

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ЮРІЯ ФЕДЬКОВИЧА**

**Факультет історії, політології та міжнародних відносин
Кафедра міжнародних відносин та суспільних комунікацій**

**Політичне маніпулювання в США під час президентської виборчої
кампанії 2020 через призму російської пропаганди
Кваліфікаційна робота**

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Виконав:

студент 6 курсу, 604 групи

Кохан Дмитро

Керівник:

кандидат політичних наук,

доцент **Осадца І.С.**

До захисту допущено

на засіданні кафедри

протокол №_____ від _____ 2025 р.

Зав. кафедрою _____ проф.

Чернівці – 2025

ANNOTATION

Магістерська робота присвячена дослідженню політичного маніпулювання в США під час президентської виборчої кампанії 2020 року через призму російської пропаганди та інформаційних операцій. У роботі розглянуто теоретико-методологічні засади дослідження політичного маніпулювання, пропаганди й інформаційної війни, уточнено понятійно-категоріальний апарат, окреслено місце інформаційних операцій у структурі гібридної війни. Проаналізовано політичний контекст виборів 2020 року в США, особливості функціонування медіапростору та соціальних мереж, роль внутрішніх маніпулятивних технологій у виборчих кампаніях основних кандидатів. Окрему увагу приділено російській пропаганді як інструменту зовнішньої політики РФ, її наративам, каналам поширення та цільовим аудиторіям. На основі контент-аналізу, елементів дискурс- та наративного аналізу, кейс-стаді та івент-аналізу виявлено основні інформаційні операції Російської Федерації, спрямовані проти США у контексті виборів 2020 року.

У роботі оцінено вплив російських інформаційних впливів на політичний процес у США, рівень довіри до інститутів влади, сприйняття результатів виборів, а також на міжнародні відносини та реалізацію національних інтересів України. Сформульовано висновки щодо ефективності російської пропаганди у виборчому процесі та запропоновано загальні підходи до посилення протидії подібним інформаційним загрозам з боку України та її міжнародних партнерів.

Ключові слова: політичне маніпулювання, російська пропаганда, інформаційні операції, президентські вибори США 2020, гібридна війна, дезінформація, міжнародна безпека.

The master's thesis is devoted to the study of political manipulation in the United States during the 2020 presidential election campaign through the lens of Russian propaganda and information operations. The thesis examines the theoretical

and methodological foundations of research on political manipulation, propaganda and information warfare. It clarifies the conceptual framework and outlines the place of information operations within the structure of hybrid warfare. The political context of the 2020 US elections, the specific features of the media environment and social networks, and the role of domestic manipulative technologies in the campaigns of the main candidates are analysed. Special attention is paid to Russian propaganda as an instrument of the foreign policy of the Russian Federation, its key narratives, channels of dissemination and target audiences. Based on content analysis, elements of discourse and narrative analysis, case studies and event analysis, the thesis identifies the main information operations of the Russian Federation directed against the United States in the context of the 2020 elections. The research assesses the impact of Russian information influence on the political process in the United States, on public trust in state institutions, on the perception of the election results, as well as on international relations and the implementation of Ukraine's national interests. The thesis formulates conclusions regarding the effectiveness of Russian propaganda in the electoral process and proposes general approaches for strengthening resistance to such information threats by Ukraine and its international partners.

Key words: political manipulation, Russian propaganda, information operations, 2020 US presidential elections, hybrid war, disinformation, international security.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів та текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідні джерела.

Кохан Д. А.
(підпис)

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ	11
1.1. Теоретичні основи дослідження.....	11
1.2. Методологічні підходи до аналізу інформаційних операцій і маніпуляцій.....	24
1.3. Джерельна база досліджень	31
Висновки до розділу 1	37
РОЗДІЛ 2. ПОЛІТИЧНЕ МАНІПУЛЮВАННЯ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ США.....	42
2.1. Особливості президентської виборчої кампанії США 2020 року...	42
2.2. Використання інформаційних технологій і соціальних мереж у виборчому процесі	49
2.3. Внутрішньополітичні маніпуляції в кампаніях Джо Байдена та Дональда Трампа.....	62
Висновок до розділу 2	70
РОЗДІЛ 3. РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА І ЇЇ ВПЛИВ НА ВИБОРИ У США 2020 РОКУ	77
3.1. Основні напрями російських інформаційних операцій проти США	77
3.2. Інструменти та методи поширення російської пропаганди (медіа, соцмережі, ботоферми)	86
3.3. Наслідки та ефективність російської пропаганди для політичної системи США і міжнародних відносин	95
Висновки до розділу 3.....	103
ВИСНОВКИ	108

SUMMARY	111
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	114

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Актуальність теми дослідження зумовлена глибинними трансформаціями сучасного інформаційного простору, в якому політичні процеси дедалі більше залежать від цифрових комунікацій, соціальних мереж та алгоритмів поширення контенту. Вибірчі кампанії у демократичних державах перетворюються на арені інтенсивної боротьби за інтерпретацію реальності, формування образів політичних суб'єктів і мобілізацію електорату через цілеспрямовані інформаційні впливи. У цьому контексті політичне маніпулювання постає не як поодиноке явище, а як системний компонент сучасної політичної комунікації, що безпосередньо впливає на якість демократії, довіру до інститутів влади й легітимність результатів виборів.

Особливо показовим у цьому сенсі є президентська виборча кампанія у США 2020 року. Вона відбувалася в умовах поляризації суспільства, кризи довіри до традиційних медіа, пандемії COVID-19, масштабної циркуляції фейкових новин і теорій змови, а також тиску з боку зовнішніх акторів, які прагнули вплинути на хід виборів і сприйняття їхніх результатів. США, як одна з ключових держав світової політики, залишаються об'єктом постійної уваги з боку інших центрів сили, зокрема Російської Федерації, яка системно використовує інструменти інформаційної війни, кібератаки й пропаганду для досягнення власних геополітичних цілей.

Російська пропаганда, що активно функціонує з початку агресії проти України у 2014 році та особливо в умовах повномасштабного вторгнення 2022 року, має чітко виражений глобальний вимір. Спроби вплинути на внутрішньополітичні процеси в США, делегітимізувати їхні інститути та послабити трансатлантичну єдність безпосередньо зачіпає національні інтереси України. Втручання у виборчі процеси в США, формування антиукраїнських та антизахідних наративів, дискредитація політичних еліт,

що підтримують Україну, – усе це елементи ширшої стратегії Росії, спрямованої на зміну балансу сил у міжнародній системі.

Якщо втручання у вибори 2016 року вже стало предметом численних розслідувань і досліджень, то кампанія 2020 року розгорталася в якісно змінених умовах: із ширшим використанням нових платформ (зокрема платформи Telegram, TikTok, альтернативних та «периферійних» майданчиків), зростанням ролі ботомереж і тролєферм, таргетованої реклами, конспірологічних рухів на кшталт QAnon. Це вимагає оновленого, комплексного аналізу російських інформаційних операцій саме у контексті виборів 2020 року, з урахуванням їхнього впливу як на виборчу поведінку, так і на довгострокові наслідки для американської політичної системи.

Ступінь наукової розробленості проблеми. Ступінь наукової розробленості проблеми свідчить про значний, але фрагментарний характер наявних досліджень. Іноземні автори фокусуються на феноменах дезінформації, мережевої пропаганди, інформаційних бульбашок та поляризації; аналітичні центри на кшталт Atlantic Council, CSIS, CEPA, NATO StratCom COE, Hybrid CoE тощо здійснюють аналіз російських інформаційних операцій, документують окремі кейси втручання у вибори, мережі впливу тощо.

Українські дослідники акцентують увагу на гібридному характері російської агресії, інформаційній складовій сучасних конфліктів, загрозах для інформаційної безпеки держави, механізмах протидії пропаганді. Водночас комплексні дослідження політичного маніпулювання у США під час президентських виборів 2020 року саме через призму російської пропаганди й інформаційних операцій поки що представлені обмежено. Недостатньо розкритими залишаються питання взаємодії внутрішніх і зовнішніх маніпулятивних чинників, співвідношення між діяльністю російських акторів та внутрішніми американськими медіа- та політичними структурами, впливу російських наративів на формування суспільних настроїв у США щодо України.

Мета дослідження. Метою магістерської роботи є комплексний аналіз явища політичного маніпулювання в США під час президентської виборчої кампанії 2020 року через призму російської пропаганди та оцінка його впливу на політичну систему США й міжнародні відносини в контексті російсько-української війни.

Завдання дослідження. В процесі дослідження були поставлені наступні завдання:

- уточнити понятійно-категоріальний апарат дослідження політичного маніпулювання, пропаганди, інформаційних операцій та гібридної війни у сучасних міжнародних відносинах;
- проаналізувати основні підходи до вивчення інформаційних впливів і маніпулятивних технологій у політичній комунікації;
- з'ясувати сутність російської пропаганди як інструменту зовнішньополітичної діяльності РФ та її місце серед інших механізмів гібридної війни;
- охарактеризувати політичний контекст і ключові особливості президентської виборчої кампанії США 2020 року;
- дослідити роль інформаційних технологій, мас-медіа та соціальних мереж у забезпеченні політичного маніпулювання під час виборів у США;
- виокремити основні напрями й наративи російських інформаційних операцій, спрямованих проти США у контексті виборів 2020 року;
- проаналізувати інструменти та методи поширення російської пропаганди (державні та наближені до держави ЗМІ, онлайн-платформи, ботоферми, тролеферми, мережі впливу, таргетована реклама);
- оцінити вплив російської пропаганди на політичний процес у США, рівень суспільної довіри до інститутів влади та сприйняття результатів виборів;
- виявити наслідки російських інформаційних операцій для міжнародних відносин, зокрема для політики США щодо України та функціонування трансатлантичної системи безпеки;
- сформулювати узагальнені висновки щодо ефективності російської

пропаганди у виборах 2020 року та можливих напрямів протидії подібним впливам з боку України та її партнерів.

Об’єкт дослідження. Об’єктом дослідження є процес політичного маніпулювання в сучасних міжнародних відносинах, що проявляється у виборчих кампаніях демократичних держав.

Предмет дослідження. Предметом дослідження є політичне маніпулювання в США під час президентської виборчої кампанії 2020 року, здійснюване та/або підсилюване через російську пропаганду й інформаційні операції, а також його вплив на політичну систему США та міжнародні відносини в умовах російсько-української війни.

Хронологічні рамки дослідження. Хронологічні рамки дослідження охоплюють період від початку підготовки до президентських виборів у США 2020 року (орієнтовно з 2019 р.) до перших років каденції адміністрації Дж. Байдена (2021–2022 рр.), коли тривала активна політична та експертна дискусія щодо втручання у вибори та його наслідків. Водночас, для розкриття логіки російських інформаційних операцій необхідно ретроспективно звертатися до виборчого циклу 2016 року та подій 2014–2018 рр., пов’язаних із початком російської агресії проти України та формуванням сучасної стратегії гібридної війни.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становить поєднання загальнофілософських, загальнотеоретичних і прикладних методів. Серед загальнофілософських методів використовуються аналіз і синтез, індукція та дедукція, абстрагування й узагальнення, що дає змогу виокремити ключові характеристики політичного маніпулювання та систематизувати наукові підходи до його вивчення. Історичний та ретроспективний методи застосовуються для простеження еволюції російської інформаційної політики й втручання у виборчі процеси США. Порівняльний і системний підходи дозволяють зіставити різні типи маніпулятивних практик, виявити їхню взаємодію з інститутами демократії, визначити місце інформаційних операцій у ширшій структурі гібридної війни. Метод рівнів аналізу використовується

для розмежування індивідуального, суспільного, державного та міжнародного вимірів політичного маніпулювання.

Серед прикладних методів застосовуються контент-аналіз і елементи дискурс- та наративного аналізу для виявлення основних тематичних ліній, фреймів та наративів російської пропаганди; кейс-стаді – для детального розгляду окремих інформаційних операцій чи кампаній; івент-аналіз – для простеження зв'язку між ключовими політичними подіями (дебати, дні голосування, судові позови, масові протести) та інтенсивністю російських інформаційних впливів. Використання комплексу методів забезпечує багаторівневий, системний характер дослідження та підвищує його наукову достовірність.

Практичне значення дослідження. Практичне значення роботи визначається можливістю використання її результатів у діяльності органів державної влади України, відповідальних за формування політики національної безпеки, інформаційної та зовнішньополітичної стратегії; у діяльності аналітичних центрів, громадських організацій та медійних ініціатив, що займаються протидією дезінформації та російській пропаганді; у навчальному процесі при викладанні курсів із теорії міжнародних відносин, міжнародної безпеки, політичної комунікації та інформаційної безпеки.

Окремі положення дослідження можуть бути використані для розробки рекомендацій щодо підвищення стійкості українського суспільства до зовнішніх інформаційних впливів, посилення стратегічних комунікацій України на західному напрямку та зміцнення співпраці із США у сфері протидії гібридним загрозам.

Структура магістерської роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків та списку використаних джерел, який налічує 73 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 121 сторінок, з яких основного тексту – 93 сторінки.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНОГО МАНІПУЛЮВАННЯ

1.1. Теоретичні основи дослідження

Сучасна стадія розвитку політичних процесів у державах із демократичним устроєм вирізняється кардинальною зміною інформаційного поля. Саме тут формуються та модифікуються погляди громадян на уряд, виборчі кампанії, питання безпеки та зовнішньополітичні кроки держави. Якщо раніше телевізійні мережі, друковані видання та радіо як основні шляхи комунікації займали цю нішу, то нині центральне місце в інфопросторі посідають цифрові платформи, соціальні мережі, засоби обміну повідомленнями та комплексні онлайн-світи. Навколо них журналістські матеріали, оцінки експертів, політична реклама, фейкова інформація та особисті думки звичайних користувачів збираються в один суцільний потік.

В умовах такого середовища політичний вплив дедалі менше залежить від прямої агітації, а більше – від прихованого формування певних тлумачень, емоційної риторики та схем, через які люди сприймають події. Саме цю непрозору форму впливу, який не має чіткого визначення джерела, явного звернення до логічно обґрунтованого вибору та змоги легко усвідомити момент тиску, прийнято називати "політичним маніпулюванням" [6, с. 101–105]. На відміну від відкритої пропаганди, яка чітко артикулює позицію й вимагає підтримки від спільноти певної особи чи політичної сили, маніпуляція використовує вразливість інформаційних процесів на структурному та психологічному рівнях: швидкість поширення даних, перенасиченість уваги користувачів, обмежений час для перевірки достовірності інформації, емоційна насиченість політичних тем, відчуття групової приналежності та вроджені схильності мислення.

Для створення міцного теоретичного фундаменту необхідно розмежувати низку тотожних понять, які часто некваліфіковано використовують як взаємозамінні у публічних розмовах: «пропаганда», «дезінформація», «фейкові новини», «маніпуляція», «публічна неправда», «інформація з хибамі». Фахівці, які досліджують сучасний інформаційний простір, зауважують, що популярний термін "фейкові новини" скоріше виступає політичним кліше, аніж аналітичною категорією: він застосовується як до цілеспрямовано сфабрикованих матеріалів, так і до критичної журналістики, яка не подобається певним владним колам і компрометує їх [9, с. 1094–1096].

У академічній літературі пропонується більш деталізована класифікація: «disinformation» у значенні «дезінформація» вважається навмисним створенням та розповсюдженням неправдивих чи оманливих відомостей із політичною, фінансовою або стратегічною метою; «misinformation» у значенні «неправдива інформація» стосується поширення неточної інформації без свідомого наміру обдурити; а «malinformation» у значенні «правдива шкідлива інформація» – це поширення правдивих фактів, вирваних із контексту або поданих таким чином, щоб завдати шкоди репутації чи спровокувати скандал [9, с. 1094–1096].

Пропаганда для цілей дослідження у її класичному розумінні – це систематичне, ідеологічно забарвлене донесення інформації в інтересах конкретного політичного гравця (держави, партії, руху), яке поєднує вибіркове подання фактів, апеляцію до емоцій та звернення до спільної ідентичності [6, с. 101–105]. Політичне маніпулювання інтегрує елементи всіх згаданих явищ, проте акцент робиться не стільки на змісті окремих повідомлень, скільки на процесі управління їх сприйняттям: виборі тем, застосуванні методів обрамлення (фреймінгу) інформації, створенні ілюзії "очевидності" певних поглядів, закріпленні емоційних реакцій та планомірному підриві довіри до інших джерел.

Важливо зазначити, що маніпуляція може реалізуватися не лише через прямі заяви, а й через замовчування певних тем, структурні викривлення, наповнення уваги другорядними інформаційними приводами, що відволікають від вирішальних рішень, та формування атмосфери інформаційного шуму, у якій громадянам стає складно розділити важливе від несуттєвого [13].

Аналіз політичних маніпуляцій неможливо провести теоретично, оминаючи психологічні аспекти того, як ми сприймаємо інформацію та приймаємо рішення на її базі. Дослідження у сфері політичної психології та когнітивних наук надають вагомі докази того, що індивіди рідко функціонують як суто раціональні суб'єкти у класичному розумінні; натомість вони покладаються на евристики – спрощені правила та ментальні «ярлики», що дозволяють швидко опрацьовувати складні дані, але водночас роблять людей схильними до передбачуваних помилок [50].

Принцип «мотиваційного обґрунтування» (motivated reasoning) пояснює, чому громадяни схильні сприймати тези, що узгоджуються з їхніми переконаннями, і натомість виявляти підвищену критичність до інформації, яка їм суперечить: політичні погляди тісно переплетені з особистісною ідентичністю, відчуттям групової приналежності та самооцінкою. З огляду на це, корекція хибних уявлень, навіть за наявності беззаперечних спростувань, часто наштовхується на внутрішній опір і внаслідок може мати обмежений вплив [10]. Крім того, на сприйняття інформації впливають фактори стресу, втоми та інформаційного перевантаження: експериментальні дані засвідчують, що під час значного когнітивного чи емоційного тиску люди гірше запам'ятовують деталі, частіше вдаються до найпростіших інтерпретаційних моделей і схильні надавати перевагу першому джерелу, яке створює враження завершеності розповіді [5, с. 239–245].

У політичних реаліях це означає, що перший емоційно заряджений наратив, який дає просте пояснення «хто відповідальний» і «що відбулося», отримує перевагу, навіть якщо згодом з'являться більш точні, але менш

виразні інформаційні доповнення. Маніпулятивні арсенали враховують ці особливості, цілеспрямовано конструюючи повідомлення для апеляції до емоцій – гніву, страху, обурення, зміцнення розмежування на «своїх» та «чужих» та зменшення бажання перевіряти першоджерела [6, с. 101–105].

Важливим додатком до психологічних конструкцій є вивчення феномену «ілюзії правдивості» та ефекту багаторазовості. Емпіричні студії демонструють, що багаторазове повторення одного й того ж твердження, навіть без жодних додаткових аргументів, підвищує достовірність його сприйняття завдяки явищу когнітивної «знайомості»: мозок легше опрацьовує вже бачені формулювання, і це підсвідомо трактується як маркер їхньої валідності [9, с. 1094–1096]. У комбінації з алгоритмами соціальних платформ цей ефект набуває значної сили: коли користувач постійно бачить ідентичні меседжі у різних спільнотах, каналах і стрічках, у нього створюється ілюзія, що про це говорять всюди, навіть якщо насправді йдеться про скоординовану акцію небагатьох пов'язаних акаунтів [3, с. 96–104].

Саме тому політичні маніпуляції часто не мають на меті переконання логічними аргументами, а працюють із повторюваними, емоційно зарядженими обрамленнями та простими кліше: вибори сфальсифіковані, олігархічний істеблішмент, ворожі ЗМІ поширюють неправду, які багаторазово відтворюються у різноманітних форматах – від "аналітичних" розвідок до мемів та коротких роликів.

Теоретичні роздуми про політичні маніпуляції у сучасному світі не можуть бути повноцінними без звернення до аналізу структури соціальних медіа та цифрових платформ. Дослідження впливу соцмереж на політичні процеси свідчать, що ці форуми не є простими майданчиками для трансляції даних, а виступають активними регуляторами, які сортують, відбирають та посилюють контент, керуючись алгоритмічними показниками залученості, актуальності й монетизації [17, с. 629–676].

Практичні роботи, що вивчають феномен «ехо-камер», підтвердили, що значна кількість користувачів отримує новинну інформацію переважно з

джерел, які збігаються з їхніми політичними поглядами, і алгоритми, аналізуючи поведінкові патерни, ще більше посилюють цю гомогенність, пропонуючи їм контент, близький за ідеологією [18, с. 34–55]. Внаслідок цього формуються інформаційні бульбашки, де інтерпретації певних подій циркулюють як очевидні, тоді як альтернативні погляди практично відсутні.

Серія досліджень продемонструвала, що навіть коли користувачі стикаються з протилежними позиціями, це не завжди сприяє взаєморозумінню: натомість зіткнення з опозиційними думками може посилювати розкол, якщо це відбувається в контексті конфронтації, знецінювати та призвести до стигматизації «іншої» суспільної групи [42]. Теоретично це означає, що політичні маніпуляції можуть спиратися як на ізолювання цільових аудиторій у певній інформаційній бульбашці, так і на свідоме створення конфліктних зіткнень, де образ опонента стає ключовим чинником.

Бізнес-моделі соціальних платформ, засновані на «економіці уваги», створюють додаткові стимули для поширення саме того контенту, який викликає найсильніший емоційний відгук, провокує активні реакції та утримує користувача на платформі [17, с. 629–676]. Звіти, в яких аналізується робота систем рекомендацій на відеохостингах, свідчать, що алгоритмічна логіка, спрямована на максимальне збільшення часу перегляду та взаємодії з контентом, може поступово схилити користувачів до більш радикального, конспірологічного контенту, якщо саме він генерує вищі показники активності [24].

