа.

Інструменти: теорія соціального навчання, психологічні опитування, розробка контенту для контрпропаганди.

- *Представники громадськості:*

Задача: висловлювати думки та потреби громадськості, залученої до інформаційної кампанії.

Інструменти: громадські обговорення, опитування, участь у розробці освітніх програм.

Етапи гри:

- *Вступ:*

Короткий огляд пропаганди ІДІЛ та теорії соціального навчання.

Опис ролей та завдань учасників.

- *Аналіз пропаганди:*

Учасники аналізують контент ІДІЛ з точки зору теорії соціального навчання.

Обговорення методів, які ІДІЛ використовує для залучення нових рекрутів.

- *Розробка контрзаходів:*

Учасники розробляють стратегії контрпропаганди.

Створення альтернативного контенту, який запобігає радикалізації молоді.

- *Презентація стратегій:*

Кожна група представляє свої стратегії та обговорює їх з іншими учасниками.

Оцінка ефективності запропонованих заходів.

- *Підсумки та висновки:*

Обговорення результатів гри.

Висновки щодо ефективності різних підходів до протидії пропаганді ІДІЛ.

Інформаційна кампанія “Один пояс, один шлях”

У рамках своєї глобальної ініціативи “Один пояс, один шлях” (англ. One Belt One Road або Belt and Road Initiative – BRI), Китай використовує широкий спектр медійних інструментів для залучення країни Азії, Африки та Європи до участі в цьому проєкті. Кампанія включала все — від новинних статей і відеороликів до масштабних медіа-івентів, які демонстрували економічні та соціальні переваги співпраці з Китаєм.

Механізми впливу через моделювання

Моделювання економічного успіху. Медіа-матеріали показували історії успіху країн і підприємств, які вже скористалися інвестиціями в рамках ініціативи “Один пояс, один шлях”. Це слугувало моделлю для наслідування, підкреслюючи економічні переваги співпраці з Китаєм.

Емоційне залучення через візуальні засоби. Використання вражаючих візуальних образів, таких як мости, дороги та інша інфраструктура, які символізують прогрес, стимулює позитивні емоції і відчуття можливостей.

Посилення глобальних амбіцій. Кампанія позиціонує Китай як глобального лідера, що пропонує шляхи вирішення загальносвітових проблем шляхом посилення міжнародного співробітництва й розвитку. Це має посилювати ідею про те, що іншим країнам слід приєднатися до ініціативи, щоб не залишитися поза бортом глобального прогресу.

Китай активно використовує медіа для демонстрації успіхів країн, які вже долучилися до BRI. Публікації про успішні проєкти будівництва інфраструктури або збільшення торгівлі між країнами-учасницями створюють враження, що участь в ініціативі дає значні економічні переваги. Китайські медіа часто публікують інтерв'ю з лідерами та звичайними громадянами країн-партнерів, які позитивно висловлюються про ініціативу. Ці тествімоіалі слугують зразками для наслідування, підкреслюючи соціальні й економічні вигоди від проєкту. Для пропаганди, що супроводжує BRI, характерні яскраві зображення нових інфраструктурних об'єктів, культурних заходів і міжнародних зустрічей, які демонструють “дружбу” і “співпрацю” між країнами. Візуальні елементи, такі як фотографії лідерів, що потискають руки, або масштабні будівельні проєкти, призначені для стимулювання відчуття гордості й оптимізму щодо майбутнього. Використання таких технік дає змогу Китаю не лише розповсюджувати інформацію про BRI, але й формувати глобальну думку на підтримку своїх геополітичних інтересів. А стратегічною метою є посилення економічного й політичного впливу Китаю у світі, зміцнення його позиції як глобального лідера.

Zhang, L., & Wu, D. (2017). Media Representations of China: A Comparison of China Daily and Financial Times in Reporting on the Belt and Road Initiative. *Critical Arts*, 31, 29 - 43. <https://doi.org/10.1080/02560046.2017.1408132>.

Завдання: проаналізуйте інформаційну кампанію Китаю “Один пояс, один шлях” з точки зору теорії соціального навчання.

Створіть мультимедійний проєкт, що ілюструє методи впливу на аудиторію, використані в цій кампанії, та розробіть рекомендації для покращення ефективності подібних кампаній у майбутньому.

Інструкції:

Опрацюйте кейс:

- Ознайомтеся з інформацією про інформаційну кампанію “Один пояс, один шлях”, використовуючи матеріал Zhang, L., & Wu, D. (2017).

Аналіз механізмів впливу:

- Визначте основні механізми впливу на аудиторію, які використовуються в інформаційній кампанії Китаю.
- Проаналізуйте ці механізми з точки зору теорії соціального навчання.

Приклад структури аналізу:

- *Механізми впливу:*

Моделювання економічного успіху:

- Опис: показ історій успіху країн і підприємств, які скористалися інвестиціями в рамках ініціативи BRI.

- Методи впливу: відеоролики, статті, інтерв'ю з лідерами та громадянами країн-партнерів.
- Приклад: публікації про успішні проекти будівництва інфраструктури.
- Вплив: формування позитивного ставлення до ініціативи через наслідування успішних моделей.
Емоційне залучення через візуальні засоби:
- Опис: використання вражаючих візуальних образів, які символізують прогрес і можливості.
- Методи впливу: фотографії, відео, інфографіки.
- Приклад: зображення нових інфраструктурних об'єктів, культурних заходів.
- Вплив: стимулювання позитивних емоцій та відчуття можливостей.
Посилення глобальних амбіцій:
- Опис: позиціонування Китаю як глобального лідера, що пропонує рішення для загальносвітових проблем.
- Методи впливу: масштабні медіа-івенти, публікації, міжнародні зустрічі.
- Приклад: фотографії лідерів, що потискають руки, та масштабні будівельні проекти.
- Вплив: підвищення бажання приєднатися до ініціативи.

○ *Розробка мультимедійного проєкту:*

Створіть мультимедійний проєкт, що ілюструє механізми впливу, використані в кампанії “Один пояс, один шлях”.

Включіть у проєкт такі елементи:

- Інфографіка: розробіть інфографіку, що візуально відображає ключові механізми впливу та їх наслідки.
- Презентація: підготуйте презентацію, що пояснює використані методи впливу та їх відповідність теорії соціального навчання.
- Відео (за бажанням): створіть короткий відеоролик, що демонструє основні аспекти інформаційної кампанії та її вплив на аудиторію.

Приклад структури мультимедійного проєкту:

Інфографіка:

- Тема: “Ефективність моделювання та емоційного залучення в кампанії BRI”
- Основні елементи: графіки, діаграми, іконки, що відображають вплив на аудиторію

Презентація:

- Тема: “Аналіз інформаційної кампанії BRI з точки зору теорії соціального навчання”

Основні слайди:

- Вступ до теорії соціального навчання
- Механізми впливу в кампанії BRI
- Вплив на аудиторію
- Рекомендації для майбутніх кампаній

Відео:

- Тема: “Механізми впливу інформаційної кампанії BRI”
- Тривалість: 3-5 хвилин
- Основні елементи: Зображення успішних проєктів, інтерв'ю з лідерами, візуальні символи прогресу

Розробка рекомендацій:

- На основі вашого аналізу, розробіть рекомендації для покращення ефективності подібних інформаційних кампаній у майбутньому.
- Включіть у рекомендації аспекти, які слід враховувати для посилення впливу на аудиторію.

Комуністична партія Китаю (КПК) активно працює над поліпшенням іміджу Китаю за кордоном, що призвело до інтернаціоналізації китайських ЗМІ та співпраці з іноземними медіа. За словами журналістки й колишнього брюссельського аналітика Франческі Гіретті (Ghiretti, F. 2021, November 19) Італія не стала винятком. Італійські та китайські медіа мають довгу історію співпраці. Два італійські медіа-гіганти, національна телерадіокомпанія RAI та Італійське національне агентство преси ANSA (Agenzia Nazionale Stampa Associata), підписали угоди з медіаплатформою China Media Group та державно-партійним новинним агентством Сінхуа відповідно, коли Італія приєдналася до ініціативи Китаю “Один пояс, один шлях” у 2019 році. RAI оголосила про плани щодо майбутніх спільних виробництв, які досі так і не були реалізовані. Щодо ANSA, угода забезпечила Сінхуа платформою для трансляції новин, перекладених італійською мовою. З того часу ANSA збільшила обсяг своїх публікацій про Китай, більшість яких походить від Сінхуа.

Найбільш тривожним є те, що ANSA публікує перекладені версії новин від Сінхуа без редагування. Таким чином, агенція слугує платформою для пропагандистських матеріалів Сінхуа, які досягають італійської публіки. Нещодавно ANSA опублікувала новини від Сінхуа, у яких Китай вітається за дотримання обіцянки провести Олімпійські ігри без викидів вуглекислого газу в атмосферу. Стаття використовувала специфічні висловлювання, такі як “величезний”, “гордість” і “вдячність”, при цьому акцентуючи тільки позитивні аспекти проведення ігор Китаєм. Водночас були проігноровані контроверсії довкола Олімпійських ігор. Така співпраця ставить під сумнів надійність інформації та створює сприятливий ґрунт для дезінформації.

Ghiretti, F. (2021, November 19). One belt, one voice: Chinese media in Italy. MERICS - Mercator Institute for China Studies. Retrieved April 19, 2024, from <https://merics.org/en/comment/one-belt-one-voice-chinese-media-italy>

Завдання: проаналізуйте вплив інформаційної кампанії КПК через співпрацю з італійськими медіа на формування громадської думки в Італії, використовуючи теорію соціального навчання. Підготуйте аналітичний звіт, створіть презентацію та підготуйте таблицю, яка ілюструє механізми впливу та пропонує рекомендації для захисту від дезінформації.

Інструкції:

Опрацюйте кейс:

- Ознайомтеся з інформацією про співпрацю КПК з італійськими медіа, використовуючи матеріал Ghiretti, F. (2021, November 19).

Аналіз механізмів впливу:

- Визначте основні механізми впливу, які використовуються КПК для формування громадської думки в Італії.
- Проаналізуйте ці механізми з точки зору теорії соціального навчання.

Приклад структури аналізу:

- Механізми впливу:

Моделювання успіху:

- Опис: показ історій успіху Китаю, такі як проведення Олімпійських ігор без викидів вуглекислого газу.
- Методи впливу: статті, перекладені з Сінхуа та опубліковані без редагування.
- Приклад: статті, що використовують висловлювання “величезний”, “гордість” і “вдячність”.
- Вплив: формування позитивного ставлення до Китаю через наслідування успішних моделей.

Емоційне залучення:

- Опис: використання емоційно заряджених слів для створення позитивного образу Китаю.
- Методи впливу: позитивні описи та підкреслення успіхів.
- Приклад: статті про Олімпійські ігри без викидів вуглекислого газу.
- Вплив: стимулювання позитивних емоцій щодо Китаю.

Повторення нарративів:

- Опис: регулярне публікування китайських нарративів в італійських медіа.
- Методи впливу: постійне висвітлення китайських новин без критичного аналізу.

- Приклад: часті публікації матеріалів від Сінхуа.
- Вплив: закріплення китайських наративів у свідомості італійських читачів.