Цей факт не обов'язково означає цілеспрямовану підтримку конкретних ідей з боку власників платформ, але формує структурні умови, за яких маніпулятори можуть ефективно просувати свій контент, оптимізований під алгоритмічні метрики: короткі, емоційні, конфліктні повідомлення, що стимулюють коментування, поширення та швидкі реакції, мають вищі шанси стати віральними, ніж зважені, складні та багатоаспектні аналітичні пояснення [9, с. 1094–1096; 18, с. 34–55; 58]. У такому середовищі політичне

маніпулювання трансформується не лише у наслідок цілеспрямованого наміру окремих гравців, а й у функцію структурних параметрів цифрових медіа, які об'єктивно заохочують спрощення, драматизацію та загострення політичних тем.

Одним із вельми вагомих концептуальних напрямків для розуміння нинішніх технік впливу є парадигма «мережевого поширення інформації» (network propaganda). Вона описує, як узгоджені дії між суб'єктами медіа-середовища, політичним істеблішментом, активістами та різноманітними платформами вибудовують стабільні інформаційні кола, які мають власні правила відбору та підтвердження матеріалів [43]. Згідно з цією тезою, хибна інформація не є просто випадковою «помилкою» у системі, а радше продуктом специфічних частин медіапростору, де редакційні вимоги, комерційні пріоритети та політична повістка з'єднуються, стимулюючи систематичні інформаційні викривлення.

У таких випадках повідомлення політичного характеру, які вигідні певним особам при владі, постійно повторюються та зміцнюються через гіперпосилання, взаємні згадки та цитування, тоді як спростування чи критичні оцінки відсуваються. Мережевий підхід дозволяє пояснити, чому маніпулятивні історії можуть зберігати свою життєздатність навіть при наявності вагомих інформаційних доказів: вони просто не доходять до тих інформаційних каналів, якими рухаються наративи, орієнтовані на певну політично визначену групу [41, с. 211–236].

Прогрес в інформаційних технологіях спричинив виникнення нових засобів політичного впливу, пов'язаних із автоматизацією комунікаційних процесів. Теоретичні моделі соціальних програм-роботів (ботів) та узгодженої неавтентичної активності демонструють, як групи акаунтів, що мають зв'язки один з одним, здатні створювати ілюзію широкої підтримки, громадянського невдоволення або стихійного тренду, будучи при цьому фактично керованими з єдиного центру або за допомогою схожих сценаріїв [1; 3, с. 96–104].

У теоретичному сенсі це означає, що політичні маніпуляції виходять за межі змісту самих звернень і торкаються «інженерії видимості»: суб'єкти впливу можуть контролювати те, що потрапляє в поле зору користувачів, у якій послідовності, як часто і в якому контексті. Об'єднання мереж ботів із цільовою рекламою та мікро-таргетингом дає змогу підсилювати певні меседжі серед вразливих частин аудиторії, не роблячи їх при цьому видимими для ширшого загалу, і, відповідно, уникаючи швидкої протидії від опонентів чи наглядових органів [3, с. 96–104].

Вагомим внеском у концептуальне опрацювання сфери політичних маніпуляцій стало створення моделі «Потік неправди» (Firehose of Falsehood), яка визначає сучасну російську стратегію пропаганди як сукупність надмірної кількості інформації, її швидкості, багатоканальності та байдужості до внутрішньої логічності поданого матеріалу [13]. На противагу застарілим підходам пропаганди, що базувалися на єдиній «великій історії», ця модель передбачає одночасне просування багатьох суперечливих версій подій, метою яких є викликати сумнів, розмити кордони між правдою та вигадкою, створити враження, що об'єктивна дійсність є недосяжною, а отже, будь-яка точка зору – це лише чергова позиція.

Теоретично це перетинається з ідеями пост правди та цинічного дискурсу, де громадяни, стомлені інформаційними суперечками та скандалами, перестають шукати істину, обираючи натомість ті наративи, які більше відповідають їхній самоідентифікації або емоційним потребам [13]. У цьому ракурсі політичне втручання полягає вже не в нав'язуванні конкретної «правильної» позиції, а у знищенні самої можливості існування спільного фактологічного простору, що є необхідною умовою для демократичних дебатів.

Окрема група теоретичних концепцій розглядає політичні маніпуляції через призму міжнародної безпеки, гібридного протистояння та інформаційних операцій. У працях, присвячених російським методам інформаційного впливу, підкреслюється, що інформаційний чинник є

невіддільною складовою ширших політичних та військових цілей: підриє довіри до державних інституцій, послаблення владних коаліцій, зниження спроможності спільноти до адекватної реакції на кризові ситуації [49].

Аналітичні звіти, що документують кампанії, націлені на Україну, країни Центрально-Східної Європи та західні демократії, виявляють повторювані схеми: створення удавано-аналітичних медіа ресурсів, залучення «незаслужених прихильників» або adeptів усередині цільових суспільств, поширення конспірологічних версій подій про змову еліт, зовнішнє керування та занепад традиційних цінностей [51]. Важливою теоретичною ланкою тут є поняття «правової війни» та «інформаційного правового фронту», коли маніпулятивні розповіді підкріплюються вибіркоким трактуванням міжнародного законодавства, риторикою подвійних стандартів та дискредитацією західних структур як нібито упереджених і фальшивих [70]. У цьому контексті політичне маніпулювання в рамках виборчих процесів трактується як один із інструментів масштабнішої стратегії, спрямованої на зміну балансу сил у геополітичній системі без прямого військового втручання.

Наукові підходи до протидії політичним маніпуляціям формуються на стику психологічних наук, педагогічних методик, питань інформаційної безпеки та регуляторної політики. Аналіз результативності спростувань фейків та превентивних заходів свідчить, що найкращі ефекти досягаються, коли стратегії поєднують роз'яснення механізмів маніпулювання із системною подачею достовірних відомостей [29, с. 2521–2526].

Проте теорія підкреслює, що перекладати відповідальність за опір пропаганді на окремих осіб – через медіа грамотність та розвиток критичного мислення – є неповним і несправедливим кроком; для цього необхідна трансформація самої структури інформаційного простору [9, с. 1094–1096]. Відтак, сучасні концепції протидії пропонують багаторівневе реагування: зміцнення інститутів фактчекінгу та незалежної преси; підвищення відкритості у функціонуванні платформ, особливо щодо політичної реклами та алгоритмів; створення нормативних засад, наприклад, посилення актів

боротьби з дезінформацією, а також впровадження адресних освітніх програм із медіа грамотності, зокрема орієнтованих на виборчі цикли [20; 66].

Поглиблюючи теоретичне розуміння політичного маніпулювання, необхідно провести чітку межу між ним, поняттям «переконання» та «законною політичною комунікацією». У демократичних державах політики, партії чи громадські сили мають право і навіть обов'язок артикулювати власні позиції, обґрунтовувати програми та мобілізувати прихильників. Переконання, як правило, передбачає відкритість носія повідомлення, апеляцію до розумних та ціннісних аргументів, можливість відкритої критики його риторики та наявність інших точок зору у публічному полі. Натомість маніпуляція характеризується певними ознаками, які в науковій літературі визначаються як прихований характер впливу, використання нерівності доступу до інформації, залучення когнітивних чи емоційних вразливостей аудиторії, вибіркове представлення чи фальсифікація фактів, а також як зусилля, спрямовані на обмеження або дискредитацію альтернативних джерел [6, с. 101–105].

Таким чином, політичне маніпулювання складається як зі структурного компонента (контроль над комунікаційними шляхами, функціонування алгоритмів, застосовані редакційні стандарти), так і з мікрорівня індивідуального сприйняття, де вирішальну роль грають афекти, самоідентифікація та попередній досвід. Значна частина актуальних теоретичних досліджень наголошує, що політичне маніпулювання слід аналізувати як процес формування схем інтерпретації подій, а не лише як просту підміну правди неправдою. Науковці стверджують, що медійні структури та політичні лідери мають значний вплив на те, які аспекти дійсності висвітлюються, які відходять на другий план, як формуються питання та які образи-метафори використовуються для опису соціальних процесів [41, с. 211–236].

Сам по собі факт може бути релевантним, але обраний контекст, наприклад, сталє поєднання теми міграції з ідеями безпекових загроз,

занепадом культури чи змовами «верхівки» формує стійкі асоціації, що визначають оцінку громадянами політичних ініціатив, часто без усвідомлення цього фреймового впливу. У цифровому середовищі цей процес посилюється завдяки тиражуванню фреймів не лише через традиційні ЗМІ, а й через тисячі напівформальних каналів, блогів та спільнот, де повторення однакових наративів створює ілюзію спонтанної суспільної згоди [9, с. 1094–1096].

Теоретичні розробки, присвячені явищу постправди, акцентують увагу на тому, що у нинішніх суспільствах маніпуляція часто пов'язана не просто з вигаданням фактів, а з ієрархією довіри. В умовах глибокої розбіжності поглядів, падіння авторитету класичних медіа та інститутів наукового знання, виборець схильний сприймати істинним насамперед те, що походить від «своїх» – політичних лідерів, лідерів думок чи групових об'єднань [41, с. 211–236].

У такій ситуації політичне маніпулювання діє через руйнування інституту довіри до незалежних установ: правничих органів, виборчих комісій, експертних кіл, ЗМІ. Постійні закиди щодо упередженості, фальші, змови еліт формують у певної частини населення переконання, що об'єктивних арбітрів істини не існує, а тому єдиним орієнтиром залишається голос власної групи. Теоретично це трактується як зсув від епістемологічної довіри (віра у формальні інструменти верифікації істини) до довіри, заснованої на ідентифікації (віра тим, хто поділяє наші цінності), і саме це створює широке поле для маніпулятивних практик [53, с. 137–144].

Концепція «ехо-камер» та «фільтрувальних бульбашок», хоча й є важливим теоретичним інструментом у цьому контексті, проте останні дослідження свідчать про дедалі більшу складність цього явища. З одного боку, дійсно існують аудиторні сегменти, які майже не орієнтуються на протилежні погляди, отримуючи новини лише від обмеженого кола однодумців та політично однорідних джерел [18, с. 34–55].

З іншого боку, експериментальні дані показують, що цілеспрямований контакт із протилежними позиціями у соціальних мережах може слугувати не

зменшенню, а посиленню поляризації, якщо він відбувається у формі прямої конфронтації без належних інституційних рамок для продуктивного діалогу [42]. Теоретичний висновок полягає в тому, що маніпуляція може бути реалізована як через ізоляцію (коли споживач інформації «ховається» у власному інформаційному просторі), так і через контрольований конфлікт (коли образ «противника» циркулює всередині спільноти як візуалізація загрози та морального розкладу).

Особливої уваги в концептуальних основах вивчення політичного маніпулювання заслуговують моделі, що пояснюють взаємозв'язок між архітектурою медіа системи та політичним ландшафтом. Дослідження мережевої пропаганди демонструють, що інформаційний простір демократій зміщується у бік поділу на групи, де різні сектори населення фактично проживають у різних версіях дійсності: для одних домінують усталені новини з чіткими стандартами фактчекінгу, для інших – «альтернативні» джерела, блоги, подкасти та відео платформи, де межа між журналістикою, експертною оцінкою та активізмом є нечіткою [41, с. 211–236].

Теоретично цей факт означає, що маніпуляція не обмежується зовнішнім втручанням; вона інтегрована у структурні характеристики ринку медіа: концентрація власності, політичне розмежування, економічні стимули (клікбейт, бажання сенсацій, скандальність), ослаблення впливу місцевої преси та виникнення інформаційних прогалин, які заповнюються суб'єктами з мінімальними критеріями перевірки. З цієї перспективи політичне маніпулювання постає як наслідок не лише дій урядів чи спеціальних «фабрик тролів», а як прояв глибинних змін у демократичній публічній сфері.

Варто відзначити наукові праці, присвячені вивченню ролі мережевих ботів, тролів, а також феномену спрямованої неавтентичної активності у віртуальних просторах. Монографії, що аналізують архітектуру ботоферм, демонструють, як ці штучні суб'єкти інформації здатні формувати складні мережеві структури з чітко визначеними функціональними ролями: деякі акаунти відповідають за масштабне поширення контенту (ретвіт-механізми),

інші – за ініціювання дискусій у певних сегментах, а треті імітують поведінку пересічних громадян, що нібито спонтанно висловлюють підтримку чи обурення [3, с. 96–104].

По суті, це вказує на еволюцію парадигми «відправник – отримувач» у бік багатшарової мережевої моделі. У цій моделі маніпулятивний вплив досягається шляхом контролю розподілу уваги спільноти, управління трендами та створення ілюзії масової суспільної реакції. Взаємозв'язок із програмним забезпеченням платформ є ключовим: якщо навколо певної тематики стрімко нарощується обсяг згадок та відгуків, алгоритми автоматично визнають її значущою і підвищують її видимість, що запускає ефект самоприскорення. Отже, для глибинного розуміння політичних маніпуляцій необхідно брати до уваги не лише змістовне навантаження повідомлень, а й так звану «математику видимості» – процес трансформації кількісних метрик взаємодії у реальну політичну вагу у медійному полі.

Цікавим теоретичним напрямком є також осмислення технік маніпулювання у контексті гібридних протистоянь та інформаційних кампаній. Аналіз операцій, які здійснювала Російська Федерація проти України та низки інших держав, демонструє, що пропагандистські посили формуються не ізольовано, а як складова комплексної стратегії, що об'єднує військові, дипломатичні, енергетичні, економічні та медійні важелі впливу [49].

Теоретично це часто описується як екосистемний підхід до поширення пропаганди: замість жорсткої централізації створюється розгалужена мережа, що включає медійні платформи, фейкові аналітичні центри, впливовців, канали в месенджерах, локальні ЗМІ та тих, хто несвідомо поширює потрібну риторичку («корисні ідіоти»), які взаємно зміцнюють легітимність один одного [54].

У цій системі маніпуляція досягається через синтез макронаративів про занепад західної цивілізації, двостандартність, криза демократичних інститутів із мікроісторіями, адаптованими під ментальні особливості

конкретної аудиторії та з урахуванням національних травм, історичних протиріч та внутрішніх розколів. Це дає змогу стороннім суб'єктам вбудовуватися у вже існуючі лінії розмежування у суспільстві, не створюючи їх з нуля, а навпаки посилюючи та використовуючи наявну роздробленість [72].

Теоретичні підходи до протидії цим маніпулятивним впливам також стають дедалі більш багатоаспектними. Якщо перші спроби були сфокусовані переважно на фактчекінгу – верифікації окремих висловлювань та опублікуванні їх спростувань, то сучасні концепції акцентують увагу на необхідності трансформації самих умов, у яких відбувається інформаційний обмін.

Дослідження підкреслюють, що навчальні методи та стратегії «вакцинації», коли громадян заздалегідь ознайомлюють із типами маніпуляцій та поширеними риторичними прийомами, здатні підвищувати їхню резистентність до неправдивої інформації. Водночас, науковці стверджують, що такі заходи обов'язково мають супроводжуватися інституційними змінами: забезпеченням прозорості у сфері політичної реклами, наданням доступу до даних платформ для дослідників, коригуванням алгоритмічних мотивацій та підвищенням рівня відповідальності за свідомо організовані інформаційні атаки [20]. У цьому контексті політичне маніпулювання перетворюється не лише на політичну, але й на регуляторну проблему, що вимагає наукового опрацювання у площинах права, міжнародних зв'язків та політичної економії.

Насамкінець, у теоретичному вимірі дослідження політичних маніпуляцій у цифрову еру вагоме місце посідає досвід, накопичений Україною у протистоянні дезінформації, агресії нового типу та цілеспрямованим інформаційним операціям. Аналітичні матеріали українських експертних центрів, що працюють у сферах медіа права, належного врядування та протидії дезінформації, доводять, що неправдива інформація та маніпулятивні наративи виступають не як випадкові події, а як

системний інструмент втручання зовнішніх сил у виборчі процеси та внутрішню політику держави.

Ці напрацювання дають змогу розширити загальноприйняті міжнародні теорії, додавши до них вимір держав, які є безпосередніми мішенями зовнішніх інформаційних кампаній, а не лише об'єктами внутрішньої поляризації. У цьому контексті політичне маніпулювання постає як точка перетину внутрішніх структурних вразливостей демократій, таких як розкол суспільства, недовіра до ключових інститутів, нерівність у доступі до якісних медіа та зовнішніх стратегічних цілей авторитарних режимів, спрямованих на ослаблення конкурентів у світовій системі [71].

1.2. Методологічні підходи до аналізу інформаційних операцій і маніпуляцій

Основою для вивчення політичного маніпулювання у світлі сучасних інформаційних операцій слугує міждисциплінарна база, що акумулює положення політичної науки, комунікативних студій, соціальну психологію, кібернетичні теорії, безпекознавство та методи цифрової аналітики. В епоху цифровізації маніпуляція перестала бути випадковим явищем; натомість вона вбудовується у виборчі процеси, зовнішньополітичні стратегії та діяльність як державних, так і недержавних суб'єктів, зокрема, у форматі гібридних протидій їм [6, с. 101–105].

З огляду на це, методологія дослідження зобов'язана одночасно брати до уваги семантичне наповнення комунікацій, їхню технічну архітектуру (платформи, алгоритми, мережі ботів), психологічні механізми рецесії інформації, а також інституційно-правові рамки, у яких ця інформація поширюється. Для забезпечення структурованості аналітичного процесу доцільно виокремити три ієрархічні рівні: макрорівень, що охоплює геополітичний та стратегічний контексти; мезорівень, що фокусується на медіа, платформах, організаціях та інституціях та мікрорівень, що стосується

установок, емоційних реакцій, когнітивних упереджень та індивідуальної поведінки [9, с. 1094–1095]. Саме дослідження цих рівнів дає змогу розглянути феномен політичного маніпулювання не як сукупність ізольованих інформаційних інцидентів, а як розгалужений процес, вплетений у ширші безпекові та політичні доктрини.

Ключовим методологічним підґрунтям у цьому дослідженні виступає комунікаційно-дискурсивний підхід, що походить від студій масової комунікації та політичної риторики. Він базується на засаді того, що політична дійсність не просто віддзеркалюється у медіапросторі, а активно моделюється через усталені схеми інтерпретації подій, акторів та конфліктів [8, с. 3–5].

У цьому ключі застосовуються дискурс-аналіз, фрейм-аналіз та контент-аналіз. Дискурс-аналіз дає можливість ідентифікувати, які опозиційні пари (свій/чужий, норма/загроза, правомірний/неправомірний) закладаються у текстові матеріали та як конструюються образи опонента чи жертви. Фрейм-аналіз, своєю чергою, допомагає з'ясувати, у які саме концептуальні рамки (безпекові, етичні, цивілізаційні, економічні) вмонтовуються певні події, які аспекти висвітлюються пріоритетно, а про які умисно замовчується [14, с. 20–27]. Водночас контент-аналіз надає інструмент для кількісного вимірювання частотності використання ключових наративів, метафоричних конструкцій чи згадок певних суб'єктів, що слугує емпіричним підтвердженням архітектури маніпулятивних повідомлень [9, с. 1094–1096]. Саме поєднання якісних та кількісних показників у межах дискурс- та фрейм-аналітичних практик закладає основу для глибокої деконструкції інформаційних кампаній.

У межах дослідження активно залучаються методологічні здобутки установ, які спеціалізуються на дослідженні дезінформаційних практик та інформаційних операцій, особливо тих, що сфокусовані на аналізі координованих кампаній у соціальних мережах. Методики цих центрів демонструють, як систематичний дискурс-аналіз великих обсягів контенту (дописів, статей, відео та мемів) дозволяє простежити повний життєвий цикл будь-якого наративу: від початкових пробних вкидів на другорядних ресурсах

до потужних інформаційних хвиль, що охоплюють головні платформи та інституційні медіа [2, с. 7–12].

Це дає змогу спостерігати за процесом адаптації маніпулятивних меседжів до реакції адресатів, трансформації їх акцентів, а також визначити, які складові посилюються, а які відкидаються. У поєднанні з кількісними методиками це уможливорює не лише фіксацію того, що транслюється, але й демонстрацію, як саме та з якою ефективністю відбувається просування обраних інтерпретацій дійсності.

Важливим складником нашого методологічного апарату є аналіз мереж разом із елементами цифрової криміналістики (digital forensics). Ці інструменти стають особливо необхідними при вивченні синхронізованої діяльності ботів, тролів та пов'язаних із ними акаунтів. Мережевий аналіз розглядає інформаційні акції як системи зв'язків між обліковими записами, сторінками, веб-доменами, каналами та іншими інформаційними суб'єктами. Він дає змогу ідентифікувати ключові центри (hubs) та згруповані ділянки, через які проходять найбільші обсяги інформаційного трафіку [4, с. 10–15].

Це уможливорює візуалізацію структури розповсюдження неправдивої інформації та виявлення зони високої активності, де інтенсивність репостів, повторних публікацій чи коментарів виглядає нетиповою для природної людської цифрової діяльності. Цифрова криміналістика доповнює цей аналіз через дослідження технічних «відбитків»: хронології публікацій, ідентичні стилістичні прийоми у контенті, застосування спільної технічної бази (домени, сервіси скорочення посилань, сервери), а також трекінг фінансових та адміністративних взаємозв'язків [11, с. 5–9]. В комплексі ці методи дозволяють робити обґрунтовані висновки про наявність скоординованої стратегії, а не просто збіг у моделях поведінки окремих користувачів.

Значну роль у методологічному підході відіграють психологічна та когнітивна складові, що спираються на теорії когнітивних спотворень, моделі обробки даних та дослідження впливу емоцій. Важливо усвідомлювати, що аудиторія не є пасивним приймачем інформації: індивіди схильні

інтерпретувати отримані дані через призму своїх усталених поглядів, ідентичностей, побоювань та сподівань.

Теорії, як-от «ефект частоти» (familiarity effect), «евристика доступності» (availability heuristic) та «інертність переконань» (belief perseverance) пояснюють, чому багаторазове повторення простих і емоційно забарвлених тверджень може підвищувати їх суб'єктивну достовірність, навіть коли є можливість ознайомитися з інформацією, яка спростовується [10, с. 5–11]. Саме ці механізми активно застосовуються в інформаційних операціях, де акцент робиться не на логічних контраргументах, а на емоційній реакції – страху, обуренні чи відчутті несправедливості. Звідси випливає важливість розробки контрстратегій інокуляції та «щеплення» (prebunking) – превентивного інформування, коли аудиторію наперед знайомлять із методами маніпуляцій, демонструючи їхню механіку та потенційну небезпеку, тим самим посилюючи опірність осіб до майбутніх випадків [22, с. 136–140].

Окремим важливим методологічним вектором є системний та кібернетичний погляди, що трактують інформаційні втручання як складні адаптивні механізми з численними каналами зворотного зв'язку. У рамках такого бачення інформаційне поле сприймається як середовище, де організатори кампаній безперервно фіксують відгуки від аудиторії (охоплення, залученість, зміна громадської думки, поява протилежних наративів) та відповідно коригують риторику, змістове наповнення та цільові сегменти впливу [12, с. 18–22]. Інакше кажучи, це динамічний процес: вхідними даними слугують початкові меседжі, а зворотним зв'язком виступають реакції у вигляді поведінки та дискусій. Така перспектива дає змогу відійти від застарілої прямолінійної схеми "відправник – повідомлення – отримувач" і описати маніпулятивні кампанії як циклічні процедури, де вплив, оцінка та адаптація відбуваються одночасно і перманентно.

Блок аналізу політичної структури в методології зосереджений на вивченні інституційних суб'єктів, які запускають, фінансують і координують інформаційні операції. У даному дослідженні він використовується для того,

щоб об'єднати окремі випадки маніпуляцій із ширшими концепціями, зокрема доктринами гібридних загроз та інформаційної безпеки. Концептуальні моделі інформаційної мережі, розроблені аналітичними спільнотами, демонструють, що пропагандистські кампанії спираються на вже сформовану інфраструктуру: урядові портали, лояльні комерційні видання, псевдоекспертні платформи, джерела фінансування, мережі ботів та тролів, а також розгалужена мережа «добровільних помічників» та місцевих ретрансляторів [59, с. 8–14].

Використовуючи модель RAND "Шквал неправди" (Firehose of Falsehood), ця інфраструктура описується як система, що характеризується високою швидкістю роботи, багатоканальністю, нівелюванням істини та повторенням повідомлень, що забезпечує їй високу ефективність у ситуаціях інформаційного перенасичення [13, с. 5–9]. Для цілей цього дослідження політико-структурний підхід є істотним, адже він дозволяє обговорювати не лише технології маніпуляції, але й їх інтеграцію у державні стратегії та на міжнародно-політичній арені.

У дослідженні політичних маніпуляцій також задіяні експериментальні та квазіекспериментальні методики, запозичені з галузей поведінкової економіки, політичної психології та досліджень медіа. У низці наукових праць вивчається, як тимчасове обмеження доступу до певних електронних платформ, зміна роботи алгоритмів чи позначення контенту як спірного впливають на рівень обізнаності осіб у політичних справах, рівень довіри до інституцій, ступінь розколу суспільства та схильність до поширення неправдивих новин [17, с. 630–636; 23, с. 3–6].

У рамках даного дослідження не проводиться емпіричне відтворення результатів таких дослідів, проте вони слугують теоретичною базою для оцінки потенціалу різних стратегій втручання (підвищення медіаграмотності, фактчекінг, мітки контенту, алгоритмічні зміни) для зменшення вразливості населення до маніпулятивних наративів. Це дає змогу не просто констатувати

наявну проблему, але й зафіксувати потенційні напрями контрзаходів на рівні державної політики.

Окрему частину дослідження складають методи, що застосовуються для вивчення регуляторних підходів та стратегій у сферах інформаційної безпеки та комунікацій в мережі. Аналіз законодавства, що стосується виборчих процесів, норм про відкритість політичної агітації, вимог до платформ щодо помітки контенту, а також їх взаємодії з державними установами, дає змогу зрозуміти, де саме інформаційні кампанії стикаються з найменшим опором, а де натраплять на інституційні перешкоди [21, с. 3–7].

Зіставлення емпіричних прикладів маніпуляцій із політико-правовими заходами, спрямованими на протидію, та оцінка їх дієвості здійснюється через вивчення документів міжнародних організацій, аналітичних оглядів з питань дезінформації та національних планів боротьби з гібридними викликами [70, с. 5–10]. Таким чином, методологічна база охоплює не тільки опис маніпулятивних технік, а й дослідження спроб демократичних структур відреагувати на них.

Дослідження звичок споживання контенту та інформаційних практик самого населення є не менш важливим складником дослідження. Завдяки опитуванням, репрезентативним медіавивченням та моніторингу структури аудиторії можна встановити, які формати та платформи домінують у щоденному користуванні, який рівень довіри громадяни виявляють до традиційних медіа, соціальних мереж чи месенджерів, як часто вони стикаються з неправдивою інформацією та яка їхня реакція на попередження про фейки [63, с. 12–19].

Разом з якісними інтерв'ю, ці елементи дозволяють зрозуміти, як люди описують свою інформаційну активність, трактують терміни «маніпуляція», «вигадка», «пропаганда» і наскільки вираженою є їх готовність змінити свої звички після усвідомлення інформаційних загроз [69, с. 3–7]. Для цього дослідження даний аспект критично важливий, адже він пов'язує загальну картину інформаційних операцій із тим, як вони сприймаються індивідами,

демонструючи механізми включення політичного маніпулювання у повсякденний досвід аудиторії.

Вагому частку у методологічний арсенал вносять результати роботи аналітичних центрів, що систематично відстежують кампанії дезінформації, фіксуючи новітні тактики та робочі інструменти впливу. Їхні звіти інтегрують методологію OSINT, контент-аналіз, мережевий аналіз, поглиблені кейс-стаді та експертні бесіди, формуючи багатoshаровий образ інформаційних операцій [54, с. 4–10]. Для цілей дослідження ці матеріали слугують і ключовим джерелом емпіричних прикладів, і еталоном високих вимог до інформаційної прозорості: вони детально описують джерела даних, критерії відбору матеріалів, а також подальші аналітичні кроки. Цей факт дає змогу використовувати не лише в якості ілюстративного матеріалу, а як повноцінну складову доказової бази, на якій формуються висновки щодо сутності та масштабів політичних маніпуляцій.

Методологічна рефлексія обов'язково включає й аспект критичного аналізу норм. Усі пропозиції щодо посилення заходів боротьби з дезінформацією та маніпуляціями несуть у собі потенційні ризики для свободи слова, плюралізму медійного поля та прав людини [64, с. 2–5]. З огляду на це, у дослідженні застосовується критична оцінка політик та рекомендацій, спрямованих на протидію дезінформації: перевіряється їхня сумісність із засадами демократії, аналізуються запобіжники проти можливих зловживань, а також наявність чітких і прозорих правових процедур контролю та підзвітності [68, с. 6–10]. Це дозволяє не лише фіксувати маніпулятивні методи, але й досліджувати, як інструменти антиманіпуляційного захисту можуть еволюціонувати, перетворюючись на нові механізми політико-юридичного нагляду над інформаційним середовищем.

1.3. Джерельна база досліджень

Фундаментальна база для вивчення явища політичного маніпулювання у контексті сучасних інформаційних воєн має багат шарову природу та охоплює різні дисципліни. Вона об'єднує теоретичні праці у сфері політичної комунікації та медіадосліджень, емпіричні матеріали, що стосуються функціонування соціальних мереж і поширення фейкових новин, аналітичні звіти про інформаційні заходи, які здійснює Росія, офіційні документи державних і міжнародних організацій, соціологічні дослідження щодо споживання медіа, а також експертні та аналітичні доробки українських фахівців. Така комплексна джерельна основа дає змогу розглядати політичне маніпулювання не просто як абстрактну концепцію, а як практичну діяльність, інтегровану у міжнародну інформаційну екосистему, правові норми, технологічну інфраструктуру платформ і щоденні комунікаційні звички громадян [9, с. 1094–1096].

До сукупності першоджерел, що формують теоретичну та концептуальну основу дослідження, належать праці, присвячені осмисленню пропаганди, маніпулятивних технік, фейкових новин та інформаційних протистоянь. У статті А. Йоргулеску пропаганда трактується як різновид маніпуляції, націлений на планомірне формування погляду на дійсність через звернення до афектів, загальних страхів та ідентифікаційних маркерів, що дозволяють визначити пропаганду як специфічний інструмент політичного впливу в інформаційному полі [6, с. 101–105].

Енциклопедична стаття Б. Кальснес про фейкові новини класифікує різні категорії проблемної інформації, розмежовуючи дезінформацію, мізінформацію, маліінформацію, сатиру та пародію, а також пов'язує розповсюдження вигаданих повідомлень із кризою довіри до традиційних засобів масової інформації та політичних структур [8, с. 3–5]. Узагальнювальна стаття Д. Лейзера та його співавторів пропонує міждисциплінарний огляд досліджень фейкових новин; у ній автори виділяють

головні аспекти аналізу – структуру розповсюдження інформації в інтернеті, роль платформ, поведінку користувачів, реакції регуляторів і задають напрямки для подальших емпіричних та теоретичних пошуків у цій галузі [9, с. 1094–1096].

«Посібник з розвінчання міфів 2020» детально висвітлює психологічні механізми, що забезпечують опір фактчекінгу, та пропонує комунікаційні методи для спростування хибної інформації, що є важливим для розуміння потенціалу та обмежень у протидії маніпулятивним кампаніям [10, с. 5–11]. У сфері політичної психології ключовим орієнтиром є праця Т. Ліпера та Р. Слотуса щодо впливу партійної приналежності та мотивованого мислення на формування громадської думки; вона демонструє, як партизанські сигнали структурують сприйняття інформації та посилюють громадський розкол [50, с. 117–120]. Водночас, у монографії Й. Бенклера, Р. Фаріса та Г. Робертса «Мережева пропаганда», де досліджується інформаційний ландшафт США, останній представлено як нерівномірну мережево організовану систему, де певні медіа-групи виступають як суб'єкти для поширення дезінформаційних та маніпулятивних наративів [43, с. 25–31].

Друга частина джерельної бази представляє емпіричні дослідження, присвячені соціальним мережам, алгоритмічним принципам розповсюдження контенту та функціонуванню мереж ботів. Стаття А. Бессі та Е. Феррари ілюструє, як автоматизовані облікові записи (соціальні боти) впливають на онлайн-дискусії під час виборчих процесів, створюючи ілюзію широкої підтримки політичних позицій та зміщення загального настрою [1, с. 2–8].

Дослідження Е. Феррари та його колег детально аналізує еволюцію соціальних ботів, їхні технічні особливості, методи маскування в мережі та наслідки їхньої діяльності для публічної сфери, що дозволяє підтвердити тезу про структурний вплив бот-мереж на політичну комунікацію [3, с. 96–100]. Економічний аналіз Г. Алкотта, Л. Брагієрі, С. Айхмайєр та М. Гентцкоу досліджує, як використання Facebook відбивається на добробуті користувачів, рівні їхньої політичної обізнаності та поляризації думок, що слугує важливим

контекстом для розуміння середовища, в якому оперують маніпулятивні кампанії [17, с. 630–636]. Стаття Г. Алкотта та М. Гентцоу про фейкові новини на виборах 2016 року надає кількісну оцінку обсягу неправдивих повідомлень, профілів аудиторій, які їх споживають, та формулює висновки щодо їхнього впливу на політичний вибір [41, с. 211–220].

Робота К. Бейла та його співавторів демонструє, що зіткнення з опозиційними політичними поглядами у Twitter, всупереч інтуїтивним припущенням, може посилювати розкол, що суттєво модифікує уявлення про потенціал онлайн-діалогу як засобу зняття інформаційної напруги [42, с. 3–7]. Теоретична модель П. Торнберга, яка описує поширення фейків як «комплексне інфікування» пояснює, чому дезінформація не розповсюджується рівномірно, а концентрується в певних кластерах довіри та залежить від порогових ефектів у мережі [58, с. 1–6]. Праці Г. Пеннікука та Д. Ренда, а також А. Гесса з співавторами надають емпіричні дані про те, хто саме поширює фейки, яку роль відіграють когнітивні стилі, уважність до першоджерел та рівень цифрової грамотності, що безпосередньо стосується пояснення механізмів політичного маніпулювання в мережі [23, с. 1–4].

Окрему групу джерел складають звітні аналітичні матеріали, котрі ілюструють російські інформаційні акції, гібридні підходи та екосистему пропаганди. Аналітика «Вторинна інфекція» демонструє перебіг тривалої операції, проведеної за участю фейкових профілів, сфальсифікованих документів та багатомовних мереж; вона була спрямована проти політичних супротивників Кремля та західних інституцій, демонструючи розмах, винахідливість та здатність пристосування подібних дій [11, с. 5–15].

Робота Дж. Пеммента та В. Сміта пропонує систематизовану модель для визначення, хто стоїть за операціями інформаційного впливу, викладаючи критерії, які експерти використовують для ідентифікації відповідальних суб'єктів; а також окреслюючи юридичні та політичні складнощі, пов'язані з оприлюдненням таких висновків [12, с. 7–13]. Меморандум RAND, сфокусований на моделі «Злива неправди» (Firehose of Falsehood), детально

розбирає особливості пропагандистської тактики Росії: високу насиченість, широке охоплення каналів, багаторазове повторення повідомлень, нівелювання правдивої інформації; він пояснює, чому така модель є дієвою в умовах інформаційного перенасичення [13, с. 5–9].

Книга П. Померанцева «Це не пропаганда» поєднує приклади з практики з аналітичними роздумами про те, як інформаційні війни трансформуються у боротьбу за контроль над сенсами, нормами і, власне, над розумінням реальності [14, с. 40–48]. Доповіді від StratCom COE НАТО, СЕРА та Атлантичної ради (включно з роботами Е. Лукаса, П. Померанцева; А. Полякової, М. Бульге; Р. Осадчука, Дж. Морлі-Девіса, Дж. Томаса, Дж. Бейнса) надають вичерпний опис російських інформаційних кампаній у Центрально-Східній Європі, проти України та за межами західного інформаційного поля, фіксуючи задіяні інструменти, цільові групи й еволюцію прийомів [49, с. 3–10].

Частину джерел складають офіційні стратегічні документи державних і наднаціональних органів, які встановлюють інституційне та правове підґрунтя для розглянутої проблематики. Документ «Оцінка розвідувальної спільноти: Загрози з боку іноземних держав для федеральних виборів у США 2020 року» Ради національної розвідки США узагальнює погляди внутрішніх розвідувальних служб щодо втручання інших країн у вибори 2020 року, деталізуючи типи загроз, шляхи впливу та цільові аудиторії [27, с. 1–14]. Звіт Комітету з розвідки Сенату США про «Кампанії активних заходів Росії та втручання у вибори США 2016 року» пропонує багатотомний аналіз російських активних заходів, ролі мереж ботів та тролів, рекламних кампаній за кошти та зв'язків із внутрішніми політичними фігурами [40, с. 10–25].

Документ Департаменту внутрішньої безпеки США «Оцінка загроз для національної безпеки» позиціонує інформаційні та кіберзагрози як один із ключових аспектів сучасного безпекового ландшафту [38, с. 2–6]; тоді як звіт GAO висвітлює системні недоліки у сфері кіберзахисту та наголошує на

необхідності комплексних заходів для зміцнення федеральних систем [39, с. 5–12].

Рекомендації Національних академій наук, інженерії та медицини, що стосуються захисту виборчих процесів та засобів забезпечення виборчої безпеки, задають технічні й організаційні стандарти, на фоні яких інформаційні операції набувають додаткового виміру – використання технічних збоїв та слабких місць системи як елементів маніпулятивних наративів [25, с. 3–9]. Регуляторний акт Федеральної виборчої комісії щодо онлайн-комунікацій та політичної агітації встановлює норми прозорості, маркування та звітності, що дозволяє верифікувати, у яких межах дозволено діяти онлайн-кампаніям, а де починається сіра зона та зловживання [21, с. 3–7]. Заяви моніторингової місії ОБСЄ на виборах у США 2020 року пропонують зовнішню порівняльну перспективу щодо питань преси, поширення дезінформації та рівня довіри до виборчої процедури [28, с. 1–6].

Окрема категорія опрацьованих джерел присвячена емпіричним дослідженням того, як населення споживає медіа та які інформаційні практики застосовує. Регулярні інформаційні бюлетені (fact sheets) дослідницького центру Pew щодо ролі соціальних мереж як джерела новин демонструють, які платформи є домінуючими для різних вікових та соціальних категорій, як змінюється рівень довіри до традиційних та цифрових ЗМІ, а також наскільки важливими стають онлайн-ресурси для отримання політичної інформації [31, с. 1–8].

Дослідження USAID-Internews, сфокусоване на медіаспоживанні в Україні, надає деталізовану картину того, які типи медіа (телебачення, інтернет-сайти, соціальні мережі, месенджери) переважають у різних регіонах та серед різних верств населення, як громадяни оцінюють достовірність джерел, як часто вони стикаються з неправдивою інформацією та які методи перевірки даних використовують [63, с. 12–19]. Ці джерела дають змогу зіставити структурний опис інформаційних кампаній із фактичними звичками цільових аудиторій.

Значний обсяг джерел складають українські експертні та аналітичні напрацювання, які безпосередньо стосуються проблеми дезінформації, втручання у електоральні процеси та забезпечення інформаційної безпеки. Дослідження ЦЕДЕМ про небезпеки фейкового контенту у стрічці Facebook окреслює характерні формати маніпулятивного матеріалу, особливості його алгоритмічного просування та можливі відповідні кроки у регуляторній та освітній сферах [60, с. 10–18]. Аналітика ЦЕДЕМ та НІСД щодо використання фейків як інструменту впливу на вибори досліджує, як хибні відомості інтегруються у логіку передвиборчих кампаній та яким чином вони здатні підірвати довіру до державних структур і легітимність результатів [64, с. 2–7].

Матеріали ІМП та «Детектора медіа» про конспірологію з проросійським та антизахідним патерном у контексті інформаційної війни систематизують ключові ідеї, їх цільові аудиторії та канали розповсюдження [67, с. 5–11]. Тексти, присвячені досвіду США у протидії дезінформації та розвитку медіаграмотності, описують освітні програми, законодавчі ініціативи, співпрацю із технологічними платформами та громадянським сектором [66, с. 3–7]. Окремі аналітичні статті, присвячені вивченню перебігу американських виборів та російській пропаганді, демонструють, що російські інформаційні кампанії націлені одночасно на посилення розколу в американському суспільстві та на зменшення підтримки України з боку США. Це додає до дослідження вимір міжнародних наслідків таких маніпулятивних дій [73, с. 2–6].

Наукові та аналітичні матеріали доповнюються працями, що покликані уточнити понятійно-категоріальний апарат, що використовується для опису проблемної інформації. У книзі К. Джека «Лексикон брехні» (С. Jack, "Lexicon of Lies") представлено впорядкований набір термінів для визначення дезінформації, пропаганди, маніпуляцій, фейкових новин, конспірологічних теорій та суміжних феноменів. Це дає змогу відійти від надмірної розмитості поняття «фейкові новини» та більш сфокусовано визначити предмет аналізу [48, с. 1–6].

Монографія П. Говарда «Машини брехні» (P. Howard, "Lie Machines") розкриває логіку сучасних «машин для поширення неправди», поєднуючи технологічні засоби (боти, таргетована реклама, алгоритмічні рекомендації), організовані мережі тролів та бізнес-моделі платформ, які заохочують створення контroversійного контенту [47, с. 15–22]. Завдяки цим роботам, конкретні приклади політичного маніпулювання можна розглядати у ширшому контексті зрушень в інформаційних технологіях.

Наступна категорія матеріалу фокусується на гібридних формах ведення війни, інформаційному вимірі актуальних подій та цифровій політиці Російської Федерації. У звіті Е. Ланге-Іонатамішвілі (E. Lange-Ionatamishvili) щодо інформаційної кампанії проти України окреслено початкові стадії розвитку російської пропаганди, її домінуючі наративи та інструментарій, що виникли ще до початку повномасштабного вторгнення [49, с. 3–10]. Аналітичні матеріали СЕРА, присвячені еволюції гібридної стратегії Росії, ілюструють, як інформаційний сегмент доповнюється військовими, економічними та дипломатичними важелями впливу [55, с. 5–12].

Дослідження Дж. Морлі-Девіса, Дж. Томаса та Дж. Бейнса (J. Morley-Davies, J. Thomas та G. Baines) фокусується на російських інформаційних операціях за межами західного медіапростору, що дає змогу оцінити глобальний масштаб такої діяльності [52, с. 9–16]. Книга Дж. Шермана (J. Sherman) про російський цифровий техноізоляціонізм аналізує спроби Кремля зменшити свою залежність від західних цифрових платформ та сконструювати власний простір, що підлягає контролю, що є критично важливим для розуміння інфраструктурної бази пропагандистських заходів [57, с. 6–14].