Приклад структури таблиці:

Механізм впливу	Опис	Метод впливу	Приклад	Вплив
Моделювання успіху	Показ історій успіху Китаю	Статті, перекладені з Сінхуа та опубліковані без редагування	Статті, що використовують висловлювання “величезний”, “гордість” і “вдячність”	Формування позитивного ставлення до Китаю через наслідування успішних моделей
Емоційне залучення	Використання емоційно заряджених слів для створення позитивного образу Китаю	Позитивні описи та підкреслення успіхів	Статті про Олімпійські ігри без викидів вуглекислого газу	Стимулювання позитивних емоцій щодо Китаю
Повторення наративів	Регулярне публікування китайських наративів в італійських медіа	Постійне висвітлення китайських новин без критичного аналізу	Часті публікації матеріалів від Сінхуа	Закріплення китайських наративів у свідомості італійських читачів

Розробка аналітичного звіту:

Підготуйте аналітичний звіт (1000-1500 слів), що включає:

- вступ, який описує мету вашого аналізу;
- опис кожного механізму впливу з прикладами;
- аналіз впливу кожного механізму на італійську аудиторію;
- висновки та рекомендації щодо захисту від дезінформації.

Приклад структури аналітичного звіту:

Вступ: опис мети аналізу; короткий огляд кейсу;

Опис механізмів впливу: моделювання успіху; емоційне залучення; повторення наративів.

Аналіз впливу: вплив на формування громадської думки; вплив на редакційну політику італійських медіа.

Висновки та рекомендації: рекомендації для медіа щодо критичного аналізу інформації; стратегії для громадськості щодо розпізнавання дезінформації.

Створення презентації:

Підготуйте презентацію, що ілюструє механізми впливу та їх наслідки.

Включіть у презентацію такі елементи:

- слайди з описом кожного механізму впливу: використовуйте графіки, діаграми та приклади;
- слайди з аналізом впливу: відображайте результати аналізу у зрозумілому форматі;
- слайди з рекомендаціями: запропонуйте конкретні заходи для захисту від дезінформації.

Наративи під час окупації Криму

Із початком політичної кризи в Україні на початку 2014 року, російські державні медіа почали активно розповсюджувати ідею про те, що етнічні росіяни та російськомовне населення в Криму й на сході України зазнають утисків і переслідувань з боку нового українського уряду, який прийшов до влади після Євромайдану. Російські ЗМІ систематично висвітлювали цей наратив, використовуючи при цьому образи та відео, які нібито демонстрували агресію проти російськомовних громадян. Ці повідомлення підкріплювалися вигаданими інтерв'ю та “доказами”, часто вирваними з контексту або ж повністю сфабрикованими.

Цей нарратив був поширений не лише всередині Росії, але й активно транслювався за її межами через міжнародні російські канали, такі як RT і Sputnik. Це мало на меті створювати образ України як держави, де порушуються права росіян, що використовувалося як одне з основних обґрунтувань для “необхідності” введення російських військ для “захисту” цих громадян. Внутрішньополітично, цей нарратив мотивував російську громадськість підтримати дії уряду. На міжнародному рівні він спрямований на зменшення критики з боку інших держав і намагання здобути підтримку серед глобальних правозахисних організацій та інших країн, що могли б піддатися на таку риторику.

Завдання: використовуючи аспекти теорії соціального навчання (увага, утримання, репродукція та мотивація), проаналізуйте інформаційну кампанію Росії, спрямовану на створення нарративу про “захист російськомовного населення” в Україні під час окупації Криму у 2014 році.

Підготуйте аналітичний звіт та створіть таблицю, яка ілюструє застосування цих аспектів.

Інструкції:

Опрацюйте кейс:

- Ознайомтеся з інформацією про інформаційну кампанію Росії, спрямовану на створення нарративу про “захист російськомовного населення” в Україні під час окупації Криму у 2014 році.

Аналіз механізмів впливу:

- Визначте, як кожен із аспектів теорії соціального навчання (увага, утримання, репродукція та мотивація) був застосований у цій інформаційній кампанії.
- Підготуйте аналітичний звіт, в якому детально проаналізуйте кожен аспект.

Розробка аналітичного звіту:

Підготуйте аналітичний звіт (1000-1500 слів), що включає:

- вступ, який описує мету вашого аналізу;
- опис кожного аспекту теорії соціального навчання з прикладами;
- аналіз впливу кожного аспекту на аудиторію;
- висновки та рекомендації щодо захисту від подібних інформаційних кампаній у майбутньому.

Створення таблиці:

Підготуйте таблицю, яка ілюструє застосування аспектів теорії соціального навчання в інформаційній кампанії Росії.

Структура таблиці:

Аспект теорії соціального навчання	Опис застосування	Приклад	Вплив
Увага	–	–	–
Утримання	–	–	–
Репродукція	–	–	–
Мотивація	–	–	–

Інформаційна кампанія США в Афганістані

Завоювання сердець і умів, або “Hearts and Minds” — не лише американська операція у В’єтнамі, яку ми розглядали раніше. Це загальна концепція, яку іноді застосовують під час конфліктів, коли одна сторона прагне перемогти не шляхом використання переважаючої сили, а шляхом емоційних чи інтелектуальних закликів, щоб схилити прихильників іншої сторони.

Подібна інформаційна кампанія міжнародного виміру з опорою на теорію соціального навчання проведена Сполученими Штатами в Іраку і Афганістані.

Використання місцевих ЗМІ

США інвестували значні ресурси у створення та підтримку радіостанцій і телеканалів, які транслювали американські погляди й пропагували демократичні цінності. Ці ЗМІ використовувалися для розповсюдження інформації, яка заохочувала місцеве населення підтримувати американські військові зусилля та цілі відбудови країни.

Моделювання поведінки за допомогою місцевих лідерів

Представники США активно співпрацювали з місцевими лідерами, які підтримували цілі коаліції. Ці лідери виступали в медіа й на публічних заходах, підкреслюючи переваги співпраці з американцями, тим самим виступаючи моделями для наслідування.

Організація гуманітарних та освітніх проєктів

Програми, які включали будівництво шкіл, лікарень та інфраструктури, демонстрували зобов'язання США до покращення умов життя в регіоні. Це було зображено як приклади позитивних змін, які можливі під американським керівництвом, мотивуючи місцеве населення підтримувати американські зусилля.

Емоційний вплив через медіа

Рекламні ролики та фільми, які показували вдячних місцевих жителів, діти яких отримали доступ до освіти або медичного догляду завдяки американській допомозі, сприяли формуванню позитивного образу США серед місцевого населення.

Ці зусилля були спрямовані не просто на військову перемогу, а на виграш у сфері громадської думки, зміцнення соціального схвалення і сприяння довгостроковій стабільності та партнерству. Така стратегія використовувала основні принципи SLT для стимулювання поведінкових зразків, що відповідали стратегічним цілям Сполучених Штатів у регіоні.

Критика ефективності інформаційної кампанії, проведеної в Іраку та Афганістані, ґрунтується на декількох ключових аспектах, які виявили суттєві недоліки та обмеження у підходах, використаних США та їхніми союзниками.

Культурні та регіональні невідповідності

Однією з основних проблем була недостатня увага до місцевих культурних, релігійних та соціальних норм. Заходи, які сприймалися як корисні з точки зору Заходу, часто не резонували з місцевими спільнотами або навіть виглядали як втручання у внутрішні справи чи неповага до місцевих традицій.

Недостатня координація та стратегічна непослідовність

Поширена думка, що американські та союзні зусилля були недостатньо координованими. Окремі агенції та військові підрозділи іноді мали різні або навіть суперечливі цілі, що підірвало загальну ефективність кампанії.

Недовіра до сил сприяння безпеці

Незважаючи на спроби розбудовувати позитивні стосунки, постійна недовіра до сил союзників і їхніх намірів ускладнювала спроби виграти серця та уми місцевого населення. Військові дії, які призводили до цивільних жертв, значно підірвали будь-які позитивні ефекти гуманітарних проєктів.

Вплив зовнішніх груп

Упливові збройні та політичні групи, які працювали проти присутності США, активно працювали на дискредитацію американських зусиль, часто через пропаганду та інформаційні кампанії. Це підживлювало антиамериканські настрої й підірвало довіру до ініціатив, спрямованих на покращення умов життя.

Стійкість ефектів

Довгострокова стійкість позитивних змін, ініційованих через кампанію, також викликає сумніви. Зміни часто не були стійкими після відходу американських сил, що свідчить про недостатність зусиль з істинного залучення та зміцнення місцевих структур управління та громадянського суспільства.

Ці аспекти постійно використовуються критиками для підкреслення обмежень і помилок у підходах до ведення кампанії. Вони вказують на потребу глибшого розуміння місцевих умов та вимог, кращої координації та більш обачного планування в подібних ситуаціях у майбутньому.

Завдання: проаналізуйте інформаційну кампанію США в Афганістані, зокрема ініціативу "Hearts and Minds", використовуючи наданий кейс.

Використовуючи інтернет-джерела, знайдіть додаткові приклади та зробіть висновки про причини зазначених проблем та їх вплив на ефективність кампанії.

Інструкції:

Опрацюйте кейс:

- Ознайомтеся з інформацією про інформаційну кампанію США в Афганістані, зокрема ініціативу "Hearts and Minds", яка описана у кейсі.

Аналіз ключових аспектів:

- Визначте основні аспекти інформаційної кампанії, які викликали проблеми, описані у кейсі.
- Використовуйте інтернет-джерела, щоб знайти додаткові приклади подібних ситуацій у контексті інших інформаційних кампаній.

Підготовка аналітичного звіту:

Підготуйте аналітичний звіт (800-1200 слів), що включає:

- *Вступ:* опис мети аналізу, короткий огляд кейсу.
- *Опис аспектів інформаційної кампанії, що викликали проблеми:* культурні та регіональні невідповідності, недостатня координація та стратегічна непослідовність, недовіра до сил сприяння безпеці, вплив зовнішніх груп, стійкість ефектів.
- *Аналіз причин виникнення проблем:* використовуйте додаткові приклади з інтернет-джерел, щоб проілюструвати причини виникнення кожної проблеми, поясніть, як ці проблеми вплинули на ефективність інформаційної кампанії.
- *Висновки та рекомендації:* узагальніть висновки щодо причин проблем, запропонуйте рекомендації щодо покращення інформаційних кампаній у майбутньому.

Створення таблиці:

Підготуйте таблицю, яка ілюструє основні проблеми інформаційної кампанії та їхні причини.

Структура таблиці:

Проблема	Опис	Причини	Додаткові приклади
Культурні та регіональні невідповідності	Недостатня увага до місцевих норм	Заходи не резонували з місцевими спільнотами або виглядали як втручання у внутрішні справи	–
Недостатня координація	Недостатня координація між агенціями	Окремі агенції та військові підрозділи мали різні або суперечливі цілі	–
Недовіра до сил сприяння безпеці	Постійна недовіра до союзних сил	Військові дії, які призводили до цивільних жертв, підірвали позитивні ефекти гуманітарних проєктів	–
Вплив зовнішніх груп	Вплив збройних і політичних груп	Пропаганда та інформаційні кампанії проти присутності США	–
Стійкість ефектів	Недовготривала стійкість позитивних змін	Зміни не були стійкими після відходу американських сил	–

Арабська весна виявила потужність соціальних медіа в аспекті стимулювання соціальних і політичних змін. Активісти використовували Facebook, Twitter, і YouTube для координації протестів і поширення інформації, забезпечуючи приклади для наслідування в інших регіонах.