Висновки до розділу 1

Дослідження, проведене в рамках цієї роботи, дало змогу ґрунтовно вивчити феномен політичних маніпуляцій у добу цифрових технологій і продемонструвати механізми їх реалізації через російські інформаційні акції –

особливо під час електоральних кампаній у Штатах та виборів президента 2020 року. У цьому дослідженні політичну маніпуляцію визначено як систематичний, цілеспрямований та прихований вплив на те, як сприймається політична дійсність, як використовуються вразливості людського мислення та емоцій, на контроль за інформаційними порядками денними, рамками інтерпретацій та шляхами розповсюдження повідомлень.

На відміну від відкритої пропаганди, політичні маніпуляції діють через створення «інформаційного смогу», розмиття кордонів між правдою та брехнею, наявність безлічі взаємосуперечливих версій подій, що врешті-решт руйнує довіру до медіа, експертів та інститутів демократичного управління. Ця логіка підтверджує, що політичні маніпуляції перестали бути поодинокими випадками, а стали структурною частиною сучасних інформаційних воєн і гібридних тактик.

У дослідженні систематизовано психологічні й когнітивні процеси, що визначають успішність маніпулятивного тиску: ефект повторення та «ілюзії правдивості», евристичні спрощення, упереджене сприйняття, мислення за мотивами, інерційність усталених поглядів, а також роль емоційних стимулів, як-от страх, обурення, відчуття приниження або несправедливості. Було встановлено, що перша емоційно насичена розповідь часто закріплюється надовго, випереджаючи подальші корективи, а спроби спростувати фейки, якщо вони не враховують особливості когнітивної обробки інформації, часто виявляються малоефективними.

Суттєвим висновком є те, що сучасні цифрові платформи не є пасивними посередниками, а, навпаки, виступають активними творцями інформаційного ландшафту: рекомендаційні алгоритми, принципи «економіки уваги» та системи оцінювання контенту послідовно підсилюють емоційний і конфліктний виміри матеріалу. Це сприяє формуванню «ехо-камер» та «інформаційних бульбашок», де користувачі отримують здебільшого інформацію, що збігається з їхніми переконаннями, а контакт із протилежними думками в токсичному середовищі не зменшує, а посилює розкол. Таким

чином, маніпуляція реалізується як через вибіркове ізолювання аудиторій, так і через їх контрольовані конфронтації.

Важливим здобутком дослідження є класифікація технічних засобів і організаційних підходів до політичних маніпуляцій, які застосовуються в російських інформаційних акціях. Доведено, що мережі ботів, «фабрики тролів», підставні медіаресурси, псевдоекспертні платформи, багатомовні «потьомкінські» сторінки та цільова політична реклама створюють єдину систему впливу, де кожен елемент виконує свою роль. Автоматизовані акаунти, таким чином, штучно підвищують помітність і поширення необхідних тез, тролі імітують масову суспільну підтримку та тиск «громадської думки», псевдомедіа створюють ілюзію легітимних джерел інформації та формальний привід для їх цитування, а системи мікротаргетингу дозволяють непомітно концентрувати вплив на найбільш вразливих групах.

Узагальнено, що сучасні російські операції не обмежуються просуванням однієї «офіційної» інтерпретації подій: їх ефективність базується на генерації численних, часто взаємовиключних трактувань, які породжують стан недовіри до будь-яких джерел, руйнують сприйняття єдиного фактичного підґрунтя та зміщують політичний вибір у сферу суто ідентичної прихильності. У цьому контексті встановлено, що головна мета таких акцій – не стільки миттєва зміна електоральних переваг, скільки довготривалий підрив довіри до демократичних процедур та інституцій.

Проаналізувавши інформаційні операції Росії проти США, було встановлено, що вони є частиною ширшої стратегії гібридного протиборства, націленої одночасно на загострення внутрішніх розбіжностей в американському суспільстві та ослаблення зовнішньополітичних позицій Сполучених Штатів. Узагальнено, що подібні акції були спрямовані на дискредитацію виборчого процесу, поширення сумнівів у чесності підрахунку голосів, блеймінг ключових політичних діячів, посилення расових, культурних та ідеологічних розмежувань, а також на підрив довіри до україно-американських союзницьких відносин і підтримки Києва. Було встановлено,

що успішність таких кампаній оцінюється не лише безпосереднім електоральним результатом, а й рівнем недовіри до офіційних результатів виборів, зростанням готовності частини населення приймати теорії змови, а також поширенням уявлень про неспроможність демократичного устрою гарантувати чесні правила гри. У дослідженні доведено, що російська пропаганда використовує вже наявні соціальні та політичні тріщини в американському суспільстві, посилюючи їх за допомогою цілеспрямованих інформаційних атак, а отже, ступінь її успіху значною мірою залежить від внутрішньої стійкості системи.

У дослідженні обґрунтовано тезу, що протидія політичним маніпуляціям не може обмежуватися лише закликами до критичного мислення або точковими операціями зі спростування дезінформації. Доведено необхідність багатоетапного підходу, який охоплює удосконалення законодавчих норм щодо прозорості онлайн-агітації та політичної реклами, підвищення відкритості платформ стосовно рекламних кабінетів, алгоритмів рекомендацій та механізмів модерації, підтримку незалежних медіа, ініціатив із перевірки фактів та аналітичних центрів, формування сталої медіаграмотності та цифрової обізнаності громадян, посилення захисту виборчої інфраструктури від кібер- та інформаційних загроз, утвердження довіри до демократичних інституцій через послідовне дотримання принципу підзвітності влади. Водночас підкреслено важливість чіткого розмежування між боротьбою з ворожими інформаційними операціями та захистом права на свободу слова: заходи протидії мають бути адекватними, відкритими та підконтрольними, щоб випадково не перетворитися на засіб придушення законної критики.

На завершення, можна ствердити, що поставлена мета дослідження – всебічно проаналізувати політичні маніпуляції у контексті актуальних інформаційних операцій, зосередивши увагу на російських кампаніях впливу та їх втручання у вибори та політичну структуру США на міжнародному вимірі цих процесів – досягнута. Усі ключові завдання, від уточнення теоретичних основ та опису когнітивних механізмів впливу до реконструкції

інструментарію та напрямків російських інформаційних акцій разом з визначенням потенційних контрзаходів, виконані.

Отримані висновки поглиблюють розуміння політичних маніпуляцій як однієї з головних загроз для сучасних демократій, демонструють зв'язок між внутрішньою слабкістю політичних систем та зовнішнім інформаційним тиском і створюють основу для подальших наукових пошуків у сферах інформаційної безпеки, регуляторної політики та міжнародних відносин, особливо у контексті захисту демократичних процесів в Україні та країнах-партнерах.

РОЗДІЛ 2

ПОЛІТИЧНЕ МАНІПУЛЮВАННЯ У ВИБОРЧОМУ ПРОЦЕСІ США

2.1. Особливості президентської виборчої кампанії США 2020 року

Президентська виборча кампанія США 2020 року стала кульмінацією в тривалому періоді політичної розробленості та одночасно своєрідним «стрес-тестом» для американської виборчої системи в умовах пандемії COVID-19, інформаційних війн і кризи довіри до владних інституцій. Її специфіка полягала не лише в агресивному політичному протистоянні конкретних кандидатів – чинного президента Дональда Трампа та колишнього віцепрезидента Джо Байдена, – а в трансформації самої логіки виборчого процесу: від класичного змагання політичних програм і ідеологій до взаємних звинувачень у нелегітимності, маніпуляціях та інформаційних операціях.

Кампанія відбувалася на тлі наслідків втручання у вибори 2016 року, розслідування спецпрокурора, процедури імпічменту, масових протестів проти расової несправедливості, зростання ролі крайніх сил у обох партіях і загальної втоми суспільства від політичних конфліктів [26, с. 7–15]. Ці фактори створили ситуацію, коли питання того, як голосують, хто рахує голоси і чи можна довіряти результатам, ставали не менш важливими, ніж традиційні дебати про оподаткування, систему охорони здоров'я чи зовнішню політику [36, с. 3–8].

Ще одною специфікою кампанії 2020 року став фактор пандемії COVID-19. Поширення вірусу, локдаун, обмеження масових заходів і дискусії щодо компетентності федеральної влади в управлінні такою глобальною кризою радикально змінили організацію виборчого процесу. Вперше в сучасній історії США настільки велика частка виборців голосувала достроково і заочно – поштою або через спеціальні пункти дострокового голосування. На рівні штатів було розширено перелік підстав для голосування поштою, спрощено

процедури отримання бюлетенів, збільшено кількість скриньок для їхнього прийому, упроваджено додаткові захисні заходи для роботи дільниць у день голосування [25, с. 3–9]. З одного боку, ці зміни мали на меті гарантувати реалізацію виборчих прав в умовах пандемії; з іншого – вони стали базою для політичних і пропагандистських баталій, оскільки опоненти інтерпретували будь-яке розширення дистанційного голосування як потенційний канал фальсифікацій.

Структурною відмінністю кампанії 2020 року було ще більш безпрецедентне розширення дострокового та поштового голосування, яке суттєво змінило часову динаміку виборчого процесу. Якщо раніше політичні штаби концентрувалися насамперед на останніх тижнях кампанії, то у 2020 році вікно реального голосування розтягнулося на кілька тижнів, а подекуди й місяців. Це змусило штаби модернізувати традиційні стратегії: рання мобілізація ядра підтримки, нагадування про дедлайни для надсилання бюлетенів, зміщення акцентів від «дня виборів» до «сезону голосування» [36, с. 10–17]. Водночас це ускладнило інформаційну повістку: у медіа паралельно обговорювалися і хід кампанії, і часткові дані щодо вже надісланих або підрахованих бюлетенів, і судові суперечки навколо процедур.

Конфлікт навколо поштового голосування та процедур підрахунку став одним із головних сюжетів кампанії 2020 року. В окремих штатах зміни до виборчого законодавства ухвалювалися в довільному порядку, часто через суди, що давало підстави для звинувачень у маніпуляціях «правилами гри» в останню мить [26, с. 18–24]. Суперечки щодо строків отримання бюлетенів, можливості враховувати конверти з поштовим штемпелем до дня виборів, кількості пунктів прийому бюлетенів, а також порядку верифікації підписів стали центром політичного дискурсу. Кожна сторона намагалася подати технічні деталі як або захист демократії, або спробу узурпації влади: одна сторона говорила про необхідність гарантувати безпечне голосування для всіх, інша – про ризик вкидання фальшивих бюлетенів і навмисного затягування підрахунку голосів [27, с. 5–11].

У такій атмосфері навіть нормальна з точки зору виборчої адміністрації ситуація, коли результати в окремих штатах ставали відомі не в ніч виборів, а через кілька днів, інтерпретувалася значною частиною електорату як ознака змови або «вкраденої перемоги» [38, с. 2–6].

Специфічною рисою кампанії 2020 року стала значна асиметрія у стилях та форматах передвиборчої активності двох головних кандидатів. Команда Джо Байдена, орієнтуючись на рекомендації епідеміологів і прагнучи продемонструвати відповідальне ставлення до пандемії, суттєво обмежила масові офлайн-заходи, акцентуючи увагу на онлайн-форматах, телевізійних виступах, віртуальних мітингах, зустрічах у вузьких колах і таргетованій рекламі [17, с. 63–66]. Натомість команда Дональда Трампа будувала кампанію на великих мітингах, збереженні традиційної форми політичного шоу, відмові від суворих карантинних обмежень і критиці паніки навколо пандемії. Така асиметрія перетворила сам спосіб ведення кампанії на політичний маркер: для прихильників Трампа мітинги були символом нормальності й опору «диктату» експертів, для прихильників Байдена – свідченням безвідповідальності й нехтування життям громадян.

У результаті виборча кампанія перетворилася на своєрідний плебісцит довіри й недовіри до інституцій і експертної спільноти. Один табір апелював до науки, статистики, рекомендацій фахівців, потреби солідарності в умовах пандемії; інший – до свободи, недовіри до бюрократії, скепсису щодо політизації вірусної загрози [41, с. 211–218]. Цей розкол посилив і без того значну партійну розробленість, коли базові епідеміологічні заходи сприймалися через призму політичної ідентичності: маска стала маркером не лише турботи про здоров'я, а й політичної волі. У цьому контексті політичне маніпулювання набувало форми інтерпретації одних і тих самих фактів через різні рамки: статистику смертності, економічні наслідки локдаунів, швидкість розробки вакцин.

Ще однією характеристикою кампанії 2020 року була остаточна платфо́рмоцентричність інформаційного середовища. Соціальні мережі та

цифрові платформи перестали бути лише доповненням до телевізійних і друкованих ЗМІ й фактично стали основним каналом отримання політичної інформації для значної частини виборців [31, с. 1–6]. Умови «економіки уваги», де алгоритми рекомендацій підсилюють контент, що викликає максимальне залучення, створювали сприятливий ґрунт для емоційно насичених, конфліктних і поляризуючих повідомлень. У цій логіці традиційні формати – програмні документи, довгі інтерв'ю чи аналітичні статті – поступалися коротким відео, мемам, емоційним постам, що краще адаптувалися до механізмів алгоритмічного просування [18, с. 34–42].

Інформаційний простір кампанії 2020 року був глибоко сегментованим. Дослідження медіаєкосистеми показали існування стійких кластерів, у межах яких циркулюють переважно однорідні за ідеологічними параметрами повідомлення, а перетин між аудиторіями різних політичних таборів є обмеженим [18, с. 45–52]. Це призвело до появи феномену «ехо-камери», де виборці отримали інформацію, що підтверджує їх уявлення про світ насамперед, і майже не стикалися з аргументами опонентів.

Експерименти із штучним розширенням інформаційного поля, коли користувачам навмисно показували пости представників протилежного табору, засвідчили, що умова високої поляризації не лише не зменшує, а посилює сталі упередження: контакти з «чужими» повідомленнями лише підвищують відчуття загрози й агресії [42, с. 3–12]. Отже, кампанія 2020 року відбувалася в середовищі, де сама структура інформаційних потоків ускладнювала можливість досягнення компромісу.

Особливою проблемою стала активна політика дезінформації, фейки та конспірологічні наративи. Дослідження продемонстрували, що, хоча відсоток користувачів, які систематично споживають контент від відверто фейкових сайтів, є невисоким, самі ці джерела мають великий вплив завдяки віральності та здатності задавати переконливі рамки дискусії [9, с. 194–196]. Під час кампанії 2020 року широкого розповсюдження набули теорії змови щодо походження COVID-19, змови фармацевтичних корпорацій, масових

фальсифікацій через поштове голосування, контролю над США з боку тіньових еліт тощо [23, с. 1–4]. Особливістю було те, що такі наративи поширювалися не лише маргінальними ресурсами, а й політичними акторами, які позиціонували себе як частину медіа простору. Це радикально ускладнювало процедуру фактчекінгу: спростування ставали предметом політичної боротьби, а не технічним процесом верифікації інформації [41, с. 220–230].

На цьому тлі цифрові платформи вперше в історії американських президентських виборів відіграли настільки масштабну роль в модерації політичного контенту. Було запроваджено цифрові позначки на сумнівних за достовірністю постах, обмеження на розповсюдження окремих конспірологічних теорій, видалення мереж фейкових акаунтів і координованих кампаній. Частково такі дії стали позитивною відповіддю на критику, пов'язану з роллю платформ у виборах 2016 року, але водночас вони слугували й джерелом нових звинувачень у цензурі та політичній упередженості [24, с. 4–11]. Для частини електорату будь-яке втручання автоматизованих платформ інтерпретувалося як спроба заглушити правду або захистити одного кандидата за рахунок іншого, що ще більше підривало довіру до інституцій, які мали б виступати нейтральними посередниками у сфері комунікації.

Важливою складовою специфіки кампанії 2020 року було те, що паралельно з процесами маніпулювання відбувалися спроби системної протидії дезінформації. Громадські організації, фактчекінгові платформи, окремі медіа та університетські центри реалізовували програми підвищення медіаграмотності, навчальні кампанії щодо розпізнавання фейків і небезпеки сприйняття неперевіреного контенту. Експериментальні дослідження показали, що такі заходи можуть підвищувати здатність користувачів розрізняти надійні та ненадійні джерела, знижувати їх схильність поширювати дезінформацію, особливо в короткостроковому періоді [22, с. 38–44]. Однак і ці зусилля стали об'єктом політичних маніпуляцій: для одних вони були

прикладом відповідальної громадянської активності, для інших – черговим проявом контролю над інформацією з боку еліт і ліберальних медіа.

Ще однією важливою рисою кампанії 2020 року стала висока інституційна й експертна увага до питань кібербезпеки та захисту виборчої інфраструктури. Після 2016 року було змінено підхід до виборчої безпеки: критична інфраструктура виборів розглядалася як потенційна ціль для іноземних кібератак, а також як об'єкт внутрішніх інформаційних операцій [25, с. 12–18]. На федеральному рівні та рівні штатів запроваджувалися процедури резервного копіювання даних, аудиту голосування, диверсифікації технологій голосування, посилювалася координація між виборчими органами, спецслужбами та правоохоронними структурами. У звітах аналітичних центрів наголошувалося, що навіть невеликі технічні проблеми (збої програмного забезпечення, затримки в обміні даними) можуть стати приводом для масованих кампаній дезінформації, якщо влада не забезпечить оперативної та прозорої комунікації [38, с. 7–10].

Міжнародний вимір кампанії 2020 року полягав у продовженні дискусій про зовнішнє втручання. Оцінки американської розвідки засвідчили, що Росія та інші держави здійснювали інформаційні операції, спрямовані на посилення політичних конфліктів у США, підрив довіри до демократичних інституцій і дискредитацію окремих кандидатів [27, с. 12–19]. На цьому тлі будь-яка інформаційна кампанія про втручання чи фальсифікації результатів набувала додаткового виміру: мова йшла не лише про внутрішньополітичну боротьбу, а й про ширший контекст гібридних протистоянь між державами. Місія ОБСЄ відзначила, що вже до дня голосування рівень взаємних звинувачень у можливій нелегітимності результатів був безпрецедентно високим для усталеної американської демократії [28, с. 1–6].

Значущим індикатором кампанії 2020 року стала історично висока явка виборців. Розширення можливостей дострокового та поштового голосування, поєднання кризових сюжетів і відчуття доленосності виборів призвели до того, що участь у голосуванні взяла рекордна кількість громадян, попри пандемію,

економічну невизначеність та інформаційний хаос [35, с. 3–7]; [36, с. 10–17]. Це, з одного боку, підтвердило високий ступінь політичної залученості суспільства, а з іншого – супроводжувалося різко контрастними інтерпретаціями підсумків голосування. Для одних вибори стали демонстрацією стійкості державних інститутів, для інших – доказом вкраденої перемоги та символом глибокої корумпованості системи [26, с. 25–32].

Кампанія 2020 року також окреслила чіткі соціально-демографічні та географічні лінії розподілу, які визначали структуру електоральної боротьби. Урбанізовані регіони, низка передмість та глобалізовані економічні населені сектори переважно підтримували курс на багатосторонню зовнішню політику, інклюзивність, увагу до питань клімату й посилення ролі науки в ухваленні рішень. Сільські території, частина деіндустріалізованих регіонів і спільноти, які почувалися проігнорованими в процесі глобалізації, були більш відкритими до риторики проти політичних еліт та сповнені скептицизму щодо міжнародних інституцій і захисту традиційних цінностей [43, с. 63–71]. Ці соціальні розломи інформаційно посилювалися: різні групи споживали різні медіа, стежили за різними лідерами думок і включалися в різні історії поточний стан справ у країні.

Говорячи про проблеми дискримінації в кампанії 2020 року, вони були пов'язані із роллю діаспор, мігрантських спільнот і груп з активними транскордонними зв'язками. Для цих секторів вибори мали не лише внутрішньополітичний, а й зовнішньополітичний елемент: від їх результатів залежали майбутні підходи США до питання міграції, санкційної політики, підтримки союзників, зокрема України та ЄС. Дослідження мережевих моделей міграції й діаспорних зв'язків показують, що такі спільноти можуть бути одночасно каналами демократичної взаємодопомоги та вразливими до маніпулятивних кампаній осередками [33, с. 4–10].

Пост виборча фаза кампанії 2020 року фактично стала її продовженням з використанням інших засобів впливу. Масові судові позови, численні публічні заяви про масштабні фальсифікації, кампанії тиску на посадових осіб

штатів, відповідальних за сертифікацію результатів, і кульмінаційна подія у вигляді штурму Капітолію 6 січня 2021 року продемонстрували, що політичне маніпулювання може виходити далеко за межі безпосередньо дня голосування і перетворюватися у тривалу маніпулятивну кампанію [26, с. 25–32]. Значна частина громадян, переконана в нелегітимності результатів, вважала свої дії захистом демократії, тоді як з формально-правової точки зору це була спроба зміни конституційного механізму мирної передачі влади. Цей епізод засвідчив, що наслідки маніпуляцій у виборчому процесі є довготривалими: вони модифікують ставлення до державних інституцій, норм політичної поведінки та самого поняття «легітимності».

Таким чином, президентська виборча кампанія США 2020 року поєднала в собі низку особливостей, що робить її показовим кейсом для аналізу політичного маніпулювання в цифрову епоху. Серед її характеристик – надмірна політизація процедур голосування й підрахунку, накладання кількох кризових порядків денних, домінування платформ і соціальних мереж, які підсилюють емоційний та контент, гібридність джерел дезінформації (внутрішніх і зовнішніх), високий рівень інституційної уваги до кібербезпеки на тлі низької довіри до інститутів, рекордна мобілізація виборців і затяжний пост виборчий конфлікт щодо легітимності результатів.

Ці факти створюють аналітичну рамку для подальшого розгляду інструментів і механізмів маніпуляції в інформаційному просторі США, а також надають матеріал для аналізу конкретних практик російської пропаганди у контексті виборів 2020 року, що буде предметом наступних підрозділів дослідження.