Привід

Усе почалося зі самоспалення Мохамеда Буазізі у Тунісі, що стало каталізатором для протестів. Зображення та відео цієї події швидко поширилися через соціальні медіа, зокрема Facebook і Twitter, демонструючи незадоволення населення та викликаючи реакцію співпереживання й наслідування.

Роль соціальних платформ

Активісти використовували Facebook і Twitter для координації мітингів і протестів. Через відео, фотографії та свідчення насильства з боку влади, здійснювалась мобілізація та збір мас на публічні акції. Також соціальні медіа давали змогу людям обмінюватися стратегіями й порадами про те, як уникати поліції та здійснювати інші тактичні маневри.

Міжнародний резонанс

Завдяки широкому охопленню інтернету інформація про протести швидко дісталася до міжнародної аудиторії, спричиняючи глобальну увагу та підтримку. Це не тільки збільшило тиск на місцеві уряди, але й допомогло активістам залучити міжнародні правозахисні організації та ЗМІ.

Візуальне моделювання

Фотографії та відео з місць подій виконували ключову роль у моделюванні протестних дій. Спостерігаючи успіхи або невдачі в одних містах, люди в інших регіонах могли наслідувати чи адаптувати певні тактики. Візуальний контент допоміг згуртувати протестувальників і створити образ спільної боротьби.

Завдання: проаналізуйте роль соціальних медіа в організації та координації протестів під час Арабської весни. Використовуючи наданий кейс, створіть креативний мультимедійний проєкт, який відобразить основні аспекти цієї події та продемонструє вплив соціальних медіа на суспільно-політичні зміни.

Інструкції:

Опрацюйте кейс:

Ознайомтеся з інформацією про Арабську весну, особливо зосередившись на ролі соціальних медіа у стимулюванні соціальних і політичних змін.

Підготуйте мультимедійний проєкт:

Створіть мультимедійний проєкт, який ілюструє ключові аспекти Арабської весни, використовуючи різні формати (відео, інфографіка, анімація, інтерактивні карти тощо).

Етапи виконання:

1. Вступний сегмент:

Мета: описати історичний контекст Арабської весни та роль соціальних медіа.

Формат: коротке відео або анімація, що розповідає про початок протестів і самоспалення Мохамеда Буазізі як каталізатор подій.

2. Роль соціальних платформ:

Мета: показати, як активісти використовували соціальні медіа для координації мітингів і протестів.

Формат: інтерактивна інфографіка або карта, яка демонструє поширення інформації через Facebook, Twitter, і YouTube.

○ 3. Міжнародний резонанс:

Мета: ілюструвати, як інформація про протести досягала міжнародної аудиторії і спричиняла глобальну підтримку.

Формат: відеоінтерв'ю або анімація, що показує реакцію міжнародних правозахисних організацій та ЗМІ на події.

○ 4. Візуальне моделювання:

Мета: пояснити, як фотографії та відео з місць подій допомагали згуртувати протестувальників.

Формат: галерея фотографій та відеороликів з коментарями про їх вплив на інших протестувальників і загальну протестну культуру.

Конкретні кроки:

- Збір матеріалів: знайдіть фотографії, відео, твітти, та інші медіаматеріали, які використовувалися під час Арабської весни. Використовуйте інтернет-джерела для збору додаткової інформації та контенту.
- Створення сценарію: напишіть сценарій для кожного сегменту мультимедійного проєкту. Продумайте послідовність та інтеграцію різних форматів медіа.
- Розробка мультимедійного контенту: використовуйте інструменти для створення відео, інфографік, анімацій та інтерактивних карт. Інтегруйте зібрані матеріали у ваш проєкт.
- Збірка та редагування: зберіть усі частини вашого проєкту в єдину презентацію або веб-сторінку. Відредагуйте контент, щоб забезпечити логічну послідовність і зрозумілість.

Структура мультимедійного проєкту:

- Вступ: історичний контекст Арабської весни, роль Мохамеда Буазізі як каталізатора протестів.
- Роль соціальних медіа: координація мітингів і протестів через соціальні медіа, використання відео, фотографій та свідчень для мобілізації мас.
- Міжнародний резонанс: поширення інформації про протести на міжнародну аудиторію, реакція міжнародних правозахисних організацій та ЗМІ.
- Візуальне моделювання: вплив фотографій та відео на протестну культуру та поведінку, приклади успішних та невдалих протестних дій.

Інформаційні аспекти конфлікту в Сирії

Конфлікт у Сирії став яскравим прикладом інформаційно-психологічних дій на міжнародній арені для формування громадської думки та впливу на геополітичні процеси.

Роль ЗМІ та пропаганди

Різні сторони конфлікту, включаючи сирійський уряд, опозиційні групи, ІДІЛ, а також зовнішніх акторів, таких як Росія і Сполучені Штати, активно використовували медіа для поширення своїх версій подій. Кожна сторона прагнула зобразити себе як захисника сирійського народу та борця з тероризмом. Вони створювали образи “героїв” або “ворогів”, використовуючи медійні повідомлення для моделювання громадської думки. У цьому контексті, зокрема, Strovsky, D., & Schleifer, R. (2020) аналізують використання російських медіа як інструменту пропаганди, спрямованої на підтримку уряду Асада та вплив на громадську думку в Росії та за її межами.

Інформаційні кампанії проти ІДІЛ

США та їх союзники проводили заходи, спрямовані на дискредитацію ІДІЛ і підірив авторитету цієї організації. Серед них — публікація відеозаписів та свідчень жертв ІДІЛ, а також інформаційні кампанії, які підкреслювали жорстокість і нелюдність терористів із метою зменшення припливу нових бойовиків та впливу на міжнародну громадськість для підтримки військових операцій проти ІДІЛ.

Використання соціальних медіа

Соціальні медіа стали ареною для інформаційних війн, де різні групи публікували матеріали, що демонструють їхні успіхи на полі бою, гуманітарні кризи та страждання цивільного населення. Метою було спонукати міжнародну спільноту до дій (або бездіяльності) щодо конфлікту. У цьому аспекті цікавим є дослідження Klausen, J. (2015). Автор досліджує роль соціальних медіа в операційній стратегії джихадистів у Сирії та Іраку, з акцентом на Твіттер як основний комунікаційний канал.

Геополітичні наративи

Росія активно підтримувала сирійський режим, використовуючи свої медіа-ресурси для поширення образу Асада як законного лідера, який бореться з тероризмом та зовнішнім втручанням. Такий наратив допомагав Росії утверджувати свою військову та політичну присутність у регіоні, забезпечуючи її геополітичні інтереси. Pieper, M. (2019) аналізує геополітичні стратегії Росії в Сирії як ілюстрацію нормативних змагань у міжнародних відносинах, в тому числі російську підтримку уряду Асада в контексті міжнародного порядку та суверенітету.

Стратегічне використання інформації для впливу на резолюції ООН

Сирійський уряд і його союзники, особливо Росія, активно працювали над тим, щоб представити ситуацію в Сирії в такий спосіб, щоб підкреслити боротьбу з тероризмом як основну мету військових дій. Це було зроблено для забезпечення легітимізації військових операцій Б. Асада і зменшення міжнародного тиску, включаючи вето резолюцій ООН, які могли б засудити дії режиму. Ezeani, E. O., Oligie, C. N. & Okoye, K. E. (2022) досліджують причини частих вето Росії на резолюції Ради Безпеки ООН щодо Сирії, розглядаючи як ці вето підтримують формування "картинки" конфлікту в Сирії як операції проти тероризму. Дослідження Seven, Ü. (2022) заглиблюється в маневри Росії у Раді Безпеки ООН, зокрема як вона використовувала своє право вето для формування наративу Ради щодо сирійського конфлікту, узгоджуючи його з антитерористичною агендою Асада. A Gabrielyan, N. (2017, November 29) описує діяльність Ради Безпеки ООН та вплив ветованих резолюцій, підкреслюючи, як підтримка Росією Асада вплинула на міжнародну правову й гуманітарну реакцію.

Росія використала право вето для блокування декількох резолюцій, які засуджували використання хімічної зброї в Сирії та закликали притягнути до відповідальності винні сторони. Інформаційні операції, які супроводжували ці дії, часто містили звинувачення на адресу опозиційних сил у фальсифікації доказів або використанні хімічної зброї.

Маніпуляції з гуманітарною інформацією

ІПО використовувались для поширення інформації про гуманітарні катастрофи, реальні та вигадані, для мобілізації міжнародної підтримки або критики противників. Пропаганда про страждання цивільного населення й демонізація опозиції мала на меті спонукати міжнародні організації до втручання або, навпаки, до невтручання. Дослідження Wilson, T., Zhou, K., & Starbird, K. (2018, November 01) розкриває механізми маніпуляцій у соціальних медіа на прикладі епізодів сирійського конфлікту, висвітлюючи як інформаційні кампанії мобілізують громадську думку. Starbird, K., Arif, A., & Wilson, T. (2019, November 07) аналізують природу участі в дезінформаційних кампаніях, особливо в контексті сирійського конфлікту, з акцентом на впливі цих кампаній на міжнародну підтримку та критику.

Використання кампаній дезінформації

Вплив на міжнародні організації також здійснювався через кампанії дезінформації, які мали на меті посіяти сумніви щодо дійсних обставин хімічних атак або інших воєнних злочинів. Такі дії ускладнювали процес ухвалення однозначних рішень на міжнародному рівні, спричиняючи інформаційний шум і плутанину.

У серпні 2013 року в місті Гута, що під Дамаском, відбулася хімічна атака, яка забрала життя сотень цивільних. Сирійський уряд і його союзники, зокрема Росія, були негайно звинувачені у здійсненні цієї атаки. Проте російська сторона активно використала цей інцидент для проведення інформаційної кампанії, спрямованої на дискредитацію сирійської опозиції. Її представники стверджували, що атака була інсценована опозицією з метою спровокувати міжнародне втручання проти уряду Башара Асада. Таку версію поширили державні медіа й міжнародні канали Росії, що мало на меті змінити думку глобальної спільноти щодо необхідності втручання в Сирії.

На тлі цієї ситуації Рада Безпеки ООН розділилася. Західні країни, зокрема США та їх союзники, виступали за те, щоб засудити уряд Асада та вжити військових заходів проти нього. Водночас Росія використала своє право вето для блокування таких заходів, аргументуючи це недостатністю доказів проти сирійського уряду та потенційним підбурюванням до збройного конфлікту.

Лобіювання через двосторонні відносини

Країни, зацікавлені в підтримці або зміні сирійського режиму, активно використовували двосторонні відносини для впливу на міжнародні організації. Через дипломатичні канали й наради на вищому рівні вони намагалися сформулювати міжнародну думку відповідно до своїх геополітичних інтересів.