2.2. Використання інформаційних технологій і соціальних мереж у виборчому процесі

Інформаційні технології та соціальні мережі у XXI столітті перетворилися на структурний елемент політичного процесу Сполучених

Штатів: вони більше не виступають лише допоміжним інструментом, а становлять середовище, в якому виборча демократія функціонує щодня. Якщо ще два десятиліття тому цифрові технології розглядалися переважно як засіб організаційної підтримки виборів (електронні реєстри, бази даних, системи підрахунку), то вже до виборів 2020 року вони стали визначальним чинником формування громадської думки, мобілізації електорату, збору коштів, побудови іміджу кандидатів і навіть легітимації чи делегітимації результатів голосування [17, с. 29–36].

У США саме цифрове середовище поступово заміщує собою класичну публічну сферу: місце друкованих джерел і телевізійних ток-шоу займають платформи, де алгоритми ранжування, системи рекомендацій і персоналізовані стрічки новин визначають, які політичні теми взагалі мають потрапити до уваги виборців. Такий підхід змінює логіку виборчої конкуренції, оскільки боротьба точиться не стільки за формальну присутність у ЗМІ, скільки за видимість в алгоритмічно сконструйованому інформаційному просторі [18, с. 34–42].

Соціальні мережі, які спочатку позиціонувалися як платформи для горизонтальної демократичної комунікації між громадянами, політиками, журналістами й інституціями, поступово перетворилися на головну арену боротьби за прихильність електорату. Дослідження Persily та Tucker показує, що станом на 2020 рік соціальні медіа стали фактично інфраструктурою демократії – саме через них щоденно здійснюється значна частина комунікації між кандидатами, виборцями та медіа, а традиційні канали інформування відіграють більш допоміжну роль [30, с. 3–11].

Водночас ця інфраструктура має дуальну природу: вона розширює доступ до інформації й знижує бар'єри політичної участі, та одночасно створює безпрецедентні можливості для маніпуляцій, дезінформації, радикалізації та фрагментації громадської думки [9, с. 94–96]. У такому середовищі демократичний процес стає залежним не лише від формальних

правил виборів, а й від архітектури цифрових платформ, які контролюються переважно приватними корпораціями.

Використання інформаційних технологій у виборчому процесі США можна умовно поділити на три взаємопов'язані рівні: 1) організаційний (реєстрація, голосування, підрахунок голосів); 2) комунікаційний (агітація, реклама, мобілізація, робота з громадською думкою); 3) аналітичний (збір і обробка великих даних, таргетинг, прогнозування електоральної поведінки). На кожному з цих рівнів технології виконують не лише технічну, а й політичну функцію: впливають на доступ до участі у виборах, структуру інформаційних потоків, сприйняття легітимності та відчуття справедливості процедур [25, с. 1–9].

Автоматизація реєстрів виборців, використання електронних систем верифікації, цифрових баз даних та аналітичних панелей для моніторингу явки стали стандартною практикою американського виборчого менеджменту. Це дає змогу підвищувати ефективність адміністрування з одного боку, але водночас створює нові вразливості – технічні (кібератаки), інформаційні (витоки даних) і когнітивні (можливість маніпулювання інтерпретаціями статистики) [26, с. 7–15].

Пандемія COVID-19 істотно прискорила цифровізацію виборчої інфраструктури. Масове розширення практики голосування поштою, активне використання онлайн-реєстрацій та дистанційних процедур підвищили навантаження на інформаційні системи штатів і федеральні структури. Ситуація вимагала модернізації баз даних, посилення кіберзахисту, впровадження систем резервного копіювання, а також прозорості комунікації щодо можливих технічних збоїв [38, с. 2–6].

Згідно зі звітами GAO, у 2020 році у більшості штатів запрацювали багаторівневі схеми резервного збереження даних та механізми аудиту голосування, а виборча інфраструктура була офіційно віднесена до категорії критичної, що забезпечило додаткову увагу до неї з боку спецслужб та кіберпідрозділів [39, с. 5–12]. Формально це дозволило уникнути порушення

цілісності виборчих даних, однак на тлі технічної стійкості на перший план вийшла інша, значно більш складна загроза – маніпуляції у цифровому інформаційному просторі, коли об'єктом атаки стають не бази даних, а уявлення громадян про те, що насправді відбувається з процедурою виборів [19, с. 3–6].

Саме в онлайн-просторі, де поєднуються процеси дезінформації, політична реклама, алгоритмічного підсилення певного виду контенту й діяльність бот-мереж, формується новий тип інформаційної війни, який поступово заміщує класичні форми політичного протистояння [3, с. 96–104]. Соціальні мережі перестають бути дзеркалом суспільних настроїв і стають інструментом його активного створення. Наприклад, Facebook, X (Twitter), YouTube, TikTok та інші платформи виконують роль не лише пасивних посередників у поширенні політичних повідомлень, а й конструкторів інформаційного середовища, оскільки саме їхні алгоритми ранжування визначають, що побачить користувач у своїй новинній стрічці, у якому порядку й з якою частотою та чи інша інформація з'являтиметься в його повідомленнях [18, с. 34–42].

Алгоритмічна логіка соціальних мереж перетворює будь-яку політичну кампанію на змагання за увагу аудиторії в умовах інформаційного перенасичення. Barberá демонструє, що стрічка новин користувача формується на основі складних мережевих та поведінкових алгоритмів, серед яких чільне місце займають його попередні взаємодії, реакція аудиторії на його дописи та структура його соціальних зв'язків [18, с. 45–52]. За такої логіки передвиборча кампанія перестає бути послідовною спробою переконати раціонального виборця, стає безперервною битвою за частку секунди уваги – «клік», «лайк», «шер» або перегляд короткого відеофрагмента. Цей зсув стимулює використання максимально емоційних, поляризуючих меседжів, здатних швидко викликати обурення, страх або відчуття приналежності до «своєї групи», що об'єктивно підвищує маніпулятивний потенціал цифрової кампанії [9, с. 94–96].

Для виборів 2020 року соціальні мережі виконували одразу кілька критичних функцій. По-перше, це агітаційна функція, що забезпечувала охоплення аудиторії, включно з тими групами, які майже не споживають традиційні медіа. По-друге, аналітична функція, де штаби кандидатів збирали дані про реакцію виборців у режимі реального часу, аналізували тональність коментарів, рівень залученості, географію поширення контенту. По-третє, маніпулятивну функцію, де завдяки бот-мережам, фабрикам тролів і можливості точного таргетингу соціальні платформи використовувалися для створення ілюзії суспільного консенсусу, посилення враження, що всі навколо поділяють точку зору, що просувається [1, с. 2–7]. Дослідження Guess та співавторів свідчать, що значна частина користувачів не здатна чітко відрізнити якісний журналістський контент від дезінформаційних потоків у соціальних мережах, особливо коли йдеться про політично забарвлені повідомлення [23, с. 1–4]. Це робить аудиторію особливо вразливою до маніпуляцій у періоди високої емоційної напруги, яким є президентська кампанія.

Одним із найпотужніших інструментів сучасної цифрової політики став мікротаргетинг – використання алгоритмів для показу політичних повідомлень вузьким сегментам аудиторії з урахуванням їх віку, статі, місця проживання, попередньої онлайн-активності, інтересів та соціальних зв'язків. На практиці працює наступним чином: два громадянина, які живуть в одному місті, можуть бачити принципово різні образи одного й того самого кандидата, отримувати різні поради щодо голосування та різну за типом дискредитацію опонента [17, с. 36–42]. Корпорації Facebook і Google надавали штабам кандидатів інструменти надточного сегментування, що забезпечувало цифровій рекламі точкові попадання у цільову аудиторію. Звіт Федеральної виборчої комісії фіксує безпрецедентні обсяги витрат на онлайн-рекламу в циклі 2020 року, що свідчить про стратегічну ставку саме на цифрові канали впливу [21, с. 4–9].

Проблема полягає в тому, що прозорість таких кампаній є вкрай обмеженою: виборці часто не усвідомлюють, що конкретне повідомлення, яке вони бачать, адресоване саме їм у межах окремого сегмента, а не становить частину відкритої публічної дискусії. Європейська Комісія у Посиленому кодексі практик підкреслює, що мікротаргетинг створює інформаційну асиметрію, коли політичні актори знають про виборців значно більше, ніж виборці – про політичних акторів; а це підриває базові принципи відкритої демократії [20, с. 10–18].

Питання прозорості алгоритмів і систем рекомендацій стало однією з ключових тем не лише виборчого циклу 2020 року, а й ширших дискусій про майбутнє цифрової демократії. Mozilla Foundation у своєму дослідженні платформи YouTube звертає увагу на те, що більшість користувачів не розуміють, чому платформа пропонує їм ті чи інші відео; вони сприймають рекомендації як нейтральний відбір, хоча насправді це результат алгоритмічної оптимізації за показниками перегляду, утриманнями та взаємодії самого користувача [24, с. 4–11]. Встановлено, що алгоритми мають тенденцію підсилювати контент із високим рівнем конфліктності та емоційної насиченості, оскільки він викликає більше реакцій; відповідно, радикальні позиції, змовницькі теорії та поляризуючі наративи отримують додаткову видимість порівняно з беземоційними й аналітичними матеріалами [18, с. 45–52]. У результаті в споживача контенту формується викривлене уявлення про реальну структуру громадської думки: користувачеві може здаватися, що крайні погляди є домінуючими, хоча насправді це лише ефект алгоритмічного підсилення.

Соціальні мережі стали важливим інструментом мобілізації та організації виборчої участі. Дослідження Pew Research Center демонструють, що значна частина дорослого населення США регулярно отримувала інформацію про вибори та заклики проголосувати саме через цифрові платформи, а не через традиційні медіа [31, с. 1–6]. Кампанії кандидатів використовували функції платформ для масових розсилок, створення онлайн-

заходів, краудфандингу та синхронізації локальних ініціатив. Особливо виразно це проявилось серед молоді, де платформи TikTok, Instagram і YouTube стали одночасно простором розважального та політичного контенту й через меми, короткі відео та челленджі інтегрували політичні меседжі в повсякденну цифрову культуру [36, с. 3–10]. Таке представлення політики, як частини контенту, підвищує шанси дотягнутися до аполітичних раніше груп, але також розмиває межу між серйозною дискусією і поверховою емоційною реакцією щодо певних тем.

Особливим феноменом цифрової епохи є «інфлюенсерна політика» – участь блогерів, зірок, спортсменів та інших лідерів думок у формуванні політичного порядку. Успішність їхнього впливу ґрунтується не на формальних повноваженнях, а на довірі спільнот, яку вони сформували навколо своїх профілів. Емпіричні дослідження показують, що повідомлення, які походять від відомих публічних фігур, можуть помітно змінювати ставлення населення до суспільно-політичних тем і навіть впливати на поведінку індивідів, зокрема на рішення голосувати чи брати участь у певних політичних акціях [16, с. 5–12]. У кампанії 2020 року це проявилось через активне залучення знаменитостей до закликів реєструватися, голосувати достроково, підтримувати конкретні ініціативи. Такий формат скорочує дистанцію між елітами і виборцями, але водночас створює додаткові ризики: контент впливовців часто не проходить серйозної редакційної перевірки, а відтак може містити неперевірені твердження і служити каналом для непрозорого політичного впливу [31, с. 3–6].

Зовнішні актори також активно застосовують соціальні платформи як поле для інформаційних операцій. Звіти Graphika та Stanford Internet Observatory документують існування сотень координованих мереж, пов'язаних із російськими, іранськими тощо структурами, які створювали фіктивні акаунти, локальні сторінки, тематичні групи й псевдомедіа для поширення контенту про масові фальсифікації, кризу демократії, маніпуляції еліт тощо [11, с. 5–13]. На відміну від 2016 року, у 2020-му ці мережі стали

гнучкішими: вони краще використовували культурні коди, мову і внутрішні конфлікти, нерідко маскуючись під американських активістів. Звіт «The Long Fuse» показує, що більшість дезінформаційних кампаній виборчого циклу мала гібридне походження: іноземні джерела запускали або модифікували наративи, які вже існували у внутрішньому медіапросторі, після чого їх підхоплювали радикальні медіа, блогери та політичні актори [34, с. 15–27]. Такий ланцюговий механізм підсилення ускладнює атрибуцію і розмиває межу між зовнішнім втручанням та внутрішньою боротьбою, що важливо в контексті аналізу російської пропаганди.

Паралельно з інформаційними кампаніями у виборчій кампанії 2020 року продовжувалась боротьба у кіберпросторі. National Academies of Sciences та Міністерство внутрішньої безпеки США відзначали сотні спроб сканування й випробування стійкості цифрових виборчих систем з-за кордону, але завдяки посиленню механізмів кіберзахисту та координації між урядовими й приватними акторами жодної успішної атаки, яка б змінила дані голосування, зафіксовано не було [38, с. 7–10]. Суттєвою інновацією стало впровадження комплексних моделей оцінювання ефективності виборчого адміністрування (Election Performance Index), які поєднують технічні, організаційні та комунікаційні показники й дозволяють системно оцінювати стійкість виборчої системи [35, с. 3–7]. Такий підхід демонструє перехід від суто технічного розуміння кібербезпеки виборів до ширшого, де важливими є не лише захищеність серверів, а й здатність інституцій прозоро комунікувати з громадянами й запобігати інформаційним маніпуляціям навколо будь-яких інцидентів у кіберпросторі.

Одним із найпомітніших трендів цифрової виборчої доби стала поява так званої «м'якої дезінформації» – матеріалів, які не містять відверто фейкових фактів, але створюють викривлений інформаційний контекст через підбір заголовків, візуальних образів, акцентів та емоційного тону. Йдеться про контент, який формально не підпадає під визначення фейку, проте здатний системно підживлює недовіру до інституцій, створювати відчуття хаосу або

невиправданої загрози й підштовхувати аудиторію до наперед заданих висновків шляхом тону його подачі [7, с. 15–22]. Особливо небезпечним для політичних процесів є те, що подібні матеріали не блокуються платформами, оскільки вони не порушують правил спільноти. Вони органічно вбудовуються у стрічку користувача, де поруч із ними з'являються новини, аналітика, особисті дописи друзів і розважальний контент.

Дослідження Mozilla Foundation щодо платформи YouTube показало, що значна частка користувачів, які переглядають політичний контент, хоча б один раз отримувала в рекомендаціях відео із змовницькими теоріями або матеріалами з крайніми поглядами; при цьому алгоритм підштовхував їх у бік усе більш радикальних ресурсів, оскільки саме такий контент статистично забезпечує вищий рівень утримання уваги користувача [24, с. 7–13]. Ця «повзуча радикалізація» не завжди пов'язана з відкритою пропагандою, проте вона створює середовище, в якому конспірологія й екстремальні інтерпретації подій здаються дедалі менш маргінальними. У довгостроковій перспективі це впливає на політичну соціалізацію, особливо в середовищі молоді, для якої цифрові платформи є головним джерелом інформації про політику [31, с. 2–6].

Поведінкові дослідження показують, що спроможність користувачів відрізнити надійні джерела від ненадійних прямо пов'язана з рівнем їх цифрової й медіаграмотності. Звіти Pennycook, Rand, Guess та їхніх колег засвідчують, що навіть короткі панелі, спрямовані на навчання базовим принципам оцінки джерел, можуть суттєво підвищити здатність осіб відрізнити достовірні новини від фейкових, зменшити схильність до поширення дезінформації та підвищити критичність сприйняття політизованого контенту. У виборчому циклі 2020 року в США було реалізовано низку ініціатив із підвищення медіаграмотності – від освітніх кампаній громадських організацій до спільних проєктів університетів і аналітичних центрів, як-от Election Integrity Partnership, що об'єднав Stanford, University of Washington, Graphika та DFRLab для моніторингу дезінформації та розробки інструментів її спростування [34, с. 3–12].

Ці ініціативи показали, що протидія маніпуляціям потребує не лише технічних рішень (алгоритмів виявлення фейків), а й довготривалого інвестиційного підходу до формування раціонального користувача, здатного самостійно розпізнавати ризики цифрового середовища. Водночас самі інструменти фактчекінгу та маркування контенту стали об'єктом політичної боротьби: прихильники жорсткішої модерації вимагали більш радикальних рішень, а її критики ж трактували ці кроки як цифрову цензуру й доказ політичної упередженості платформ [24, с. 12–19].

Регулювання цифрового простору виявилось однією із найбільш суперечливих частин трансформації виборчого процесу. До 2020 року американське законодавство помітно відставало від темпів діджиталізації політики. Федеральна виборча комісія лише згодом, у 2022 році, затвердила спеціальні принципи «Internet Communication Disclaimers», які чітко визначають вимоги до маркування онлайн-політичної реклами, ідентифікації платників і прозорості джерел фінансування [21, с. 2–8]. У самому ж циклі 2020 року цифрові платформи переважно діяли на основі внутрішніх стандартів: платформа Facebook запровадила верифікацію рекламодавців і архів політичної реклами, Twitter заборонив оплачувану політичну рекламу, а YouTube оголосив про обмеження видимості відео, які містять явні ознаки дезінформації [31, с. 3–6]. Однак дослідження Mozilla Foundation показало, що навіть за наявності формальних правил спільноти алгоритми продовжували діяти в напрямі рекомендацій політично проблематичного контенту, а гарантії прозорості залишалися умовними [24, с. 9–14].

Паралельно розвивалися європейські законодавчі підходи до регулювання цієї сфери. Посилений Кодекс практик щодо дезінформації Європейської Комісії пропонує модель спільної відповідальності, в межах якої платформи, держави й громадянське суспільство мають розподілені обов'язки забезпечувати прозорість алгоритмів, надавати дані для незалежних досліджень, підтримувати процедури фактчекінгу і програми медіаграмотності [20, с. 10–18]. Ця логіка поступово впливає й на глобальну

дискусію: цифрові платформи розглядаються не просто як приватний бізнес корпорацій, а як суб'єкти в інформаційній площині, що несуть соціальну відповідальність за якість публічного простору. У США законодавчий процес рухається повільніше через чутливість до питань свободи слова та першої поправки Конституції; відтак будь-яке державне втручання у регулювання контенту сприймається суспільством з підозрою, що й зумовлює перевагу моделей співрегулювання й добровільних зобов'язань [19, с. 3–9]. Така ситуація створює складний баланс: з одного боку, є потреба в обмежувальних ініціативах задля уникнення маніпуляції й дезінформації, з іншого – існує ризик перетворення боротьби з фейками на інструмент політичного домінування того чи іншого суб'єкта.

У цьому контексті ключовою стає проблема алгоритмічної влади. Дослідники RAND Corporation і автори досліджень про «машини брехні» звертають увагу, що в умовах цифрової демократії значна частина «м'якої сили» концентрується не в руках держав, а в можливостях цифрових платформ, які контролюють потоки даних, логіку ранжування контенту, політики модерації й технічні інструменти таргетингу [47, с. 15–27]. Фактично вже існує новий тип суб'єкта політики – компанія-платформа, яка формально залишається приватною і комерційною, але практично впливає на результати виборів, структуру публічного дискурсу та механізми репутаційної відповідальності.

У таких умовах питання про те, чи є платформи нейтральними посередниками чи контрибуторами риторики, стає не лише юридичним, а й політико-етичним. Європейська Комісія, наприклад, просуває концепт «довіреної платформи», яка поєднує економічну свободу з чітко визначеними соціальними обов'язками, зокрема щодо прозорості алгоритмів і доступу дослідників до її даних [20, с. 12–18]. США ж перебувають у процесі пошуку оптимальної моделі, яка б не суперечила конституційному захисту свободи слова, але при цьому враховувала концентрацію інформаційного впливу в руках невеликої кількості цифрових гігантів [21, с. 4–9].

Розвиток інформаційних технологій поставив перед державами й суспільством питання про цифровий суверенітет: наскільки уряд здатен захищати виборчий процес, якщо ключова інфраструктура політичної комунікації належать приватним транснаціональним платформам. Звіти Міністерства внутрішньої безпеки США наголошують, що зовнішні гравці активно експлуатують відкритість американського інформаційного простору для проведення деструктивних кампаній впливу на нього, зокрема через соцмережі та месенджери [38, с. 10–16].

У відповідь створюються міжвідомчі центри координації (Election Infrastructure ISAC), які об'єднують державні й приватні структури, обмінюються даними про цифрові загрози, узгоджують протоколи реагування й спільно розробляють стандарти кіберстійкості [25, с. 19–24]. Вибори 2020 року стали першим прецедентом, коли кібербезпека справді почала сприйматися не лише як сфера файрволів і шифрування, а як комплексна соціально-комунікаційна задача, що включає прозору публічну комунікацію, попередження паніки та протидію дезінформаційним експлуатаціям.

Важливою інституційною інновацією стала кооперативна модель демократії у сфері захисту інформаційного простору. Election Integrity Partnership і подібні ініціативи показали, що ефективне виявлення та нейтралізація дезінформаційних кампаній можливі лише в режимі співпраці між урядовими структурами, цифровими платформами, навчальними установами, аналітичними центрами та громадськими організаціями [34, с. 20–28]. У цій моделі держава не виступає єдиним арбітром істини, а радше координатором мережі суб'єктів, які мають різний пул компетенцій: технічну (виявлення бот-мереж), соціологічну (аналіз аудиторних реакцій), політичну (оцінка впливу на легітимність інститутів) та юридичну (розробка відповідних норм). Такий підхід поступово формує нове розуміння демократичного управління в цифрову епоху, де головний акцент робиться не на контролі над інформацією, а на підвищенні стійкості суспільства та прозорості процесів.

При цьому цифрові платформи не лише транслюють політичний контент, а й змінюють моделі політичної поведінки. Дослідження Pennycook і Rand показують, що взаємодія з політичною інформацією у форматі «лайку» чи «шерінгу» створює ефект символічної участі, коли користувач почувається політично активним, навіть не беручи участі в безпосередніх офлайн-заходах чи голосуванні [29, с. 23–24]. З одного боку, це може підвищувати загальний рівень інтересу до політики та полегшити залучення громадян до кампаній; з іншого – формує ілюзію, що цифрова активність є рівноцінною реальній політичній дії. Mozilla і Pew Research у звітах наголошують, що алгоритми соціальних мереж мають тенденцію підсилювати радикальні та емоційно насичені точки зору, бо саме такі тенденції отримують найбільш активну взаємодію; у результаті публічний простір фрагментується на низку «ехо-камер», де підкріплюються внутрішньогрупові ідентичності й знижується готовність суспільства до компромісу [31, с. 4–6].

В цьому контексті у науковому дискурсі з'являється поняття «алгоритмічної демократії» – системи, у якій політична участь, порядок денний та навіть сприйняття легітимності інститутів дедалі більше залежать від технологічних структур, що управляють потоками інформації [20, с. 15–18]. У такій системі політичні актори змушені боротися не лише за голоси виборців, а й за «довіру» алгоритмів до них – за те, щоб їх контент не був прихований, маркований як підозрілий або витіснений більш віральними меседжами опонентів. Водночас громадяни зіштовхуються з необхідністю адаптуватися до реальності, де частину рішень щодо видимості інформації ухвалюють не редактори й не державні інституції, а системи машинного навчання. Це породжує нові етичні, політичні й правові дилеми, які лише частково були висвітлені й усвідомлені у 2020 році, але вже тоді активно проявилися у вигляді конфліктів навколо модерації контенту, блокування акаунтів і позначення окремих заяв політиків як таких, що містять дезінформацію [31, с. 3–6].

Досвід виборів США 2020 року дозволяє виокремити кілька ключових тенденцій трансформації виборчого процесу під впливом інформаційних технологій і соціальних мереж. По-перше, тенденція цифрової мобілізації: участь громадян у виборах зростає завдяки широкому використанню онлайн-платформ для інформування, реєстрації, мобілізації й координації політичних дій; рекордна явка у 2020 році частково пояснюється саме ефективністю цифрових каналів комунікації [36, с. 10–17].

По-друге, алгоритмічна поляризація: алгоритми персоналізації посилюють фрагментацію громадської думки, формуючи стабільні «ехо-камери» й підвищуючи вплив радикалізованих меншин на публічний дискурс [42, с. 3–8]. По-третє, інституційна адаптація: державні органи, платформи й громадянське суспільство поступово формують нові формати співпраці – від спільних центрів кіберзахисту до спільних ініціатив із моніторингу дезінформації [34, с. 20–28].

По-четверте, посилення ролі медіаграмотності й просвітництва: увага переноситься від суто технічних рішень до формування компетентного, критичного користувача, здатного протистояти маніпуляціям з його ж свідомістю [69, с. 3–9]. По-п'яте, загострення етичної дилеми свободи слова й безпеки інформаційного простору: суспільство змушене шукати баланс між відкритістю й необхідністю обмежувати деструктивні кампанії впливу, не перетворюючи боротьбу з дезінформацією на форму цензури [19, с. 7–10].

2.3. Внутрішньополітичні маніпуляції в кампаніях Джо Байдена та Дональда Трампа

Президентська виборча кампанія у США 2020 року оголила проблеми внутрішньополітичної поляризації, що формувалися принаймні упродовж двох десятиліть, і стала своєрідним лакмусовим папірцем для американської демократії в умовах доби цифрової ери. Політичне суперництво Джо Байдена та Дональда Трампа перестало бути просто конкуренцією двох програм: воно

перетворилося на символічну боротьбу двох образів Америки – раціональної й емоційної, інституційної та анти-елітної, мережево-цифрової та традиційно-масової. У межах цього дуалізму проявилися практично всі базові форми політичного маніпулювання, характерні для інформаційної епохи: від емоційного популізму й конспірологічних наративів до тонких моральних фреймів і мікротаргетингу в соціальних мережах [7, с. 45–52].

Старт кампанії припав на період пандемії COVID-19, яка радикально обмежила класичні формати офлайн-агітації й змусила обидва штаби практично повністю перенести політичну комунікацію у цифровий простір. Це означало, що соціальні мережі та онлайн-платформи стали головним, а для значної частини електорату – єдиним каналом взаємодії між ними та політиками, перетворившись одночасно на арену боротьби за владу і середовище, де категорії «правди» та «брехні» заміщувалися поняттями «правдоподібності» та «емоційного резонансу» [9, с. 94–96]. На думку дослідників політичної комунікації, саме така ситуація створює ідеальні умови для маніпуляцій: за відсутності безпосереднього контакту та за умови домінування алгоритмічно керованих стрічок новин політичний актор отримує змогу точково конструювати образ реальності для кожного сегмента своєї і не своєї аудиторії [18, с. 34–42].

У цих умовах кампанія Дональда Трампа була побудована на принципі безперервного інформаційного наступу. Її ядром стала стратегія, яку дослідники RAND позначають як «Firehose of Falsehood» – «пожежний шланг неправди»: величезні обсяги коротких, емоційно заряджених повідомлень, що швидко змінюють одне одного й постійно тримають аудиторію у стані інформаційного перевантаження [13, с. 5–11]. Трамп виступав не стільки як класичний кандидат, скільки як анти-елітний лідер, який говорить напряду з народом, демонстративно ігноруючи традиційні медіа-посередники. Його акаунт у Twitter перетворився на головний інструмент формування порядку денного: за даними аналізу Pew Research Center, значна частина політичних сюжетів на провідних американських телеканалах і в онлайн-виданнях у

період кампанії мала джерелом саме скандальний твіт чи допис Трампа у соціальній мережі, який медіа змушені були цитувати, спростовувати чи пояснювати [31, с. 2–6].

У логіці моделі «пожежного шланга» маніпулятивний ефект досягається не точністю чи внутрішньою узгодженістю тверджень, а їхнім масштабом і повторюваністю: аудиторія втрачає можливість критично обробляти потік інформації через її надмірну кількість, перемикається на евристики довіри та впізнаваності й у підсумку починає сприймати як правдоподібне те, що найчастіше чує [13, с. 12–15]. Важливо, що значна частина трампівських меседжів була побудована навколо страху, гніву й відчуття загрози від соціалізму, нечесного голосування поштою, масштабних фальсифікацій, ворожих медіа – тобто тих емоцій, які, за результатами когнітивно-психологічних досліджень, найбільш ефективно мобілізують людей до негайної реакції в цифровому середовищі [10, с. 6–12].

Теорія когнітивних упереджень показує, що страх та обурення сприяють переходу від аналітичного до інтуїтивного мислення, а отже, підсилюють вразливість до спрощених пояснень і конспірологічних схем [10, с. 18–24]. У кампанії Трампа це трансформувалося в системну стратегію: кожен кризовий сюжет – пандемія, протести Black Lives Matter, економічний спад – подавався крізь призму загрози справжньому народу з боку еліт, радикальних лівих, фальшивих медіа чи корумпованих інституцій.

Паралельно формувався специфічний символічний світ, у якому Трамп позиціонувався як єдиний захисник «правдивої» Америки. Використання національних прапорів, військової символіки, гасел про закон і порядок і захист кордонів створювало сильний емоційний зв'язок між особою кандидата й абстрактною категорією нації, персоналізуючи державу в образі лідера [14, с. 110–117]. Цей прийом, характерний для класичної пропаганди, у цифрову епоху отримує додаткову силу завдяки візуальній силі платформ: короткі відео, меми, фотографії з масових мітингів відтворюють і підкріплюють той самий наратив у тисячах варіацій [18, с. 48–55].

Дослідження інформаційних потоків у соціальних мережах показали, що прихильники Трампа значно частіше взаємодіяли з контентом, який містив конспірологічні твердження або недоведені звинувачення, – зокрема щодо маніпуляцій із бюлетенями, змови медіа чи педофільських мереж демократів [23, с. 1–4]. Такий контент не лише забезпечував високий рівень залучення, а й виконував функцію групової ідентифікації: поширюючи подібні матеріали, користувач демонстрував свою приналежність до табору, що нібито бачить правду, приховану від інших. Водночас дослідження Election Integrity Partnership показало, що багато наративів про «вкрадені» вибори були ініційовані або підсилені з акаунтів, пов'язаних із кампанією Трампа, а вже потім підхоплені широкими мережами прихильників, що створювало ілюзію низової підтримки [34, с. 25–32]. Таким чином, політична маніпуляція Дональда Трампа будувалася на поєднанні цілеспрямованої елітної комунікації та горизонтального поширення через емоційно згуртовані онлайн-спільноти.

На противагу цьому кампанія Джо Байдена вибудовувала іншу, на перший погляд протилежну, але так само маніпулятивну модель політичної комунікації. Її публічний образ ґрунтувався на концепції повернення до «нормальності», відновлення «душі» Америки та моральної реконструкції нації після хаотичної доби адміністрування Трампа [7, с. 90–97]. Байден поставав як втілення стабільності, досвіду, емпатії – політик, який дослухається до експертів, довіряє науковим джерелам та піклується про звичайних людей. Замість агресивної, конфронтаційної риторики його виступи наголошували на єдності, співчутті, необхідності «залікувати рани суспільства». Однак за зовнішньою поміркованістю стояла чітко спроектована стратегія морального фреймінгу: виборець мав обирати не стільки між програмами, скільки між двома типами морального порядку – відповідальним, співчутливим, раціональним (Байден) і хаотичним, небезпечним, егоцентричним (Трамп) [36, с. 3–9].

Як показують дослідження політичної психології, подібна стратегія переводить політичний вибір з площини раціональної оцінки політик у площину моральної самоідентифікації. Підтримуючи певного кандидата, виборець водночас підтверджує власну приналежність до «правильної» спільноти [9, с. 95–96].

Кампанія Байдена активно використовувала авторитетний статус експертів, лікарів, науковців, колишніх чиновників та військових, що критикували політичний стиль Трампа. Кожен ключовий меседж підкріплювався посиленням на «факти», «дослідження», «позицію фахівців», що створювало враження наукової обґрунтованості й раціональності обраного курсу [7, с. 120–127]. Утім, така стратегія мала маніпулятивний бік: вона сприяла елітаризації дискурсу, коли незгода з позицією кампанії розглядалася не як альтернативна думка, а як некомпетентність, ірраціональність або відмова визнати реальність.

Дослідження медіаспоживання показують, що прихильники Байдена частіше взаємодіяли з контентом, який апелював до емоцій солідарності, співчуття, відповідальності, тоді як складні питання економічної чи зовнішньої політики підмінялися загальними моральними формулами [22, с. 38–44]. Барбера звертає увагу на те, що таке «моральне пакування» політичних позицій дозволяє зменшити простір для критичного діалогу: критикуючи політичні рішення, опонент неминуче виглядає як противник доброти чи єдності [18, с. 45–52]. Кампанія Байдена, таким чином, пропонувала менш агресивну, але не менш ефективну модель маніпуляції – через нормалізацію, теплу емоційну риторику та послідовне вибудовування контрасту із хаотичним стилем Трампа.

Важливим елементом маніпулятивних стратегій обох штабів стало системне використання даних про виборців і технологій мікротаргетингу. У 2020 році цифрова реклама й аналітика великих даних перетворилися на повноцінну інфраструктуру політичного впливу: штаби кандидатів отримували можливість не просто надавати однаковий меседж усім виборцям,

а конструювати десятки його варіантів, адаптованих до конкретних соціально-демографічних груп, регіонів або навіть окремих користувачів [25, с. 12–18].

Команда Джо Байдена активно використовувала такий підхід, створюючи окремі набори рекламних матеріалів для афроамериканських виборців, жінок середнього віку, студентів, ветеранів, мешканців заміських районів. У кожному випадку змінювалися не лише теми (охорона здоров'я – для жінок середнього віку, расова справедливість – для афроамериканців, підтримка малого бізнесу – для корпоративних працівників тощо), а й візуальний ряд, тональність, лексика – тобто весь емоційний код повідомлення [21, с. 4–9]. Штаб Дональда Трампа, натомість, робив ставку на максимально емоційні, провокативні формати, які легко поширювалися в соціальних мережах. Згідно з дослідженнями цифрової реклами, значна частина контенту, пов'язаного з кампанією Трампа, будувалася на мемах, коротких роликах, гаслах, що апелювали до почуття обурення, страху або несправедливості [24, с. 4–11]. При цьому користувач часто не усвідомлював, що має справу з політичною рекламою, а не з органічним дописом – саме така непрозорість підвищує маніпулятивний потенціал мікротаргетингу [20, с. 7–13].

Дослідження поведінки користувачів показують, що сегментовані повідомлення, які повторюються в різних варіаціях, формують у виборця відчуття особистої адресованості й водночас зменшують шанс їх критичного обговорення, оскільки вони не потрапляють у широкий публічний простір і не піддаються процедурі фактчекінгу [29, с. 22–24]. У результаті виборча кампанія дедалі більше нагадувала множину паралельних інформаційних потоків, у межах яких різні групи громадян бачили «свого» Байдена або «свого» Трампа у різних ролях, із різними акцентами, але завжди так, щоб це максимально збігалось з їхніми упередженнями й очікуваннями.

Не менш важливою частиною маніпулятивної архітектури стала емоційна візуалізація політичних образів, де символи й культурні коди часто відігравали більшу роль, ніж раціональні аргументи. Кампанія Трампа активно використовувала патріотичну й мілітаризовану символіку, ототожнюючи себе

з армією, правоохоронними органами, традиційними цінностями та «справжніми» американськими спільнотами [13, с. 16–21]. Масові мітинги, червоні кепки, прапори, гасла про відновлення величі створювали ефект емоційної спільноти, де політична лояльність набувала форми колективної приналежності.

Кампанія Байдена, навпаки, працювала з візуальним кодом співчуття й турботи: зустрічі з медиками, історії родин, що постраждали від COVID-19, сюжети про соціальну несправедливість, ролики з моментами особистої емпатії кандидата [7, с. 100–108]. Обидві стратегії використовували добре відомі з політичної психології ефекти – «ефект знайомості» (часті повтори образу підвищують довіру), «ефект контрасту» (позитивний образ кандидата вибудовується на фоні демонізації його опонента), «ефект емоційної заразності» (видимість масової підтримки посилює індивідуальну прихильність) [10, с. 25–31]. Додатково до цього кампанія Байдена широко застосовувала ресурс "celebrity politics": залучення відомих музикантів, акторів, спортсменів і популярних блогерів як посередників між кандидатом і виборцями [16, с. 5–12].

Дослідження впливу публічних осіб показують, що участь знаменитостей у соціальних і політичних кампаніях здатна істотно збільшувати довіру й готовність підтримати певне рішення, навіть якщо аудиторія слабо обізнана зі змістом політичної програми [16, с. 13–18]. У молодіжних сегментах платформи TikTok та Instagram підтримка Байдена часто транслювалася не як раціональний вибір, а як елемент культурної моди, що додатково змивало межу між громадянською позицією та ототожнення себе з певним стилем життя [31, с. 4–8].

Кульмінацією маніпулятивних практик у кампанії Дональда Трампа стала поствиборча мобілізація навколо наративу «вкрадених» виборів. Після підрахунку голосів і оголошення попередніх результатів інформаційні канали Трампа фактично перетворилися на альтернативний медіапростір, у якому офіційні дані інтерпретувалися як доказ масштабної змови проти «справжніх»

американців [27, с. 12–19]. Саме в цьому контексті виник і стрімко поширився рух #StopTheSteal, який поєднав онлайн-активність (створення сотень груп у спільнотах Facebook, Telegram та інших платформах) із офлайн-протестами й тиском на виборчі органи штатів [34, с. 40–47]. Звіт Election Integrity Partnership зафіксував, що протягом перших тижнів після виборів мільйони користувачів взаємодіяли з контентом, де систематично повторювалися твердження про фальсифікацію «машин Dominion», знищення бюлетенів, змову судів і медіа [34, с. 30–37]. Ці меседжі будувалися за логікою конспірологічного мислення: будь-який контраргумент або судове рішення, яке спростовувало звинувачення, просто інтерпретувалося як ще один доказ глибини змови. Як підкреслюють дослідники когнітивних упереджень, у такій ситуації спрацьовує ефект «зворотного підкріплення», коли спроба спростування хибного переконання лише зміцнює його, оскільки сприймається як атака ворожої системи [10, с. 35–41].

Апогеєм цього процесу став штурм Капітолію 6 січня 2021 року, який можна інтерпретувати як крайню форму політичної маніпуляції: значна частина учасників щиро вірила, що діє на захист цінностей демократії, тоді як фактично здійснювала пряму атаку на конституційно закріплений механізм передачі влади [27, с. 20–27]. На думку Національної ради з питань розвідки США, ці події продемонстрували, що тривала дезінформаційна кампанія здатна сформувати автономну інформаційно підготовану спільноту, яка вже не потребує зовнішнього управління: вона самостійно відтворює, комбінує й радикалізує наративи, закладені під час виборчої кампанії [27, с. 28–32].

Водночас команда демократів у поствиборчий період застосувала протилежну, але також маніпулятивну тактику, яку можна означити як «мовчазна нормалізація». Замість активного полемічного протистояння з наративами «вкрадених» виборів адміністрація робила ставку на максимально передбачувану, процедурну комунікацію: регулярні брифінги, поміркований тон, апеляції до інституцій, акценти на компетентності й професіоналізмі [7, с. 128–134]. Такий стиль прагнув знизити градус конфронтації, проте він також

мав ефект прихованого переформатування порядку денного: сам факт повернення до «нормальної» бюрократичної рутини подавався як доказ відновлення легітимності й «оздоровлення» політичної системи. У цьому сенсі демократична риторика єднання та зцілення виконувала функцію м'якої маніпуляції сприйняттям: суспільству пропонували не тільки політичні рішення, а й готову емоційну рамку їхнього осмислення [10, с. 42–47].

Обидві кампанії – і Трампа, і Байдена – показали, що в умовах цифрової публічної сфери межа між комунікацією та маніпуляцією стає майже невлостиною: емоційні, моральні й інформаційні стратегії переплетені таким чином, що будь-яке політичне повідомлення одночасно виконує функції інформування, мобілізації та конструювання особливого його сприйняття. У підсумку перебіг виборів 2020 року продемонстрував, що головна боротьба в сучасній американській політиці точиться не лише між «лівими» й «правими» або між консерваторами й лібералами, а між двома способами розуміння правди – як раціонально досягнутої домовленості й як емоційно пережитої віри [9, с. 95–96].

Висновок до розділу 2

Президентська виборча кампанія у США 2020 року, проаналізована в межах другого розділу, показала, що політичне маніпулювання в сучасних умовах перестало бути лише допоміжною технологією виборчого штабу. Воно дедалі більше набуває рис системної логіки функціонування всієї виборчої демократії. Аналіз особливостей самої кампанії, специфіки організації голосування в умовах пандемії COVID-19, ролі інформаційних технологій і соціальних мереж, а також комунікаційних стратегій основних кандидатів дозволяє говорити про глибоку трансформацію сприйняття виборцем політичного процесу. З одного боку, американські інститути продемонстрували організаційну стійкість: вибори відбулися вчасно, явка була історично високою, технічних збоїв, які б поставили під сумнів цілісність

підрахунку голосів, не було зафіксовано. З іншого боку, головна боротьба розгорнулася саме навколо інституту довіри до цих процедур, і саме в цьому полі маніпуляція виявилася найбільш помітною та небезпечною.

Ключовою особливістю описаного електорального циклу стала безпрецедентна політизація суто процедурних моментів – дострокового голосування, використання поштових бюлетенів, строків підрахунку голосів, порядку їх сертифікації. Пандемія COVID-19 об'єктивно вимагала розширення можливостей голосування поза межами традиційної дільниці, аби мінімізувати скупчення людей і знизити ризики епідеміологічної кризи. Для цього низка штатів спростила процедури голосування поштою, розширила часові рамки дострокового голосування, значно інвестувала у виборчу інфраструктуру.

Формально ці кроки були спрямовані на захист базового виборчого права, проте в умовах уже наявної поляризації будь-яке технічне рішення дуже швидко отримувало політичне трактування. Одна частина політичного спектра пояснювала їх як спосіб залучити до виборів якнайширші групи населення в таких складних умовах, інша – як потенційний інструмент фальсифікацій, підміни бюлетенів і затягування підрахунку. Таким чином, сама тема організації голосування стала об'єктом емоційної мобілізації, а не спільним пошуком оптимальних рішень. Цей факт добре демонструє, наскільки вразливою до маніпуляцій є сфера виборчих процедур: навіть цілком раціональні та обґрунтовані зміни можуть бути подані як загроза демократії, якщо вони потрапляють у вже готові фрейми про узурпацію влади та нечесну систему.

Наступний важливий висновок стосується ролі інформаційних технологій та цифрових платформ, які в межах кампанії 2020 року фактично стали новою інфраструктурою політики. Якщо раніше технології розглядалися переважно як технічний інструмент підтримки виборів – база даних виборців, підрахунок голосів, логістика – то нині саме цифровий простір визначає, що виборець бачить у своїй політичній повістці, як він інтерпретує події та які

емоції переживає у зв'язку з політикою. Соціальні мережі перетворилися на головний канал отримання політичної інформації для значної частини населення, а алгоритми, які керують стрічкою новин, – на невидимих редакторів публічної сфери. Вони не просто поширюють контент, а й ранжують його таким чином, щоб він міг утримувати увагу користувача; а це майже автоматично означає пріоритет емоційного, конфліктного й поляризуючого матеріалу. У таких умовах межа між поінформованістю та маніпульованістю суттєво розмивається: людина отримує багато інформації, значна частина якої подається в емоційно загостреному, вирваному з контексту вигляді й постійними натяками на те, кому можна довіряти, а кому – ні.