Один з виразних прикладів такого підходу проявився у взаємодії між Сполученими Штатами Америки та Росією в період переговорів про врегулювання сирійської кризи (Klein, K. (2013, September 14). Після хімічної атаки в Гуті у 2013 році, міжнародна спільнота стояла перед перспективою військового втручання в Сирії, яке

очолювали б Сполучені Штати. Проте, активне дипломатичне лобювання й переговори на вищому рівні між США та Росією призвели до альтернативного рішення.

Держсекретар США, на той час Джон Керрі, та російський міністр закордонних справ Сергій Лавров, провели серію переговорів, які завершилися досягненням домовленості про знищення сирійського арсеналу хімічної зброї під міжнародним контролем. Цей дипломатичний маневр відвернув безпосереднє військове втручання й дав змогу Росії зміцнити свій вплив у регіоні, підтримуючи режим Асада. Домовленість була підтверджена Радою Безпеки ООН, що забезпечило міжнародну легітимність рішення, прийнятому шляхом двосторонніх переговорів.

Strovsky, D., & Schleifer, R. (2020). The Russian Media as a Promoter of Manipulative Approaches: The Case of the Syrian Civil War. *The Journal of the Middle East and Africa*, 11, 1 - 24. <https://doi.org/10.1080/21520844.2019.1692609>.

Klausen, J. (2015). Tweeting the Jihad: Social Media Networks of Western Foreign Fighters in Syria and Iraq. *Studies in Conflict & Terrorism*, 38, 1 - 22. <https://doi.org/10.1080/1057610X.2014.974948>.

Pieper, M. (2019). 'Rising Power' Status and the Evolution of International Order: Conceptualising Russia's Syria Policies. *Europe-Asia Studies*, 71, 365 - 387. <https://doi.org/10.1080/09668136.2019.1575950>.

Ezeani, E. O. ., Oligie , C. N. ., & Okoye, K. E. . (2022). Protraction of Syrian Conflict: Interrogating Russian's Veto on Peace Resolutions of UN Security Council Members. *University of Nigeria Journal of Political Economy*, 12(1). <https://unipe.com/index.php/UNJPE/article/view/185>

Seven, Ü. (2022). Russia's Foreign Policy Actions and the Syrian Civil War in the United Nations Security Council. *Journal of Balkan and Near Eastern Studies*, 24(6), 896–911. <https://doi.org/10.1080/19448953.2022.2037966>

Gabrielyan, N. (2017, November 29). The role of the UN Security Council in Syrian Crisis (2011-2016). AUA Institutional Repository. <https://dspace.aua.am/xmlui/handle/123456789/1520>

Wilson, T., Zhou, K., & Starbird, K. (2018, November 01). Assembling Strategic Narratives: Information Operations as Collaborative Work within an Online Community. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 2(CSCW), Article No. 183, 1–26. <https://doi.org/10.1145/3274452>

Starbird, K., Arif, A., & Wilson, T. (2019, November 07). Disinformation as Collaborative Work: Surfacing the Participatory Nature of Strategic Information Operations. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 3(CSCW), Article No. 127, 1–26. <https://doi.org/10.1145/3359229>

Klein, K. (2013, September 14). Obama Welcomes Deal on Syria Chemical Weapons. *Voice of America*. Отримано з <https://www.voanews.com/a/obama-welcomes-deal-on-syria-chemical-weapons/1749868.html>

Варіанти завдань:

1. Створення тестових завдань: підготуйте тестові питання, які допоможуть перевірити знання про використання ІПО в конфлікті в Сирії. Включіть різні типи запитань: множинний вибір, правда/неправда, відповідність, короткі відповіді.

○ Приклад тестових питань:

Множинний вибір:

- Яка основна мета використання соціальних медіа під час конфлікту в Сирії? а) Координація військових дій б) Поширення гуманітарної допомоги в) Формування громадської думки г) Нейтралізація противника

Правда/неправда:

- Росія використовувала свої медіа-ресурси для підтримки сирійського уряду під час конфлікту. (Правда/Неправда)

Відповідність:

- Відповідність між стороною конфлікту та їхніми інформаційними стратегіями:
Сирійський уряд - Поширення образів героїчної боротьби проти тероризму
ІДІЛ - Використання соціальних медіа для вербування нових бойовиків
США - Дискредитація ІДІЛ та підлив авторитету організації

Короткі відповіді:

- Назвіть основні методи, які використовувалися для маніпуляції з гуманітарною інформацією під час конфлікту в Сирії.

2. Написання есе:

Написати есе на тему: "Вплив інформаційних кампаній на формування громадської думки під час конфлікту в Сирії". Використайте приклади з кейсу та додаткові джерела з інтернету.

3. Створення презентації:

Підготувати презентацію про використання ІПО в конфлікті в Сирії. Презентація повинна включати такі розділи:

- Вступ
- Основні аспекти використання ІПО
- Приклади успішних та невдалих інформаційних кампаній
- Висновки та рекомендації

4. Розробка кейс-стаді:

Створити кейс-стаді, який ілюструє один з аспектів ІПО в конфлікті в Сирії. Наприклад, можна обрати конкретну інформаційну кампанію та детально розглянути її стратегію, цілі, методи та результати.

5. Групова дискусія:

Організуйте групову дискусію, щоб обговорити різні аспекти використання ІПО в конфлікті в Сирії. Підготуйте питання для дискусії та призначте модератора, який буде керувати обговоренням.

○ Приклад питань для дискусії:

- Як використання соціальних медіа вплинуло на хід конфлікту в Сирії?
- Чи можна вважати ІПО основним інструментом впливу на громадську думку під час міжнародних конфліктів?
- Які етичні питання виникають у зв'язку з використанням ІПО у військових конфліктах?

Інформаційна протидія Тихоокеанському партнерству

Один із прикладів створення та поширення мемів, відеороликів та інфографік у контексті боротьби Росії та Китаю за багатополарний світ стосується їх реакції на американську зовнішню політику й ініціативи, такі як **Тихоокеанське партнерство**.

У контексті протидії розвитку Тихоокеанського партнерства (англ. Trans-Pacific Partnership, TPP), яке було спрямоване на зміцнення американського впливу в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, Росія й Китай почали використовувати інформаційні кампанії з метою підкреслення потенційних ризиків такої домінантності США для світової політичної рівноваги.

Державні медіа Росії й Китаю, а також пов'язані з ними онлайн-платформи почали створювати й поширювати меми та інфографіку, які критикували TPP як "засіб американського економічного імперіалізму". Ці меми часто зображували США як "жадібного орла", що намагається "поглинути" економіку менших азійських країн. Відеоролики, створені та поширені через такі канали як RT та CGTN, фокусувалися на альтернативних візіях регіонального розвитку, підкреслюючи ініціативи Росії та Китаю, серед яких Євразійський економічний союз і "Один пояс, один шлях". Ці відео демонстрували вигоди від таких ініціатив, підкреслюючи їхнє значення для створення багатополарного світу.

Варіанти завдань:

1. Аналіз відеороликів:

Завдання: підготуйте аналіз відеороликів, створених медіа Росії та Китаю, які критикують американську зовнішню політику та просують ідею багатополарного світу.

- Знайдіть 3-4 відеоролики у контексті наведеного вище документа, які стосуються ТРР або інших ініціатив США.
- Проаналізуйте зміст відео, акцентуючи увагу на ключових меседжах, використуваних візуальних та вербальних техніках.
- Підготуйте короткий звіт (800-1000 слів), який включає: вступ з описом мети аналізу; огляд відео та ключових меседжів; аналіз використаних медійних технік та їх впливу на аудиторію; висновки про ефективність відеороликів у просуванні багатопольярного світу.

2. Розробка презентації:

Завдання: підготуйте презентацію, яка висвітлює медійні стратегії Росії та Китаю для просування багатопольярного світу та критики американського гегемонізму.

- Зберіть матеріали з наданого тексту та додаткових джерел про інформаційні кампанії Росії та Китаю.
- Створіть презентацію (10-15 слайдів), яка включає: вступ із загальним оглядом теми; опис медійних стратегій, використаних для просування нарративів; приклади мемів, інфографік та відеороликів; аналіз ефективності цих медійних інструментів; висновки про вплив на міжнародну аудиторію.
- Використовуйте графічні елементи для підкріплення аргументів.

3. Проведення дебатів:

Завдання: організуйте дебати на тему "Ефективність інформаційних кампаній Росії та Китаю у формуванні громадської думки про багатопольярний світ".

- Поділіться на дві команди: одна команда буде захищати тезу про високу ефективність кампаній, інша - аргументувати протилежну думку.
- Кожна команда повинна підготувати аргументи, використовуючи наданий текст та додаткові джерела.
- Підготуйте модератора, який буде керувати дебатами.
- Проведіть дебати, де кожна команда представить свої аргументи, після чого відбудеться обговорення та підбиття підсумків.

Конфлікт у Лівії та Халіфа Хафтар

Приклад Лівії, де відбувся крах режиму Муаммара Каддафі, ілюструє дію принципів теорії соціального навчання в сенсі впливу на поведінку та ставлення населення, а також на міжнародну дипломатію.

У 2011 році, в ході подій Арабської весни, що охопили низку країн Північної Африки та Близького Сходу, Лівія пережила народне повстання проти довготривалого правління Каддафі. Воно почалося як серія протестів і швидко перетворилося на збройний конфлікт між урядовими силами та повстанцями, що прагнули змін.

Соціальні медіа відіграли критичну роль у поширенні інформації про протести та дії урядових сил, сприяючи швидкому залученню населення та координації протестних дій. Відеоматеріали та фотографії жорстокого придушення протестів урядовими силами спонукали до ще більшого обурення й наслідування.

Зображення гуманітарної кризи та порушення прав людини, поширені через глобальні медіа, сприяли міжнародному тиску, який у кінцевому підсумку призвів до військової операції під егідою НАТО. Операція була санкціонована Радою Безпеки ООН, що також може свідчити про потенційний вплив інформаційних кампаній на рішення міжнародних організацій.

Після повалення Каддафі, Лівія залишилася без стабільної державної структури, що призвело до тривалої нестабільності. Цей період також становив інтерес для активного застосування ІПО, як з боку внутрішніх, так і зовнішніх акторів, щоб уплинути на формування нових політичних структур і громадську думку.

У контексті лівійського конфлікту Росія виявила активний інтерес і взяла участь у подіях, підтримуючи одну з конфліктуючих сторін, а саме сили Халіфи Хафтара, який керує Лівійською національною армією (ЛНА) на сході країни, для зміцнення свого впливу в регіоні.

Хафтар був обраний російським союзником з різних причин, включаючи його антиісламістську позицію та декларовану здатність забезпечити потенційну стабільність у регіоні, який має стратегічне геополітичне

значення й нафтові ресурси. Російська підтримка включала не тільки політичні та дипломатичні заходи, але й військову допомогу, поставки озброєнь і навіть найманців з приватних військових компаній, як-от “Група Вагнера”.

Росія використовувала свої державні та проросійські медіа-ресурси для поширення наративів, що підтримували Хафтара як стабілізуючу силу в Лівії, зображаючи його борцем проти тероризму й хаосу. Ці кампанії також критикували опонентів Хафтара, включаючи уряд національної згоди у Тріполі, представляючи їх як неефективних та пов’язаних із радикальними ісламістськими групами. Також для поширення інформації та дезінформації, що підтримувала проросійську сторону в конфлікті, активно використовувалися соціальні мережі. Використання ботів, тролів та фейкових акаунтів давало змогу створювати враження широкої підтримки Хафтара та його дій.

Ці інформаційні кампанії, поєднані з військовою та політичною підтримкою, допомогли Росії втручатися у лівійський конфлікт із метою зміцнення своїх геополітичних інтересів. Метою підтримки Хафтара було зміцнення російського впливу в Середземномор’ї та північній Африці, забезпечення доступу до нафтових ресурсів і контрактів на їх видобуток, а також можливість виступати в якості важливого гравця у вирішенні регіональних конфліктів.

Інформаційні операції під час Лівійської кризи підтверджують, що інформаційні впливи можуть бути досить ефективними в кризових умовах, коли аудиторія відчуває безвихідь і шукає моделі для наслідування. Однак довгострокова стабільність та позитивні зміни часто вимагають більше, ніж просто зміна режиму, — необхідне забезпечення послідовних і стабільних політичних рішень, що є великим викликом після революцій. Тому, хоча методи теорії соціального навчання й можуть ефективно змінювати поведінку та ставлення в короткостроковій перспективі, довгострокова ефективність залежить від багатьох інших факторів, включаючи політичне керівництво, економічну стабільність і соціальні умови.

Хафтар закінчив вищі офіцерські курси “Постріл” і навчався в Академії імені Фрунзе в СРСР у 1970-х та 1980-х роках, що зробило його знайомим із військовою доктриною Радянського Союзу. Це забезпечило фундаментальну основу для розуміння та співпраці з сучасною Росією, яка бачить у Хафтарі не лише політичного лідера, а й особистість, знайому з російською мовою та культурою.

Також Хафтар був важливою фігурою у лівійському військовому ландшафті з часів перевороту, що повалив монархію, і, за словами Каддафі, вважався “духовним сином” лідера. Ця довга історія участі у ключових політичних подіях Лівії робить Хафтара значущим гравцем для будь-якої зовнішньої держави, зацікавленої у впливі на Лівію.

Згодом Хафтар командує Лівійською національною армією, що контролює значні території на сході Лівії, включаючи нафтові родовища. Росія, яка маючи інтерес у забезпеченні доступу до нафтових ресурсів та втриманні стабільного партнера у регіоні, вбачає в Хафтарі стратегічного союзника. Підтримка Хафтара дає змогу Росії використовувати Лівію як плацдарм для розширення свого впливу в Середземномор’ї та Африці, протистоячи західним інтересам у регіоні. Це проявляється в зміцненні військової присутності та впливі на регіональну політику через військову й логістичну підтримку Хафтара.

Розвиваючи цей кейс, Росія використовує інформаційний вплив для створення іміджу Хафтара на міжнародній арені як легітимного й стабільного лідера, здатного забезпечити порядок і боротьбу з тероризмом, підкреслюючи його роль у боротьбі проти ісламістських груп та зміцненні національної безпеки.

Таким чином, історичні зв’язки Хафтара з Радянським Союзом, його стратегічне положення в сучасній Лівії, а також активне використання ІПО Росією для підтримки його образу, сприяють тому, що Росія бачить у ньому важливого союзника для досягнення своїх регіональних і глобальних цілей.

Завдання: на основі кейсу про конфлікт у Лівії, де описуються інформаційно-психологічні операції (ІПО) Росії та їхній вплив на ситуацію, підготуйте завдання, яке передбачає використання ChatGPT для аналізу інформаційних кампаній.

Опис завдання:

- Використати ChatGPT для аналізу різних аспектів інформаційних кампаній, що проводились під час лівійського конфлікту. Використовуючи дані, отримані з ChatGPT, підготувати короткий аналітичний звіт.

Кроки виконання завдання:

- Збір інформації:

Використовуючи ChatGPT, поставити запитання про інформаційні операції, які Росія проводила в Лівії під час конфлікту. Наприклад:

- Як Росія використовувала медіа для підтримки Халіфи Хафтара у лівійському конфлікті?
- Які основні наративи просувалися російськими державними медіа?
- Які були реакції міжнародної спільноти на ці інформаційні операції?
 - Аналіз отриманої інформації:

Після збору інформації, проаналізувати відповіді, отримані від ChatGPT. Вони повинні визначити ключові моменти, стратегії та наслідки інформаційних кампаній.

- Підготовка аналітичного звіту:

Використовуючи зібрану та проаналізовану інформацію, підготувати аналітичний звіт, що включає:

- *Вступ*: короткий огляд лівійського конфлікту та ролі Халіфи Хафтара.
- *Основна частина*: опис інформаційних кампаній Росії, аналіз використаних стратегій, оцінка впливу на громадську думку та міжнародну дипломатію.
- *Висновок*: загальні висновки про ефективність ППО та їхній вплив на конфлікт.
 - Презентація результатів:

Підготувати коротку презентацію (5-7 слайдів) на основі свого аналітичного звіту, яку вони представлять на уроці.

Приклади питань для ChatGPT:

- "Як Росія використовувала соціальні медіа для підтримки Халіфи Хафтара?"
- "Які ключові наративи просувалися російськими державними медіа під час лівійського конфлікту?"
- "Як міжнародна спільнота реагувала на інформаційні операції Росії в Лівії?"
- "Які були основні стратегії інформаційних кампаній Росії в Лівії?"

Оцінювання:

- Аналітичний звіт (60%):
 - Змістовність та точність зібраної інформації.
 - Глибина аналізу та розуміння теми.
 - Якість висновків та рекомендацій.
- Презентація (40%) (ясність та структура презентації, використання візуальних елементів для підтримки основних аргументів, впевненість та ясність виступу).

Вплив на маси: як інформація впливає на групову свідомість, створення масових рухів. Маніпуляція громадською думкою та соціальними нормами

Brexit і вплив лідерів думок

У 2016 році, коли Велика Британія стояла перед історичним рішенням щодо свого майбутнього в Європейському Союзі, як особливо впливові лідери думок виділилися Найджел Фараж, колишній лідер Партії незалежності Великої Британії (UKIP), і Аррон Бенкс, багатий бізнесмен і один з головних спонсорів Brexit. Вони використали свої ресурси та вміння для формування громадської думки, у результаті не лише вплинувши на політичний ландшафт Великобританії, а й змінивши хід історії.

Обличчям кампанії за вихід був Найджел Фараж, відомий своєю харизматичною особистістю та рішучою антиєвропейською позицією. Його публічні виступи висвітлювались у медіа, де він різко критикував ЄС за бюрократизм і обмеження британського суверенітету. Фараж вміло використовував телебачення й соціальні мережі для мобілізації широких верств населення. Він особливо зосереджував увагу на питаннях імміграції та національної незалежності, які знаходили відгук у багатьох британців.

Аррон Бенкс відіграв трохи іншу, але не менш важливу роль. Як один із головних донорів кампанії, він забезпечив необхідне фінансування й брав активну участь у стратегічному плануванні. Бенкс був співзасновником "Leave.EU", однієї з основних кампаній, яка використовувала дослідження даних і цифровий маркетинг для цілеспрямованого впливу на виборців. Його зусилля допомогли створити дуже ефективну й упливову кампанію, яка застосовувала передові технології та інноваційні підходи до реклами.

Кампанія, проведена Фаражем та Бенксом, була успішною й вирішальною для формуванні громадської думки стосовно Brexit.

Формування агенди. Організатори ефективно визначали ключові теми обговорення, особливо зосереджуючи увагу на імміграції та втраті національного контролю над деякими суспільно важливими проблемами, які резонували з емоційними страхами й надіями населення.

Мобілізація прихильників. Їхня здатність мотивувати й мобілізувати прихильників через публічні виступи та активну онлайн-присутність зіграла ключову роль у збільшенні явки на референдум і забезпеченні високого відсотка голосів "за" вихід.

Нейтралізація опозиції. Своїми агресивними й упевненими виступами, Фараж і Бенкс часто ставили своїх опонентів у невідгдане становище, використовуючи емоційні апелі, щоб дискредитувати аргументи проти Brexit.

Зміна політичного ландшафту. Уплив цих лідерів думок не обмежився лише кампанією. Їх діяльність мала довгострокові наслідки для британської політики, зміцнивши популістські та націоналістичні рухи, які продовжують упливати на політику й суспільство у Великій Британії.

Аррон Бенкс і його контакти з росіянами

Аррон Бенкс, який відіграв ключову роль у фінансуванні та підтримці кампанії за Brexit, опинився в центрі міжнародного скандалу після розслідування, опублікованого влітку 2018 року. Було виявлено зв'язки Бенкса з російськими високопосадовцями, що викликало підозри щодо можливого зовнішнього втручання у внутрішні політичні процеси Великої Британії.

Згідно зі звітом, Бенкс мав численні зустрічі з російським послом в Лондоні, Олександром Яковенком, та іншими високопосадовцями. Під час цих зустрічей йому, серед іншого, пропонували угоди, що стосувалися російських золотих копалень. Це викликало занепокоєння стосовно потенційного впливу російської сторони на політичні рішення Бенкса та його підтримку Brexit. Також повідомлялося, що Бенкс обговорював з російським послом у Лондоні свою зустріч із новообраним президентом США Дональдом Трампом, яку він провів у США в Trump Tower в листопаді 2016 р.

Відтак Бенкс, як лідер думок і значний фінансист, міг бути використаний в якості каналу для поширення впливових повідомлень, що вигідні певним зовнішнім гравцям. Зв'язки з Росією могли сприяти розвитку й легітимізації наративів, що підтримують російські геополітичні інтереси, особливо в контексті послаблення політичної єдності Європи.

Розкриття цих зв'язків спричинило значні дебати у Великій Британії щодо впливу іноземних держав на британську політику. Це підняло питання про необхідність зміцнення законодавства у сфері фінансування політичних кампаній і прозорості політичних впливів.

David D. Kirkpatrick; Matthew Rosenberg (29 June 2018); Cadwalladr, Carole (9 Jun. 2018); The Guardian (10 Jun. 2018); The Guardian (10 Jul. 2018).

Завдання: на основі кейсу про Brexit і вплив лідерів думок, таких як Найджел Фараж і Аррон Бенкс, проаналізувати, як інформаційні кампанії та лідери думок можуть впливати на масову свідомість і формувати громадську думку.

Знання:

Підготуйте список ключових подій, що призвели до референдуму щодо Brexit.

- Використовуючи наданий текст та додаткові джерела, визначте основні події та дати, які передували референдуму.

Розуміння:

Поясніть роль Найджела Фаража та Аррона Бенкса в кампанії за Brexit.

- Інструкції: Напишіть коротке есе (200-300 слів), описуючи, як їхні дії та використання медіа вплинули на результати референдуму.

Застосування:

Використовуючи ChatGPT, підготуйте серію тестових запитань для оцінки знань про вплив лідерів думок на громадську думку під час Brexit.