Особливо показовою в цьому сенсі є практика мікротаргетингу. Використовуючи великі масиви даних про поведінку та особисті характеристики користувачів, штаби кандидатів здатні адресувати повідомлення вузькій аудиторії, роблячи інформацію максимально адаптованою до їхніх побоювань, сподівань і цінностей. Для однієї групи виборців акцент робиться на темі економічної безпеки, для другої – на культурних загрозах, для третьої – на питаннях расової справедливості або доступу до медицини. У результаті кожен бачить локальну версію тієї самої кампанії, а цілісної картини публічного обговорення програм у сприйнятті користувача фактично не виникає.

Це створює сприятливий ґрунт для маніпуляцій, адже повідомлення, які можуть бути занадто спрощеними, однобокими або відверто маніпулятивними, часто залишаються невидимими для ширшого суспільного контролю – їх бачить лише цільова аудиторія. До цього додається ефект «ехо-камер»: користувачі дедалі рідше зустрічають у своїй стрічці погляди, що суперечать їхнім, а всі альтернативні точки зору подаються як маргінальні, небезпечні або фейкові. Таким чином, цифрове середовище не просто поширює інформацію, а структурує сам спосіб мислення виборця щодо

політики, підштовхуючи його до емоційно комфортних, але не завжди збалансованих інтерпретацій подій.

Окремий блок висновків стосується того, як саме дві головні політичні кампанії Джо Байдена і Дональда Трампа використовували ці можливості й де саме проявлялися маніпулятивні елементи їхніх стратегій. Кампанія чинного на той момент президента будувалася на постійній інформаційній присутності й високому рівні емоційної напруги. Через соціальні мережі, насамперед Twitter, Трамп майже щоденно запускав нові теми, коментував події, словесно атакував опонентів і опозиційні медіа, поширював твердження про можливі фальсифікації та нечесні виборчі процедури. Кількість таких повідомлень, їх темп і повторюваність створювали відчуття безперервної кризи, в якій народ нібито постійно перебуває під загрозою – чи то через соціалізм, чи то через маніпуляції зі сторони бюрократії, чи то через ворожість медіа. У цьому полягає типовий для сучасної пропагандистської моделі прийом: переконливість досягається не логікою аргументів, а обсягом та емоційною інтенсивністю інформаційного тиску. Навіть якщо окремі твердження можуть бути легко спростовані, загальне враження «оточення ворогами» закріплюється, формуючи ґрунт для радикальних висновків.

Кампанія його опонента робила ставку на інший тип впливу – через образ стабільності, компетентності та моральної «нормальності». Байден позиціонував себе як досвідчений політик, здатний привести до норми країну після періодів постійних скандалів, конфліктів і різкої поляризації. Його риторика апелювала до ідеї «зцілення» нації, відновлення «душі» Америки, наголошувала на співчутті до жертв пандемії, необхідності солідарності та відповідальності перед найуразливішими. На перший погляд, це виглядає як протипага агресивній риторичі опонента. Однак у такій стратегії теж наявний маніпулятивний компонент: політичний вибір переводиться в площину моральної оцінки, де один кандидат втілює хаос і безвідповідальність, а інший – порядок і гуманність. Це зменшує простір для раціональної критики й складних дискусій щодо конкретних політик: незгода з кандидатом, який

репрезентує «нормальність», може підсвідомо сприйматися як відхилення від загальноприйнятих моральних норм.

Показово, що обидві кампанії активно використовували не лише офіційні медіа й платформи, а й мережі інфлюенсерів, знаменитостей, лідерів думок у соціальних мережах. Для байденівської кампанії співпраця з відомими артистами, спортсменами, блогерами стала способом донести свої меседжі до молодшої аудиторії та груп, далеких від традиційної політичної залученості. Для кампанії Трампа ключову роль аналогічно відігравали альтернативні медіа, провідні ток-шоу та коментатори, які зверталися до аудиторії зі специфічним набором культурних ідентичностей і цінностей. У обох випадках політична комунікація тісно перепліталася з культурними кодами, гумором, мемами, атрибутами сучасного стилю життя. Це сприяло подальшому розмиттю межі між серйозною сферою політики та розважальним контентом, а разом з тим – створювало сприятливі умови для емоційної, а не раціональної мобілізації.

Особливо промовистими в контексті маніпулювання стали події після дня голосування. Масові заяви про «вкрадені» вибори, потік судових позовів, тиск на чиновників і спроби заблокувати сертифікацію результатів у низці штатів були не спонтанною реакцією на підсумки підрахунку голосів, а логічним продовженням тієї інформаційної стратегії, яка велася впродовж усієї кампанії. Наратив про те, що вибори не можна виграти чесно, вводився у публічний обіг ще задовго до дня голосування і поступово закріплювався в свідомості значної частини електорату. У момент, коли офіційні результати не збіглися з очікуваннями, цей наратив спрацював як готова схема інтерпретації: будь-який підсумок, окрім перемоги, автоматично трактувався як доказ змови. Подальші події, аж до штурму будівлі Конгресу, показали, що маніпуляція у цифровому середовищі здатна виходити далеко за межі онлайн-простору й перетворюватися на реальні дії фізичних людей, які щиро вважають себе захисниками підвалин демократії.

Систематизуючи наведені спостереження, можна говорити про три взаємопов'язані рівні політичного маніпулювання у виборчому процесі США

2020 року. Перший – інституційний – пов’язаний із тим, як політичні актори інтерпретують або свідомо перекручують зміни у виборчих процедурах, подаючи їх або як кроки до розширення демократії, або як механізми прихованого контролю й фальсифікацій. Другий – технологічний – стосується використання структурних особливостей цифрових платформ: алгоритмів, які відбирають і ранжують інформацію, інструментів мікротаргетингу, рекламних форматів та можливостей прихованої координації в соціальних мережах. Третій – комунікаційно-психологічний – пов’язаний із тим, як через мову, символи, емоційні фрейми та моральні парадигми політики впливають на спосіб мислення виборців, підштовхують їх до переживання політичного конфлікту як екзистенційного протистояння «добра» і «зла», «народу» й «еліт», «порядку» і «хаосу». У сукупності ці три рівні створюють ситуацію, в якій класична модель виборчої демократії, як конкуренції програм у межах загальновизнаних правил, відступає перед моделлю боротьби за вигідну стороні інтерпретацію виборцем самих правил, інститутів і фактів.

Окремо варто підкреслити, що виявлені у розділі риси виборчої кампанії 2020 року мають безпосереднє значення для розуміння зовнішніх інформаційних впливів, зокрема російських. Внутрішня поляризація, криза довіри до інститутів, фрагментований інформаційний простір, у якому домінують емоційні й конспірологічні наративи, створюють ідеальні передумови для експлуатації ситуації з боку зовнішніх акторів. Їм не потрібно вигадувати штучні конфлікти, адже достатньо посилювати ті, що вже існують, підхоплювати та ретранслювати більш радикальні версії уже відомих сюжетів, підживлювати сумніви аудиторії щодо чесності процедур, нелегітимності опонентів, некорумпованості еліт. У цьому сенсі внутрішнє політичне маніпулювання й зовнішні інформаційні операції взаємно підсилюють одне одного: те явище, що починається як внутрішня боротьба за владу, стає зручним інструментом для чужих стратегічних цілей.

Таким чином, президентська кампанія США 2020 року стала показовим прикладом того, як у цифрову епоху змінюється сама логіка політичної

конкуренції: від змагання програм та ідей до боротьби за емоції виборця, інтерпретації й контроль над інформаційними потоками. Соціальні мережі, алгоритми та великі дані не є нейтральним фоном виборів, та вони активно формують поле, на якому політики взаємодіють із електоратом. У такій реальності маніпуляція перестає бути суто технологічним прийомом і перетворюється на структурний принцип роботи політичної комунікації. Саме це робить досвід вибір у США 2020 року важливим не лише для розуміння внутрішньоамериканських процесів, а й для аналізу ширших тенденцій – зокрема, того, як російська пропаганда може використовувати подібні умови для втручання у виборчі процеси та посилення нестабільності як у США, так і в інших демократичних державах. Ці питання, своєю чергою, стають предметом розгляду в наступному розділі роботи.

РОЗДІЛ 3

РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА І ЇЇ ВПЛИВ НА ВИБОРИ У США

2020 РОКУ

3.1. Основні напрями російських інформаційних операцій проти США

За останнє десятиліття російська пропаганда перетворилася з допоміжного інструмента зовнішньої політики на один із ключових компонентів гібридної війни, який системно застосовується для втручання у внутрішньополітичні процеси демократичних держав, зокрема Сполучених Штатів Америки. Її мета полягає не лише в поширенні неправдивих повідомлень чи дискредитації конкретних іноземних політиків, а у набагато глибшому й небезпечнішому впливі – зміні способу сприйняття суспільством реальності, формування його довіри до інституцій і інтерпретації політичних подій [13, с. 29-33]. Інакше кажучи, йдеться про цілеспрямований вплив на інформаційний, когнітивний та емоційний виміри суспільного життя.

У випадку США цей вплив має стратегічний характер. Кремль розглядає американську демократію не лише як геополітичного суперника, а як цивілізаційного опонента, що уособлює цінності, принципово несумісні з авторитарною моделлю російської влади [14, с. 50-56]. Саме тому інформаційні операції Росії спрямовані не просто на ослаблення позицій Вашингтону на міжнародній арені, а на підриг самої довіри американських громадян до власної політичної системи. RAND Corporation у своєму звіті описує це як логіку асиметричного паритету: наочна дестабілізація внутрішніх процесів у США повинна компенсувати економічну, технологічну й військову слабкість Росії [13, с. 25-31].

У цьому контексті інформаційні операції Кремля під час президентських виборів 2020 року не були випадковим або разовим епізодом. Вони стали черговою фазою довготривалої стратегії, яку умовно можна назвати

інформаційним фронтом. Початком цієї фази зазвичай вважають кампанію 2016 року, коли світ уперше в повному обсязі побачив масштаб і системність російського втручання у виборчий процес у США [40, с. 40-42]. Тоді діяльність «Агентства інтернет-досліджень» (IRA), пов'язаного з Євгенієм Пригожиним, продемонструвала, що за допомогою відносно невеликих фінансових і кадрових ресурсів можна організувати масовану кампанію політичних маніпуляцій у соціальних мережах, здатну впливати на порядок денний у країні з мільйонами виборців [2, с. 4-7].

Після викриття діяльності IRA та пов'язаних з нею структур у 2017–2018 роках російська інформаційна стратегія зазнала суттєвих змін. Кремль зробив висновки: замість покладатися на одну централізовану «фабрику тролів», відповідними структурами було сформовано цілісну та децентралізовану екосистему акторів, які діяли формально автономно, але у полі спільних наративів [11, с. 101-105]. До цієї екосистеми входять державні медіа (RT, Sputnik), проксі-сайти, «альтернативні» інформаційні ресурси, мережі ботів, анонімні акаунти, псевдожурналісти, блогери, YouTube-канали, Telegram-канали й навіть окремі політичні активісти, які свідомо або несвідомо ретранслюють прокремлівські меседжі [2, с. 6-9].

На виборах 2016 року значна частина зусиль була спрямована на дискредитацію Гіларі Клінтон і посилення електоральних позицій Дональда Трампа [40, с. 15-17]. Натомість у 2020 році акцент змістився. Згідно зі звітом Національної розвідки США, головним завданням Кремля вже було не стільки підтримати конкретного кандидата, скільки підірвати довіру до самого виборчого процесу й американських демократичних інститутів загалом [27, с. 3-5]. Тобто майже будь-який результат мав подаватися як нелегітимний. Такий підхід відповідає логіці інформаційного нігілізму, описаного П. Померанцевим: головний успіх пропаганди – не в тому, щоб переконати людей у коректності певної версії подій, а в тому, щоб змусити їх перестати вірити у можливість знайти правдиву версію загалом [14, с. 105-106].

У практичному вимірі ця стратегія реалізовувалася через тактику, яку RAND називає «Firehose of Falsehood» – «пожежний шланг брехні» [13, с. 234-235]. Її суть полягає у масованому, безперервному потоці повідомлень, що поширюються через максимально широкий спектр каналів – від офіційних телеканалів і сайтів до анонімних акаунтів на платформах Twitter, Facebook, YouTube, TikTok і Telegram. Показово, що зміст таких повідомлень часто суперечливий: сьогодні просувається теза про масові фальсифікації на користь Байдена, завтра – про нібито спробу перевороту з боку Трампа [11, с. 5-8]. Для організаторів кампаній суперечливість тез не проблема, адже головне їх завдання – не побудувати внутрішньо логічну картину, а створити відчуття хаосу, коли аудиторія перестає розуміти, кому й чому можна довіряти.

Цифрові платформи в цьому сенсі стали ідеальним середовищем для таких маніпуляцій. Соціальні мережі – платформи Facebook, Twitter, YouTube, Reddit, Instagram, TikTok – працюють за логікою алгоритмічної уваги користувача: чим більше емоцій, конфліктів і взаємодії (лайки, коментарі, репости), тим ширше охоплення контенту [18, с. 12-17]. NATO StratCom COE неодноразово фіксував використання бот-мереж та «напівботів», які поєднують автоматизовані дії з ручним керуванням: такі акаунти коментують пости політиків, вступають у дискусії, імітують позиції пересічних виборців [12, с. 22-23]. Коли користувач бачить сотні схожих коментарів, в нього спрацьовує механізм соціального доведення: якщо всі так пишуть, значить, у цьому щось є [10, с. 5-12].

Особливо демонстративно російські оператори працювали з темами, які й без того були чутливими для американського суспільства: расові та етнічні конфлікти, питання ідентичності, культурні війни, ставлення до широких повноважень поліції й питання мігрантів. Benkler, Faris і Roberts у своїх звітах показують, що проросійські сторінки користувачів на платформі Facebook одночасно адміністрували спільноти, які декларували підтримку руху Black Lives Matter, і сторінки, що таврували його як небезпеку для білого населення. Мета таких полярних рухів полягала не в підтримці будь-якої зі сторін;

навпаки – їх завданням було підсилити суспільний розкол, зробити його якомога глибшим і емоційно зарядженим.

Окремого дослідницького виміру набуває використання так званих «потьомкінських медіа» – сайтів і онлайн-проектів, що стилістично копіюють подачу реальних новинних ресурсів, але системно поширюють маніпулятивні або вигадані матеріали. Graphika описує десятки подібних «видань», які публікували нібито витoki документів, ексклюзивні інтерв'ю чи аналітичні огляди, що підтверджували наративи Кремля про корумпованість американських еліт або нечесні вибори [11, с. 10-12]. Для пересічного користувача, який побіжно переглядає стрічку новин, такі проекти часто виглядають досить переконливо без детального аналізу їх змісту.

Надзвичайно важливу роль у виборчому циклі 2020 року відігравала платформа Telegram. Під час пандемії цей застосунок став одним із ключових просторів для політичних дискусій, поширення конспірологічних теорій та організації протестів. DFRLab і Atlantic Council у звітах фіксували десятки англomовних Telegram-каналів, пов'язаних із російськими або проросійськими середовищами, які системно поширювали антидемократичні, антивакцинаторські та антисистемні меседжі [44, с. 15-20]. Telegram забезпечує високий рівень анонімності й слабку модерацію, що робить його привабливим для акторів, які прагнуть уникнути контролю великих платформ. При цьому контент із застосунку Telegram швидко потрапляє до платформи Facebook, Twitter і інших мереж через скріншоти, переслані повідомлення та «зливи» у публічні групи.

Не менш показовою є експлуатація теми пандемії COVID-19. Російські ресурси запускали й тиражували наративи про американське походження вірусу, маніпуляції статистикою смертності, використання карантину для контролю над населенням та зміну виборчих процедур під прикриттям боротьби з епідемією [55, с. 7-9]. Звітом СЕРА підкреслено, що така дезінформація працювала одразу в кількох напрямках: вона підривала довіру до федерального уряду США, поглиблювала сумнів у рекомендаціях наукової й

медичної спільноти та паралельно створювала образ того, ніби авторитарні режими ефективніші в управлінні кризами [55, с. 18-23].

Окрему нішу в цій стратегії займають державні російські медіа – насамперед RT і Sputnik. Їх роль у виборчому циклі 2020 року полягала не стільки у прямій дезінформації (хоча такі випадки також фіксувалися), скільки у послідовному формуванні атмосфери раціонального сумніву. NATO StratCom COE підкреслює, що RT America часто обирає формат незручних запитань і «альтернативних» поглядів, подаючи американську політичну систему як заздалегідь корумповану і несправедливу [12]. Це типова техніка дзеркального фрейму: звинувачуючи Захід у тому, що сама Росія робить відкрито, кремлівські медіа переводять увагу з теми власного беззаконня на тему «подвійних стандартів» США [7, с. 15-20].

Особливо ефективними для російської стратегії стали так звані «периферійні ресурси» – блогери, YouTube-аналітики, подкастери й псевдоексперти, які формально не пов'язані з державними структурами, але системно повторюють проросійські або антизахідні наративи [54, с. 44-46]. Вони рідко згадують Росію прямо, натомість зосереджуються на критиці «глобалістських еліт», «диктатури технологічних корпорацій» і «цензури консервативних голосів». Для значної частини аудиторії такий контент видається більш щирим і незалежним, ніж офіційні заяви будь-якої держави, що робить його особливо небезпечним каналом інформаційного впливу [43, с. 43-45].

Ще одним виміром російських інформаційних операцій у США 2020 року стало свідоме поєднання онлайн-кампаній із реальними протестними акціями. Дослідження Election Integrity Partnership демонструє, що через низку підконтрольних або лояльних акаунтів на базі Facebook, Twitter і Telegram поширювалися заклики до мітингів проти карантинних обмежень, вакцинації й нібито виборчого шахрайства [34, с. 54-56]. Часто ці заклики підхоплювалися позиціями реальних активістів, які щиро вірили, що мають справу з органічними ініціативами, а не з частиною зовнішньої інформаційної

операції. У результаті онлайн-наративи безпосередньо трансформувалися в мітинги на вулицях – це те, що дослідники називають «керованим хаосом».

На когнітивному рівні російська стратегія активно спирається на добре досліджені психологічні механізми. Lewandowsky, Cook і Pennycook показують у аналітичних матеріалах, що багаторазове повторення навіть очевидно неправдивих тверджень підвищує ймовірність їх сприйняття як правдивих – так званий «ефект знайомості». Російські інформаційні кампанії, зокрема у 2020 році, свідомо експлуатували цей ефект: одні й ті самі меседжі – вибори в США сфальсифіковані, уряд приховує правду про пандемію, медіа служать корумпованим елітам – повторюються у різних форматах, на різних платформах, з різними формулюваннями [13, с. 56-58]. З часом частина аудиторії перестає пам'ятати конкретне першоджерело, але фіксує тезу як широко обговорювану.

До цього додається свідомо ставка на емоції гніву, страху й відрази. Емпіричні дослідження показують, що саме контент, який викликає сильні негативні емоції, має найбільший потенціал віральності – його частіше поширюють, коментують і обговорюють [22, с. 43-45]. Проросійські мережі активно продукували шокуючі відео, провокативні заголовки й карикатури на американських політиків, які підштовхували користувачів до відповідної емоційної реакції. У стані підвищеної емоційної напруги люди менше схильні до критичного аналізу й більше – до швидких, інтуїтивних суджень, що вигідно політичним маніпуляторам [7, с. 17-19].

Кремль цілеспрямовано працював над підривом довіри до тих інституцій США, які відповідають за кібербезпеку та організацію виборів. Доповіді DHS і GAO фіксують численні спроби сканування та атак на інформаційні ресурси виборчих органів окремих штатів, а також на публічні акаунти посадовців [38, с. 78-80]. Хоча прямих доказів модифікації результатів голосування внаслідок таких атак немає, інформаційний супровід цих інцидентів – насамперед у проросійських медіа й соцмережах – створював враження тотальної

вразливості американської системи. Навіть локальні технічні збої подавалися як підтвердження тез про масові фальсифікації та злам серверів.

Ще одна принципова риса російських інформаційних операцій – їхня багатомовність і багатоплатформність. NATO StratCom COE і CEPA звертають увагу, що ключові наративи про кризу американської демократії, подвійні стандарти Заходу та змову еліт одночасно запускаються англійською, російською, німецькою, іспанською та іншими мовами, причому через різні типи каналів: від телеканалів RT та Sputnik до локальних Facebook-спільнот і Telegram-чатів. Такий матричний підхід створює уявлення, що ці ідеї нібито спонтанно виникають у різних частинах світу, хоча насправді вони є продуктом єдиної стратегії.

Ефективність цих кампаній значною мірою пов'язана зі структурними особливостями американського медіапростору. Pew Research Center та інші дослідження демонструють, що більшість громадян США отримують політичні новини насамперед через соціальні мережі, а не через традиційні ЗМІ [31, с. 32-35]. При цьому істотна частка користувачів не перевіряє джерела інформації, покладаючись на принцип «цим поділився знайомий, значить, можна довіряти» [63, с. 61]. Російські структури тонко підлаштовуються під цю логіку: замість сухих офіційних повідомлень вони створюють «людські» історії – нібито листи пересічних американців, зізнання інсайдерів чи розповіді очевидців, які викликають емпатію й, відповідно, знижують рівень критичного сприйняття.

Важливо, що Кремль не намагається створити абсолютно окремий, замкнений інформаційний простір. Як показують дослідження Benkler, Faris і Roberts, російська стратегія радше інтегрується у вже існуючі асиметрії американського медіаполя, де професійні журналістські стандарти конкурують із комерційною логікою віральних платформ [43, с. 41-45]. Проросійські меседжі «вшиваються» в потоки контенту, який продукують внутрішні політичні актори, радикальні групи, конспірологічні рухи, «альтернативні» медіа. У результаті розрізнити зовнішній і внутрішній

компонент стає дедалі складніше, і саме на цю «сіру зону» робиться ставка російських структур.