- Сформулюйте не менше 10 тестових запитань.
- Використайте отримані відповіді для створення відповідного тесту в форматі multiple-choice або true/false.
- Згенеруйте відповідний тест, використовуючи MS Forms і запропонуйте пройти його вашим друзям.

Аналіз:

Проаналізуйте, як інформаційні кампанії за допомогою соціальних медіа вплинули на масову свідомість під час кампанії за Brexit.

- Визначте основні канали, які використовувалися для поширення інформації.
- Напишіть короткий звіт (300-400 слів), в якому проаналізуйте ефективність цих каналів та їхній вплив на громадську думку.

Синтез:

Розробіть план інформаційної кампанії, яка могла б протидіяти наративам, що просувалися під час кампанії за Brexit.

- Визначте ключові меседжі, аудиторії та канали комунікації.
- Підготуйте презентацію (8-10 слайдів) з використанням графічних елементів, що ілюструють ваш план.

Оцінка:

Оцініть вплив зв'язків Аррона Бенкса з російськими високопосадовцями на результати референдуму щодо Brexit.

- Напишіть аналітичну записку (300-500 слів), оцінюючи можливі наслідки цих зв'язків на політичні процеси у Великій Британії.

Методика психологічного таргетування, OCEAN і Cambridge Analytica

Президентські вибори у США в 2016 році стали прикладом складної інформаційної кампанії, в якій ключову роль зіграла компанія Cambridge Analytica, яка використала дані соціальних мереж для розробки психологічних профілів американських виборців. Для аналізу особистостей виборців, із метою визначення їхніх політичних уподобань, застосовано мікротаргетинг, що ґрунтувався на моделі OCEAN. Методика OCEAN, відома також як модель “Великої п'ятірки” особистісних рис, уключає п'ять ключових характеристик, які використовуються для аналізу поведінкових тенденцій і мотивацій:

відкритість до досвіду (Openness), — готовність до нових ідей і нестандартних вражень;
сумлінність (Conscientiousness), — надійність, пунктуальність, організованість;
екстраверсія (Extraversion), — товарищескість, потреба в соціальній взаємодії;
добросердність (Agreeableness), — співпереживання, кооперативність, довірливість;
нейротизм (Neuroticism), — емоційна нестабільність, тенденція до переживань.

Застосування Cambridge Analytica

Компанія зібрала величезну кількість даних через Facebook, зокрема інформацію про політичні погляди, схильності до конспірології, емоційні тригери тощо. Ці дані були використані для створення детальних даних користувачів з метою націлювання специфічних політичних рекламних повідомлень, які резонували з особистими переконаннями та страхами конкретних груп виборців.

Зібрані дані давали змогу налаштовувати політичну рекламу таким чином, щоб вона резонувала з особистісними характеристиками цільової аудиторії. Цей підхід був використаний для впливу на громадську думку й виборчі уподобання.

Зовнішні бенефіціари

Є документи, що підтверджують як суб'єкти, що діяли в інтересах Росії, використовували подібні техніки мікротаргетингу для впливу на американські вибори, просуваючи дезінформацію та втручаючись у політичний процес. Згідно з дослідженнями, Росія спонсорувала тисячі реклам у Facebook та на інших платформах, спрямованих на підживлення політичних розбіжностей, особливо наголошуючи питання расової нерівності та збройного насильства, що сприяло загостренню політичних поділів у країні. Одним із ключових документів, який детально розслідує російське втручання у президентські вибори в США в 2016 році, є звіт спеціального прокурора Роберта Мюллера, офіційно відомий як "Report on the Investigation into Russian Interference in the 2016 Presidential Election" (Mueller, R. S. (2020). Звіт Мюллера охоплює широкий спектр діяльності, пов'язаної з російськими спробами вплинути на вибори, включно з деталями про інформаційні кампанії та кібератаки.

Як показує успіх Дональда Трампа у 2016 році, ефективність Cambridge Analytica та російського втручання у вибори були значними. Однак це також породило масштабну критику та підняло питання про етику використання особистих даних, вплив соціальних мереж на демократичні процеси й необхідність регулювання цифрової реклами. Цей кейс став каталізатором для численних дебатів та законодавчих ініціатив щодо захисту приватності й прозорості використання даних у політичних кампаніях, а також акцентував на важливості боротьби з зовнішнім впливом у виборчих процесах.

Mueller, R. S. (2020). The mueller report: The final report of the special counsel into donald trump, russia, and collusion. Quebec (Quebec), AC Publishing.

Завдання: вивчення можливостей використання методики OCEAN у виборчих кампаніях

Мета: дослідити, як методика OCEAN використовувалася для психологічного таргетування в інформаційних кампаніях, зокрема на прикладі Cambridge Analytica під час президентських виборів у США 2016 року.

Інструкції для виконання завдання:

Дослідження та підготовка:

Знайдіть і підготуйте інформацію про кожен з п'яти характеристик моделі OCEAN.

- Використовуючи наданий текст та додаткові джерела, створіть презентацію, яка описує відкритість до досвіду (Openness), сумлінність (Conscientiousness), екстраверсію (Extraversion), добросердність (Agreeableness) та нейротизм (Neuroticism).

Візуалізація даних:

Створіть інфографіку, яка ілюструє, як компанія Cambridge Analytica використовувала модель OCEAN для таргетингу виборців.

- Використовуючи інструменти для створення інфографіки (наприклад, Canva, Piktochart), візуалізуйте ключові моменти про те, як кожна характеристика моделі OCEAN була застосована для створення таргетованих рекламних повідомлень.

Використання ChatGPT:

Використовуйте ChatGPT для створення сценаріїв мікротаргетингу для різних груп виборців.

- Уведіть ключові характеристики виборців (наприклад, висока екстраверсія, низька добросердність) і попросіть ChatGPT запропонувати відповідні повідомлення для політичної реклами. Виберіть найкращі варіанти та створіть текст для цих рекламних оголошень.

Приклади запитів до ChatGPT для завдання про методику OCEAN

- Створи таргетоване політичне рекламне повідомлення для виборців з високою екстраверсією та низькою добросердністю, які підтримують консервативні цінності.
- Склади текст політичної реклами для виборців з високою відкритістю до досвіду та високим нейротизмом, які хвилюються за екологічні питання.
- Проаналізуй, які елементи політичного рекламного повідомлення найкраще резонують з виборцями з високою сумлінністю та низькою екстраверсією. Наведи приклади можливих повідомлень.
- Проаналізуй етичні питання, пов'язані з використанням мікротаргетингу в політичних кампаніях, базуючись на моделі OCEAN. Які потенційні загрози для демократичних процесів це може нести?
- Напиши текст політичної реклами для виборців з високою добросердністю та низьким нейротизмом, які підтримують прогресивні соціальні зміни.
- Порівняй, як різні аспекти моделі OCEAN впливають на сприйняття політичних повідомлень серед виборців з високою відкритістю до досвіду і високою сумлінністю. Наведи приклади можливих таргетованих повідомлень.
- Описати сценарій успішної інформаційної кампанії з використанням методики OCEAN для виборів у місцеву владу. Включити приклади повідомлень для кожної з п'яти характеристик.

Групове обговорення:

Проведіть групове обговорення про етичні питання, пов'язані з використанням методики OCEAN та мікротаргетингу.

- Розділіться на невеликі групи та обговоріть, чи є етичним використання особистих даних для політичного таргетингу. Визначте переваги й недоліки такого підходу та підготуйте короткий звіт за результатами обговорення.

Рольова гра:

Проведіть рольову гру, в якій студенти будуть представляти різні сторони виборчої кампанії (аналітики даних, політичні консультанти, виборці).

- Сформууйте групу студентів, яка буде представляти Cambridge Analytica, іншу групу — як виборців, і третю — як політичних опонентів. Проведіть симуляцію створення та запуску політичної кампанії з використанням методу OCEAN. Після гри обговоріть результати та висновки.

Аналітична записка:

Напишіть аналітичну записку про вплив методики OCEAN на виборчий процес та суспільну думку.

- Підготуйте аналітичний документ (500-700 слів), в якому оцініть ефективність мікротаргетингу на основі моделі OCEAN під час президентських виборів у США 2016 року. Обговоріть потенційні етичні питання та наслідки для демократичних процесів.

Нідерландський референдум 2016 року

У 2016 році в Нідерландах відбувся референдум, під час якого громадяни висловилися проти ратифікації Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Результат референдуму — 61% голосів проти угоди, що затримало її ратифікацію Нідерландами й могло стати серйозною перешкодою для євроінтеграції України.

Під час підготовки до референдуму розгорнулася масштабна інформаційна кампанія, спрямована проти ратифікації Угоди про асоціацію з Україною. Її ключовими ознаками було поширення фейкових новин, вигаданих історій і дезінформації, використання страху, гніву й упередженості для того, щоб переконати людей проголосувати проти угоди. Для поширення дезінформації та пропаганди, а також для мобілізації людей проти угоди активно використовувалися соціальні мережі.

Організували та координували цю кампанію кілька груп, зокрема Geen Peil, інтернет-платформа, створена лідером правої Партії свободи Геертом Вілдерсом. Вона публікувала фейкові новини, пропаганду й дезінформацію про Україну, намагаючись переконати людей, що Угода про асоціацію буде шкідливою для Нідерландів. Група проросійських активістів, які видавали себе за українців, поширювали дезінформацію про Україну, звинувачуючи її в толеруванні корупції, некомпетентності та недемократичності. Активну участь у інформаційній кампанії проти Угоди про асоціацію брали також російські державні ЗМІ, зокрема RT і Sputnik. Вони публікували фейкові новини, пропаганду та дезінформацію про Україну, намагаючись посіяти розбрат і недовіру серед нідерландських виборців.

Проект Geen Peil використовував антиукраїнську риторику, в той час як політичні фігури, такі як Герт Вілдерс і його Партія свободи, а також відомий антиглобаліст Хенрікус ван Боммель із Соціалістичної партії, сприяли розповсюдженню дезінформації. Вони використовували медійний простір для агітації проти Угоди, часто поширюючи фейкові новини й маніпулюючи фактами.

Згодом з'ясувалося, що Тьєррі Боде, лідер ультраправої партії "Форум за демократію", яка виступала проти Угоди про асоціацію, мав таємні зв'язки з Росією. Він листувався з Володимиром Корніловим, людиною, близькою до Кремля, обговорював можливу фінансову допомогу та отримував від нього "інформацію" про "втручання" України в референдум. Згідно з розслідуванням, проведеним медійними проектами Zembla та De Nieuws BV, про що повідомив EUobserver (Rettman, A. 2020, April 17), Боде визнав, що мав контакти з Володимиром Корніловим, який описувався як діяч, що працює на Путіна. Виявлено листування в WhatsApp, де Боде згадує про можливу фінансову підтримку від Корнілова, що актуалізує питання про вплив Росії на політичні процеси в Нідерландах, зокрема на результати референдуму.

Інформаційна кампанія проти Угоди про асоціацію з Україною мала значний вплив на результат референдуму. У підсумку багато людей в Нідерландах отримали спотворене уявлення про Україну та про Угоду про асоціацію. Це призвело до того, що значна частина виборців проголосувала проти угоди, що затримало її ратифікацію Нідерландами.

Показово, що медійна активність, спрямована проти Угоди, як виявилось, супроводжувалася втручанням російських інформаційних агентств, які поширювали дезінформацію для підтримки своїх геополітичних інтересів у Європі. Це стало відображенням ширшої стратегії Кремля щодо використання інформаційних операцій для роз'єднання європейських держав та ослаблення єдності ЄС.

Завдання: дослідити теорію агенда-сетингу та її застосування в політичних кампаніях. Проаналізувати російський вплив на інформаційні кампанії та громадську думку.

Інструкція:

Аналіз контенту:

- Знайдіть і проаналізуйте новини та медійні повідомлення, пов'язані з референдумом у Нідерландах 2016 року. Зосередьтесь на тих, що стосуються Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.
- Визначте ключові теми, які висвітлювалися медіа (наприклад, корупція в Україні, негативні наслідки для Нідерландів, втручання Росії).

Роль лідерів думок:

- Проаналізуйте, як лідери думок, такі як Найджел Фараж, Аррон Бенкс, Геерт Вілдерс і Тьєррі Боде, впливали на формування громадської думки. Виявіть методи, які вони використовували для просування своїх наративів.

Створення власної медійної кампанії:

- Використовуючи знання про теорію агенда-сетингу, розробіть концепцію медійної кампанії для просування або протидії певному політичному питанню (наприклад, референдуму або виборчої кампанії).
- Виберіть ключові теми для вашої кампанії та поясніть, чому саме ці теми будуть ефективними.

- Розробіть кілька прикладів медійних повідомлень (меми, інфографіка, відеоролики, твіти) для обраної вами кампанії.

Аналіз російського впливу:

- Досліджуйте, як російські інформаційні агентства, такі як RT і Sputnik, впливали на громадську думку під час референдуму в Нідерландах.
- Підготуйте презентацію, в якій проаналізуйте методи російського впливу, використані для маніпуляції громадською думкою. Включіть приклади дезінформації та пропаганди, які поширювалися через ці агентства.
- Визначте, яким чином ці методи впливали на результати референдуму та на загальне сприйняття Угоди про асоціацію з Україною.

Рефлексія та висновки:

- Напишіть коротке есе (500-700 слів), у якому проаналізуйте ефективність медійної кампанії проти Угоди про асоціацію з Україною. Включіть у ваш аналіз наступні аспекти:
- Як медійна кампанія вплинула на громадську думку та результати референдуму?
- Які методи агенда-сетингу були використані під час кампанії?
- Які уроки можна винести для майбутніх інформаційних кампаній?

Протести фермерів у Польщі

Протести польських фермерів, що спалахнули в 2023—2024 роках на тлі повномасштабного вторгнення Росії в Україну, мали значний геополітичний вимір. Вони відбувалися в той час, коли в Європі та Польщі зокрема зросла тривожність через можливе втручання Росії у внутрішні справи через дезінформаційні кампанії та інформаційно-психологічні операції. Саме такий контекст ставить під сумнів спонтанність і випадковість протестів фермерів, які могли бути сплановані або принаймні використані з метою геополітичного впливу.

Протести розпочалися в листопаді 2023 року. Початок блокади припав на 3 листопада і тривав до 3 січня 2024 року. Згодом протести посилювалися. Найважчий день акцій припав на 20 лютого 2024 року, коли фермери влаштували повну блокаду всіх прикордонних пунктів пропуску з Україною, зокрема висипали зерно з вантажних вагонів біля КПП Медика-Шегині. На початку березня протести перенеслися до Варшави, зокрема під офіс прем'єр-міністра Дональда Туска, де 6 березня відбулися сутички з поліцією.

Основною причиною протестів стало зниження внутрішніх цін на збіжжя на 20—30 % нібито через український експорт, що серйозно вплинуло на доходи польських агровиробників. Крім того, нові обмеження в рамках Європейського зеленого курсу ЄС, спрямовані на досягнення кліматично нейтрального суспільства до 2050 року, також викликали невдоволення серед фермерів.

Головною силою, що організувала та координувала протести, було об'єднання польських фермерів, зокрема “AgroUnia”. Ця організація мала значний вплив серед агровиробників і активно використовувала засоби масової інформації та соціальні мережі для мобілізації своїх членів.

Однією з ключових фігур у цьому контексті стала польська ультраправа політична сила “Конфедерація свободи й незалежності”, яка використовується як рупор російської пропаганди. Її діяльність уключає поширення антиукраїнських настроїв та активне просування російських інтересів у Польщі. Ця партія активно підтримувала блокаду українських кордонів і виступає з агресивною антиурядовою риторикою.

Протести польських фермерів стали каталізатором для схожих акцій у різних країнах ЄС, уключаючи Францію, Німеччину, Італію та Іспанію. Фермери цих країн висловлювали схожі вимоги, пов'язані з екологічним законодавством ЄС і впливом імпортованого зерна, зокрема з України, на місцеві ринки. Це сталося на тлі виборів до Європарламенту, що додатково активізувало аграрні протести по всій Європі. Фермери отримали широкую підтримку від ультраправих та ультралівих рухів, які використовували протести для власної політичної агітації. Рухи, такі як “Вільні саксонці”, “Третій шлях” і “Батьківщина” у Німеччині, а також “Альтернатива для Німеччини” (AfD), взяли активну участь у пропаганді та підтримці протестних акцій.

Під час протестів у Польщі використовувалися плакати з закликами до Путіна та символіка СРСР. МЗС Польщі висловило серйозне занепокоєння цими інцидентами, стверджуючи, що такі дії могли бути організовані російськими агентами з метою дестабілізації ситуації в країні.

Ситуація була досить складною через активне використання соціальних мереж, тролів, і мемів, які можуть слугувати засобами масового впливу на громадську думку. Антиукраїнські й проросійські нарративи, що поширювалися серед учасників протестів, дають підстави перевірити версію про організовану кампанію, спрямовану на зменшення підтримки України в її конфлікті з Росією, а також на дестабілізацію політичної ситуації всередині Польщі. Це збігається в часі з активними кроками України на шляху до вступу в ЄС, що є критично важливим для європейської інтеграції країни.

Протести почали поступово згасати після того, як на початку квітня 2024 року відбувся візит українського президента до Польщі, під час якого обговорено проблеми фермерів обох країн. Володимир Зеленський повідомив про досягнення домовленостей, які мали зняти напругу й урегулювати проблеми з експортом зерна.

Завдання для вивчення інтегрального впливу в інформаційно-психологічних операціях.

Мета: Дослідити інтегральний вплив інформаційно-психологічних операцій (ІПО) на масову аудиторію. Вивчити використання соціальних медіа та інших інструментів для маніпуляції громадською думкою та мобілізації протестних рухів. Проаналізувати кейс протестів польських фермерів як приклад геополітичного впливу.

Інструкція:

Аналіз контенту та впливу на громадську думку:

- Дослідіть, які методи та інструменти використовувалися для поширення протестних настроїв серед польських фермерів.
- Визначте ключові теми та нарративи, які висвітлювалися в медіа та соціальних мережах під час протестів.
- Розгляньте, як ці нарративи впливали на масову аудиторію та які емоційні тригери використовувалися для мобілізації протестувальників.

Дослідження ролі соціальних медіа:

- Визначте, які платформи соціальних медіа використовувалися для координації та поширення інформації про протести.
- Проаналізуйте приклади постів, мемів та інших медійних матеріалів, які активно використовувалися під час протестів.
- Оцініть, як соціальні медіа вплинули на інтенсивність та поширення протестних настроїв.

Виявлення геополітичного впливу:

- Дослідіть, які зовнішні актори могли бути зацікавлені в дестабілізації ситуації в Польщі через підтримку протестів фермерів.
- Визначте, як ультраправі та ультраліві рухи, а також проросійські елементи використовували протести для власних політичних цілей.
- Розгляньте можливий вплив Росії на ці події та проаналізуйте, як антиукраїнські нарративи могли слугувати для зменшення підтримки України.

Підготовка інтерактивних матеріалів:

- Створіть інфографіку або відеоролик, що демонструє механізми інтегрального впливу ІПО на прикладі протестів польських фермерів.
- Включіть у ваш матеріал основні теми, інструменти та методи, що використовувалися для маніпуляції громадською думкою.
- Поясніть, як такі інформаційні кампанії можуть впливати на політичні процеси та громадську думку в довгостроковій перспективі.

Жаїр Болсонару, колишній військовий офіцер і депутат, став президентом Бразилії у 2018 році, значною мірою завдяки своїй агресивній онлайн-кампанії. Він використовував соціальні мережі для залучення й мобілізації своїх прихильників, надаючи меншого значення традиційним медіа й маркетинговим стратегіям. Це дало змогу обійти традиційні ЗМІ, які часто критикували його.

Особливо ефективним стало використання інфлюенсерів, які мали велику кількість підписників і могли впливати на громадську думку. Ці інфлюенсери розповсюджували контент, що підтримував Болсонару, і критикували його опонентів, що допомагало формувати сприятливий наратив і поширювати політичні ідеї серед широкої аудиторії.

Використання соціальних мереж та інфлюенсерів дало змогу Болсонару швидко реагувати на критику, поширювати свої відповіді й утверджувати свою версію подій. Це сприяло зростанню його популярності, особливо серед молодих виборців, які активно користувалися інтернетом.

Креативне завдання: Використання інфлюенсерів та соціальних медіа в ППО.

Мета: Дослідити роль інфлюенсерів і соціальних медіа в інформаційно-психологічних операціях (ППО). Розробити креативну інформаційну кампанію, використовуючи інфлюенсерів та соціальні медіа для досягнення певних політичних чи соціальних цілей.

Інструкція:

Розподіл на групи:

- Студенти поділяються на групи по 4-5 осіб. Кожна група отримає завдання розробити власну інформаційну кампанію, використовуючи інфлюенсерів та соціальні медіа.

Вибір теми:

- Кожна група обирає тему для своєї інформаційної кампанії. Це може бути політична, соціальна або екологічна проблема. Наприклад, вибори, зміни клімату, здоровий спосіб життя тощо.

Ідентифікація цільової аудиторії:

- Визначте, на яку аудиторію буде спрямована ваша кампанія. Це може бути молодь, люди середнього віку, конкретні професійні групи або інші демографічні категорії.

Вибір інфлюенсерів:

- Дослідіть і виберіть інфлюенсерів, які мають значний вплив на вашу цільову аудиторію. Врахуйте кількість їх підписників, рівень взаємодії з аудиторією та релевантність їх контенту до вашої теми.

Розробка контенту:

- Створіть серію постів, відео, мемів та інших матеріалів, які інфлюенсери будуть поширювати. Ваша кампанія має включати принаймні три типи контенту (наприклад, відео, меми, інфографіки).

Планування стратегії поширення:

- Розробіть детальний план поширення контенту через соціальні медіа. Вкажіть, коли і як інфлюенсери будуть публікувати ваші матеріали. Врахуйте оптимальний час для постів, хештеги та інші стратегії для максимального охоплення аудиторії.

Сценарій кризи та реагування:

- Врахуйте можливість негативної реакції або критики. Розробіть сценарій для швидкого реагування на критику та управління кризою.

Презентація кампанії:

- Кожна група готує презентацію своєї інформаційної кампанії. У презентації включіть: вибрану тему та цільову аудиторію, вибраних інфлюенсерів та причини їх вибору, приклади створеного контенту план поширення контенту, стратегію реагування на критику

Оцінка кампаній:

- Після презентацій групи оцінюють одна одну за такими критеріями: креативність контенту відповідність обраним інфлюенсерам, чіткість і реалістичність плану поширення, наявність та обґрунтованість стратегії реагування на критику.

Рефлексія:

- Напишіть коротке есе (300-500 слів) про те, що ви дізналися з цього завдання про роль інфлюенсерів та соціальних медіа в IPO. Обговоріть, як ця інформація може бути використана в реальних інформаційних кампаніях.

Оцінювання:

- Вибір теми та цільової аудиторії (10%)
- Вибір інфлюенсерів та їх відповідність (20%)
- Креативність та якість контенту (30%)
- Стратегія поширення та управління кризою (30%)
- Рефлексія та підсумкове есе (10%)

Panama Papers

Один із яскравих прикладів інформаційного приводу пов'язаний зі “зливом” конфіденційних документів, відомим як “Panama Papers”, у 2016 році. Цей випадок привернув увагу медіа та публіки в усьому світі до питання офшорних банківських рахунків і ухилень від податків. У квітні 2016 року група журналістів з Міжнародного консорціуму журналістів-розслідувачів (ICIJ) опублікувала серію статей, які базувалися на більш як 11 мільйонах документів із юридичної фірми Mossack Fonseca, базованої в Панамі. Ці документи викрили деталі офшорних рахунків і фінансових угод політиків, знаменитостей і бізнесменів з понад 200 країн ([ICIJ's Panama Papers leak](#)).

Елементи інформаційного приводу

Новизна й унікальність. Самі “Panama Papers” стали інформаційним приводом через свою масштабність і несподіванку. Уперше було настільки широко викрито ухилення від сплати податків з використанням офшорних зон.

Емоційне залучення. Розкриття включало імена відомих політичних лідерів, таких як тодішній прем'єр-міністр Великобританії Девід Кемерон, та інших впливових осіб, що викликало сильні емоційні реакції серед громадськості.

Уплив на громадську думку й політику. Викриття призвело до великої кількості громадських обговорень щодо законності податкових схем і потреби в більшій прозорості фінансових операцій. Це спричинило зміни в законодавстві багатьох країн щодо боротьби з ухиленнями від сплати податків.

Використання медіа

Для максимального розповсюдження інформації ICIJ співпрацював із великою мережею міжнародних медійних організацій, які допомогли охопити різні географічні регіони й аудиторії. Використання інтернету та соціальних мереж також сприяло швидкому й вірусному поширенню інформації.

“Panama Papers” стали класичним прикладом того, як інформаційний привід може вплинути на міжнародну політику та спонукати до змін у глобальному масштабі, підкреслюючи важливість прозорості й відповідальності у фінансовій сфері.

Завдання: Розробка інформаційного приводу

Мета: Вивчити ключові компоненти успішного інформаційного приводу. Зрозуміти, як використовувати медіа для ефективного поширення важливих новин. Практично застосувати знання, створюючи власний інформаційний привід.

Опис завдання: вивчіть досвід інформаційного приводу на основі кейсу “Panama Papers” і на його основі виконайте наступне:

- Виберіть актуальну соціальну, політичну або економічну тему, яка може стати основою для вашого інформаційного приводу. Наприклад, питання корупції, екологічних катастроф, прав людини тощо.
- Проведіть детальне дослідження обраної теми. Знайдіть факти, дані, інтерв'ю, статистику та інші релевантні матеріали.

- Створіть інформаційний привід, який буде привертати увагу аудиторії. Він має включати такі елементи:
 - Новизна та унікальність: визначте, що робить вашу тему унікальною та цікавою для громадськості.
 - Емоційне залучення: включіть елементи, які викликають сильні емоційні реакції (наприклад, особисті історії, фотографії, відео).
 - Актуальність: поясніть, чому ця тема важлива саме зараз.
 - Вплив на суспільство: опишіть можливі наслідки вашого інформаційного приводу та його значення для громадськості.
- Напишіть прес-реліз, який анонсує ваш інформаційний привід. У прес-релізі повинно бути:
 - Заголовок, який привертає увагу.
 - Вступний абзац, що коротко описує сутність інформаційного приводу.
 - Основний текст, що містить деталі, важливі факти, цитати та інформацію про те, чому ця тема важлива.
 - Контактну інформацію для подальших запитів від журналістів.
- Створіть супроводжуючі візуальні матеріали (інфографіки, фотографії, короткі відео), які можна використовувати разом з прес-релізом для посилення впливу інформаційного приводу.
- Розробіть стратегію поширення вашого інформаційного приводу. Включіть такі елементи:
 - Цільові медіа: визначте, які медіа-платформи найкраще підходять для вашої теми (газети, онлайн-платформи, телебачення, соціальні мережі тощо).
 - Використання інфлюенсерів: ідентифікуйте інфлюенсерів, які могли б допомогти поширити ваш привід серед своїх підписників.
 - План розсилки: підготуйте список медіа та контактів журналістів, яким ви надішлете прес-реліз і візуальні матеріали.
- Підготуйте презентацію вашого інформаційного приводу для класу. Розкажіть про вибір теми, методи дослідження, основні елементи прес-релізу та стратегію поширення.

Втручання Росії у вибори в Сполучених Штатах у 2016 році: розкриття інформаційного приводу

Розглянемо знов уже згаданий раніше приклад інформаційно-психологічного впливу на геополітичній арені, що стосується **втручання Росії у вибори в Сполучених Штатах у 2016 році**. Ця операція демонструє, як цифрові технології можуть бути використані для впливу на політичні процеси в інших країнах.

За висновками американських розвідувальних агентств і звітом спеціального прокурора Роберта Мюллера, Росія втручалася у президентські вибори в США 2016 року з метою вплинути на результати на користь Дональда Трампа й зашкодити його суперниці Гілларі Клінтон.

Хакери, асоційовані з російським урядом, отримали доступ до електронних листів високопоставлених членів Демократичної партії США. Ця крадіжка інформації стала основою для створення інформаційного приводу. Викрадені документи були оприлюднені через WikiLeaks та інші платформи під час виборчої кампанії, що максимально ускладнило позицію Гілларі Клінтон і створило постійний інформаційний шум.

Розкриття інформаційного приводу включала декілька стратегічно важливих кроків, які використовувалися для забезпечення того, щоб ключові повідомлення досягали великої аудиторії через різні канали. Були використані фейкові акаунти й боти в соціальних мережах, передусім Facebook, Twitter, та Instagram, для розповсюдження дезінформації та підігріву політичних поділів. Ці акаунти публікували повідомлення, що підтримували Трампа й критикували Клінтон, часто використовуючи теми, що викликали гострі суперечки, такі як раса, імміграція та релігія. Організовані групи фейкових акаунтів на Facebook, Twitter та інших платформах розповсюджували проросійські наративи, використовували хештеги й мему для поширення контенту, що вміло маніпулював громадською думкою. Також була застосована політична реклама на платформах соціальних мереж, яка цілеспрямовано впливала на виборців у ключових штатах. Використання даних про користувачів давало змогу максимально персоналізувати рекламні повідомлення. Рекламні кампанії на Facebook та інших платформах використовували алгоритми для точного таргетування, особливо у ключових штатах, що могли вирішити результат виборів. Публікувалися матеріали, які викликають емоційну реакцію і сприяли політичній

поляризації, провокативні повідомлення й теорії змови, розраховані на швидке вірусне поширення серед прихильників і противників певних політичних фігур.

Ця кампанія мала значний вплив на громадську думку й виборчу поведінку, викликавши широке засудження та розслідування національного рівня у США. Вона також викликала занепокоєння щодо безпеки майбутніх виборів і потреби захисту демократичних процесів від зовнішнього втручання.

Завдання: протидія розкрутці інформаційного приводу з використанням ChatGPT¹.

Мета: Студенти мають дослідити, як можна використовувати ChatGPT для протидії розкрутці інформаційного приводу, аналогічного втручання Росії у вибори в Сполучених Штатах у 2016 році.

Опис завдання:

- Аналіз кейсу: прочитайте опис втручання Росії у вибори в США у 2016 році. Зосередьте увагу на методах і стратегіях, які були використані для створення та розкрутки інформаційного приводу.
- Ідентифікація проблем: визначте три основні проблеми, які дозволили розкрутити інформаційний привід. Наприклад, вразливість соціальних мереж до дезінформації, слабкий контроль за політичною рекламою, недостатня медіаграмотність населення.
- Розробка стратегії протидії з використанням ChatGPT: для кожної з трьох проблем запропонуйте по одному ефективному заходу протидії, який можна реалізувати за допомогою ChatGPT. Поясніть, як кожен із запропонованих заходів може допомогти зменшити вплив дезінформації.

Практичне завдання: Використовуючи ChatGPT, створіть наступні елементи для протидії розкрутці інформаційного приводу:

- Фактчекінг постів у соціальних мережах: попросіть ChatGPT створити короткий текст, який пояснює важливість перевірки фактів і надає поради щодо виявлення фейкових новин;
- Освітній контент: використайте ChatGPT для створення інформативного посту, який розповідає про методи протидії дезінформації та важливість критичного мислення;
- Підтримка медіаграмотності: попросіть ChatGPT написати інструкцію для громадян, як розпізнати маніпуляції у соціальних мережах та захистити себе від дезінформації.

Формат подання:

- Короткий звіт (до 2 сторінок): опис трьох основних проблем і запропонованих заходів протидії з використанням ChatGPT.
- Соціальні пости: тексти для соціальних мереж, створені за допомогою ChatGPT, які включають фактчекінг, освітній контент та підтримку медіаграмотності.

Приклади запитів до ChatGPT:

- "Напиши короткий текст для соціальних мереж, який пояснює важливість перевірки фактів і надає поради щодо виявлення фейкових новин."
- "Створи інформативний пост для соціальних мереж, який розповідає про методи протидії дезінформації та важливість критичного мислення."
- "Напиши інструкцію для громадян, як розпізнати маніпуляції у соціальних мережах та захистити себе від дезінформації."

Увага! Увесь отриманий за допомогою штучного інтелекту контент вимагає прискіпливого аналізу й наступного допрацювання, його доцільно використовувати лише для оптимізації процесу опрацювання великих обсягів інформації.

¹ *Увага! Увесь отриманий за допомогою штучного інтелекту контент вимагає прискіпливого аналізу й наступного допрацювання, його доцільно використовувати лише для оптимізації процесу опрацювання великих обсягів інформації.*

Навчально-методичне видання

Федонюк Сергій Валентинович

**Інформаційно-психологічні операції в геополітиці:
кейси для студентів-міжнародників**

Волинський національний університет імені Лесі Українки. Електронне видання