Реакція американських інституцій на російські інформаційні операції у 2020 році була більш швидкою й структурованою, ніж у 2016-му. Федеральна виборча комісія оновила правила онлайн-реклами, Міністерство внутрішньої безпеки створило спеціальні підрозділи для моніторингу інформаційних загроз, Національна розвідка оприлюднила розлогі звіти про іноземне втручання [21, с. 20-23]. Водночас Brennan Center for Justice слушно зауважує, що сучасні дезінформаційні кампанії діють на межі пропаганди та свободи слова: вони не завжди порушують закон, не залишають чітких фінансових слідів і часто маскуються під альтернативну версію [19, с. 5-6]. Тому будь-яка спроба протидії неминуче породжує дискусії про цензуру та політичну упередженість.

На міжнародному рівні протидія російській дезінформації стала пріоритетом для НАТО, Європейського Союзу та низки провідних аналітичних центрів. NATO StratCom COE розробив комплекс рекомендацій щодо моніторингу та стримування інформаційних загроз, наголошуючи на необхідності поєднувати технічні засоби з розвитком медіаграмотності населення [12, с. 33-36]. Європейська комісія запропонувала Посилений кодекс практики з протидії дезінформації, який базується на ідеї спільної відповідальності держав, платформ і громадянського суспільства [20, с. 66-69]. Atlantic Council, CEPA, DFRLab та інші структури використовують досвід США 2020 року як попередження й навчальний кейс для європейських демократій [44, с. 39-41].

Попри це, російські інформаційні кампанії залишаються надзвичайно адаптивними. Після кожного циклу викриття російські структури змінюють канали, формати й риторику, залишаючи сталою лише стратегічну логіку. Деякі дослідники описують це через концепцію «рефлексивного контролю»: Росія намагається впливати не лише на сприйняття інформації, а й на самі рішення противника, змушуючи його реагувати у потрібний їй спосіб [52, с.

12-16]. Наприклад, надмірна концентрація уваги американських медіа на темі російського втручання у певні моменти працювала на користь Кремля, підкріплюючи загальний наратив про хаос, кризу довіри й слабкість демократії.

У ширшому вимірі кампанії проти США є лише частиною глобальної системи російських інформаційних фронтів, спрямованих також проти ЄС, країн Східного партнерства, держав Африки та Латинської Америки [54, с. 32-34]. Головна мета цієї системи – створити багатополярну інформаційну реальність, у якій жоден демократичний центр не має монополії на єдину інтерпретацію подій. Якщо навіть Сполучені Штати Америки з їх фінансовими та технічними можливостями не можуть повністю захистити свої виборчі процедури від хвиль дезінформації, це подається як доказ того, що жодна демократія не є життєздатною й послідовною.

Підсумовуючи, можна сказати, що російські інформаційні операції у США під час виборів 2020 року досягли нового рівня системності й глибини. Вони поєднали технологічно складні інструменти (бот-мережі, таргетинг, багатоплатформні кампанії) з тонким використанням психологічних ефектів («ефект знайомості», емоційна поляризація, когнітивне виснаження) [10, с. 3-5]. Їх вплив полягає не в монополії на інформацію, а навпаки – у використанні надлишку інформації як зброї.

Зрештою, йдеться про довготривалу війну за довіру аудиторії. Як наголошують RAND і NATO StratCom, кінцева мета такої стратегії – сформувати світ, у якому ніхто нікому не вірить остаточно, а поняття «правди» й «брехні» стають взаємозамінними [13, с. 33-34]. У такому світі демократіям дуже складно функціонувати, адже вони спираються на мінімальний спільний фундамент фактів і базових норм. Тому російські інформаційні операції слід розглядати не як фоновий шум і не як суто передвиборчу технологію, а як окремий вимір стратегічного протистояння, де полем бою є не територія, а свідомість громадян.

3.2. Інструменти та методи поширення російської пропаганди (медіа, соцмережі, ботоферми)

Російська пропагандистська система сьогодні працює не як окремий телеканал, сайт чи «фабрика тролів», а як багаторівнева й доволі гнучка медійна екосистема. Вона поєднує державні форуми, напівавтономні «периферійні» майданчики, псевдоекспертні платформи, мережі оплачуваних тролів, а також автоматизовані боти й аналітичні інструменти, що дозволяють точно таргетувати та підсилювати потрібні меседжі. Кожен рівень цієї системи має свою спеціальну функцію: один формує ідеологічні рамки, інший – додає їм «людського обличчя» й емоцій, третій забезпечує масштаб і видимість, а четвертий створює ілюзію наукової чи експертної легітимності [6, с. 101–105].

На верхньому, найбільш видимому рівні, знаходяться офіційні російські медіа, орієнтовані на зовнішню аудиторію, – насамперед RT і Sputnik. Вони рідко працюють у режимі примітивних фейків, їх завдання: задати рамку інтерпретації, у якій будь-яка подія на Заході виглядає або проявом політичного лицемірства, або доказом внутрішньої кризи ліберальної демократії. Через інтерв'ю, ток-шоу, псевдоаналітичні програми ці канали послідовно просувають два головні меседжі: 1) західні медіа – упереджені та контрольовані елітами; 2) альтернативні джерела (включно з російськими) нібито дають заборонену Заходом правду. Така логіка не стільки переконує у конкретних фактах, скільки підважує саму ідею нейтральної журналістики: правда подається як питання погляду, а не як результат перевірки [18, с. 34–55].

Цей верхній рівень задає базові наративи: про занепад Заходу, подвійні стандарти США, диктат політкоректності, русофобію як начебто норму в міжнародній політиці. Уже на наступному рівні ці рамки підхоплюються розгалуженою мережею другорядних ресурсів – блогами, YouTube-каналами, невеликими сайтами, анонімними Telegram-каналами, сторінками в соцмережах. Вони рідко цитують RT чи Sputnik, але працюють у тому самому

дискурсивному полі, просто іншою мовою: більш емоційною, «мемною», ближчою до повсякденного онлайн-спілкування [17, с. 29–76].

Важливо, що багато з цих «периферійних» майданчиків стилістично наслідують локальні медіа: копіюють форму викладу новин, використовують місцевий сленг, звертаються до місцевих політичних конфліктів, національних травм і культурних кодів. У США це можуть бути сторінки, які видають себе за патріотичні або антиглобалістські медіа, в Європі – за регіональні новинні портали. Завдяки цьому контент сприймається не як зовнішня пропаганда, а як голос «свого» журналіста, блогера чи пересічного громадянина. Дослідження впливу соціальних медіа на новинне споживання демонструють, що саме такий «локалізований» контент має найбільші шанси потрапити в інформаційні бульбашки різних груп і залишитися там непоміченим як зовнішнє втручання [53, с. 137–144].

Соціальні медіа в цій системі виконують роль не просто каналу доставки інформації, а середовища, яке саме по собі структурує політичну комунікацію. Алгоритми платформ Facebook, X (Twitter), YouTube чи TikTok віддають перевагу емоційним, поляризованим і часто спрощеним повідомленням саме тієї форми, якої активно дотримуються «периферійні» пропагандистські актори [41, с. 211–236]. У результаті користувач бачить не випадковий набір новин, а стрічку, у якій підсилюється те, що відповідає його попереднім реакціям і переконанням. Це і є ефект «ехо-камер»: індивід дедалі частіше стикається з однорідними точками зору, а інші позиції або майже не з'являються, або подаються в карикатурному вигляді [18, с. 34–55].

В даному контексті окрему, але дуже потужну роль відіграють автоматизовані інструменти – боти, скоординовані акаунти, скрипти масового постингу. Вивчення соціальних ботів показують, що вони здатні істотно змінювати структуру дискусій у соцмережах, особливо під час виборчих кампаній чи кризових подій [3, с. 96–104]. Сучасний бот – це вже не однотипний акаунт із нереалістичним нікнеймом, а профіль із аватаркою, заповненою біографією, історією постів. Часто він поєднує автоматизовану

активність (ретвіти, масові лайки, однотипні коментарі) із періодичними «ручними» включеннями, коли оператор додає більш складні, «живі» репліки.

Завдяки такій гібридній моделі ботоферми виконують кілька завдань одночасно. По-перше, вони створюють ілюзію масового інтересу до потрібних їм тем: піднімають хештеги в тренди, миттєво розганяють інфоприводи з потрібним акцентом, негативно коментують пости опонентів. По-друге, вони підсилюють видимість емоційно зарядженого контенту, який, у свою чергу, алгоритми платформ ще більше просувають у стрічках користувачів. По-третє, вони тиснуть на окремі категорії спільноти – журналістів, експертів, активістів – створюючи враження, що суспільна думка до них різко ворожа чи недовірлива [3, с. 96–104].

У поєднанні з ботофермами працюють людські мережі: оплачувані тролі, невеликі контент-агентства, групи коментаторів, які отримують завдання й методички, але формально виглядають як пересічні користувачі платформи. Після викриття «Агентства інтернет-досліджень» модель стала більш децентралізованою: замість однієї фабрики з'явився ланцюг дрібніших виконавців, розкиданих по різних країнах і платформах. Це одночасно підвищує стійкість до викриття й дозволяє краще адаптувати контент до локальних особливостей – мовних, культурних, політичних [6, с. 101–105]. Частина таких акторів щиро вважає себе борцями за правду, антиглобалістами чи захисниками традиційних цінностей. Саме на цьому ґрунтується колаборативний характер сучасної дезінформації: пропаганда не працює зверху вниз у чистому вигляді, вона «вмонтовується» в середовище, де вже існують недовіра, образа, відчуття несправедливості. Люди добровільно стають розповсюджувачами чужих наративів, бо ті резонують із їхніми власними переконаннями й досвідом [29, с. 21–26].

Ще одна важлива ланка системи – псевдоаналітичні майданчики та так звані «потьомкінські сторінки». Це сайти, які зовні виглядають як серйозні видання чи think tank'и: лаконічний дизайн, довгі дослідження, графіки, посилання, експерти з поважними посадами. Насправді ж значна частина

публікацій на них або прямо маніпулятивна, або побудована на перекрученому доборі фактів. Проблема полягає у тому, що формальні атрибути науковості – структура статті, посилання, академічний тон — автоматично підвищують рівень довіри читача [9, с. 94–96].

Механізм працює так: спочатку з'являється нібито аналітичний матеріал, скажімо, про масові виборчі фальсифікації або таємні угоди еліт, на який потім починають посилалися блогери, дрібні медіа, політики. Через певний час навіть великі редакції можуть згадати його як контроверсійний, але цікавий погляд. У такий спосіб без аналітичних даних й інформаційного ресурсу створюється джерело, яке починає самовідтворюватися в інформаційному полі. Досвід досліджень фейкових новин демонструє, що, як тільки неправдиве твердження потрапляє до цього поля, зупинити його поширення надзвичайно важко, бо спростування зазвичай розходяться слабше, ніж первинна сенсація [41, с. 211–236].

До цього додається ще один рівень – алгоритмічні та рекламні механізми самих платформ. Умовно кажучи, навіть найкраща пропагандистська стаття не дасть необхідного впливу, якщо її ніхто не побачить. Саме тому російські оператори активно використовують таргетовану рекламу, промо-пости, «підсвітку» відео й сторінок. Технічно це виглядає так само, як будь-яка інша рекламна кампанія в соцмережах; відмінність полягає лише у цілях і змісті. Аналітичні дослідження соцмереж показують, що навіть відносно невеликі бюджети, витрачені на промо емоційно сильного контенту, здатні різко збільшити його охоплення, особливо в політично напружені моменти, коли користувачі активно шукають пояснень подій [41, с. 211–236].

Крім платної реклами, ключову роль відіграють автоматичні системи рекомендацій, передусім на платформі YouTube. Більшість користувачів не вводять назви каналів, що їх зацікавили, вручну; вони переходять за підказками «Up next» чи «Recommended». Дослідження рекомендаційних алгоритмів показали, що велика частина переглядів політичних відео припадає

саме на рекомендований контент, а не на свідомий пошук [24, с. 1–35]. Це створює парадокс: користувач упевнений, що сам обирає ролики, але насправді він значною мірою рухається по траєкторії, яку йому пропонує алгоритм. Той, хто вміє оптимізувати свій контент під цю логіку (короткий формат, гучний заголовок, сильні емоції), отримує непропорційно великий вплив у медіа.

Сюди ж накладається фактор втоми й стресу. Умови постійної інформаційної перенасиченості, політичних криз, війни чи пандемії роблять аудиторію більш вразливою до простих та «чорно-білих» пояснень. Психологічні дослідження показують, що за високого рівня стресу люди гірше запам'ятовують деталі, рідше перевіряють джерела й частіше сприймають інформацію «на віру», особливо якщо вона підтримує вже наявні в них уявлення про ситуацію [5, с. 39–45]. Цим активно користуються пропагандистські структури, які будують наративи навколо страху, гніву, відчуття несправедливості – емоцій, що найсильніше впливають на готовність сприймати інформацію.

На цьому тлі особливо помітною стає роль так званого «ефекту знайомості»: чим частіше людина бачить певне твердження, тим більш правдоподібним воно їй здається, навіть якщо вона колись бачила його спростування. Саме на цій закономірності базується значна частина сучасної пропаганди: її завдання полягає не в тому, щоб один раз переконати, а в тому, щоб багато разів повторити той чи інший факт. Метою таких дій виступає не доведення, узвичаєння потрібної інтерпретації у свідомості користувача [9, с. 94–96].

У цьому контексті показовим є розвиток російських інформаційних операцій між 2016 і 2020 роками. Кампанії навколо «Агентства інтернет-досліджень» (IRA) стали своєрідною лабораторією, де відпрацьовувались базові прийоми: створення фейкових сторінок громадських ініціатив, організація офлайн-акцій через Facebook, масове використання ботів у Twitter, імітація локальних новинних ресурсів [1, с. 1–15]. Суть цієї моделі полягала в

тому, що відносно невелика група операторів могла створити враження великого, спонтанного руху, який нібито народився «знизу», а не був сконструйований зовні.

Після того, як діяльність IRA стала предметом міжнародних розслідувань і санкцій, структура не зникла, а розчинилася у множинності менших проєктів. Замість одного великого центру виникла розгалужена мережа підрядників, аутсорсингових фірм, медійних студій і формально незалежних блогерів. Така децентралізація зробила кампанії більш гнучкими: різні вузли могли працювати з окремими країнами, мовами, аудиторіями, адаптуючи наративи до локального контексту [11, с. 5–20]. Для дослідників і спецслужб це означало різкий стрибок складності: виявити єдиний «центр» стало практично неможливо, а значна частина операцій виглядала як хаотична активність тисяч розрізнених акаунтів.

Особливу увагу експертів привернули операції типу «Secondary Infektion», які базувалися на фабрикації документів, листів і «злиттів», що мали вигляд внутрішнього листування політиків, дипломатів або чиновників. Ці матеріали розміщувалися на маловідомих платформах, форумах чи блогах, а потім підхоплювалися іншими майданчиками, створюючи враження незалежного підтвердження [11, с. 10–28]. У такій схемі псевдодokument ставав першоджерелом, на яке через деякий час починали посилалися вже реальні журналісти, політики й коментатори, іноді навіть не здогадуючись про штучне походження «витоку».

До 2020 року застосунок Telegram перетворився на один із ключових елементів цієї інфраструктури. Для російських операторів він зручний тим, що поєднує публічність каналів із високим рівнем анонімності та слабкою модерацією контенту. Саме тут часто з'являються перші інформаційні вкиди – емоційні пости, «інсайди», нібито скріншоти з закритих чатів, підозрілі документи. Далі вони мігрують на платформи X (Twitter), Facebook і TikTok через скріншоти та перепости, поступово відриваючись від початкового

джерела [44, с. 8–22]. У результаті в публічній дискусії вже обговорюють не канал чи автора, а факт, який набув власного життя.

Схожа логіка працює і в альтернативних соцмережах – Parler, Gab, Truth Social, Rumble тощо. Вони позиціонують себе як простір справжньої свободи слова для тих, хто незадоволений політикою модерації на великих платформах. Російські актори активно користуються цією нішею, підсилюючи наративи про цензуру, утиски консервативних голосів, «диктат ліберальних еліт» [55, с. 7–18]. Тут пропагандистський контент зливається з ультраправими, конспірологічними й антиелітними дискурсами, а будь-яка спроба критики подається як підтвердження тези про велику змову.

Усе це ускладнює важливий процес – встановлення того, хто саме стоїть за тою чи іншою кампанією. Сучасні дослідження інформаційних операцій спираються на міждисциплінарний підхід: мережевий аналіз (хто з ким пов'язаний, які акаунти синхронно публікують схожі меседжі), лінгвістичні й стилістичні методи (повторювані мовні конструкції, характерні помилки, улюблені наративи), технічні індикатори (спільні IP-адреси, хостинг, домени, сертифікати) та контекстуальний аналіз (кому вигідні певні інформаційні хвилі) [11, с. 20–35].

Наприклад, у спільних звітах NATO StratCom COE та Hybrid CoE показано, як поєднання цих підходів дозволяє виявляти цілі «сім'ї акаунтів», що працюють у різних країнах, але мають однакові ознаки координації: синхронні пости, однакові шаблони графіки, спільні доменні реєстрації [4, с. 2–15]. Подібно до цього Election Integrity Partnership реконструював інформаційну динаміку навколо виборів у США 2020 року, показавши, як дезінформаційні наративи переходили з маргінальних платформ до мейнстріму, і яку роль у цьому відігравали організовані мережі [34, с. 10–40].

Водночас навіть найдетальніший технічний аналіз не дає стовідсоткової впевненості у витоках дезінформації. Російські структури цілеспрямовано вибудовують багаторівневі ланцюги посередників, реєструють компанії в різних юрисдикціях, користуються спільними інфраструктурними сервісами,

які складно пов'язати з конкретною державою. Тому органи влади й аналітичні інституції наголошують: публічні звинувачення у політичному втручанні мають спиратися на сукупність доказів, щоби уникнути політизації й зловживань [12, с. 25–33].

Окремий вимір становить юридична й інституційна реакція демократичних держав. У США після 2016 року було прийнято низку законодавчих кроків у сфері кібербезпеки, виборчої інфраструктури, прозорості онлайн-реклами. Федеральна виборча комісія уточнила правила щодо визначення «публічної комунікації» в Інтернеті, що має значення для політичної реклами [21, с. 1–12]. Міністерство внутрішньої безпеки посилило моніторинг загроз, пов'язаних із критичною інфраструктурою виборів [38, с. 12–25], а Рахункова палата (GAO) неодноразово вказувала на необхідність розробки комплексної кіберстратегії для федеральних органів [39, с. 15–30].

Паралельно розвивались ініціативи громадянського суспільства й академічного середовища. Звіти Brennan Center for Justice та Election Integrity Partnership показують, що зменшити вразливість процесу виборів можливо лише тоді, коли технічні заходи (захист систем, резервні процедури підрахунку голосів) поєднуються з прозорою комунікацією з громадянами та оперативним спростуванням чуток державними комунікаційними штабами [19, с. 1–15]. Інакше кожен технічний збій (від черги на дільниці до проблем зі сканером бюлетенів) стає приводом для дезінформаційних кампаній про масові фальсифікації.

На європейському рівні важливою віхою став Посилений кодекс практики щодо дезінформації 2022 року, який закріпив принцип спільної відповідальності платформ, урядів і громадянського суспільства [20, с. 2–10]. Паралельно CEPA, Atlantic Council, NATO StratCom COE та інші аналітичні центри розробляють рекомендації щодо протидії російським операціям як у сфері оборони, так і в цивільному секторі [51, с. 5–20].

Досвід України, яку Росія інформаційно атакує ще з 2014 року, часто розглядається як «полігон» і водночас як джерело практик стійкості – від

фактчекінгових ініціатив до державних центрів протидії дезінформації [49, с. 5–18].

При цьому дослідження медіаграмотності показують, що жодні технічні чи регуляторні заходи не дають довгострокового ефекту без зміни поведінки самих користувачів. Експерименти з «превентивними» заходами – навчанням аудиторії заздалегідь розпізнавати маніпуляції – показали, що короткі, але добре спроектовані курси й інтерактивні вправи помітно підвищують її здатність відрізняти якісні джерела від сумнівних і знижують готовність ділитися фейковими новинами [22, с. 1–10]. Саме тому такі ініціативи, як «Debunking Handbook 2020» чи «Lexicon of Lies», стали базовими ресурсами для журналістів, освітян і активістів, які працюють у сфері протидії дезінформації [10, с. 1–12].

Разом із тим, навіть найкращі освітні програми не скасовують структурних слабких місць інформаційного середовища. Комерційна логіка платформ, що заробляють на увазі користувачів, штовхає їх до пріоритизації контенту, який викликає сильні емоції. Це створює постійний конфлікт між демократичними цілями (якісна, відповідальна інформація) і бізнес-цілями (максимізація залученості) [30, с. 1–20]. Російська пропагандистська система дуже вміло користується цим протиріччям, пропонуючи контент, який ідеально вписується в алгоритмічну логіку, підриваючи при цьому довіру до інститутів і стимулюючи поляризацію.

У підсумку, сучасна російська система поширення пропаганди – це не масив окремих інструментів, а цілісна, багаторівнева структура. На її верхівці знаходяться офіційні державні медіа, які задають рамки інтерпретації; нижче містяться «периферійні» майданчики, що адаптують наративи до локальних культур; паралельно – автоматизовані мережі ботів і тролів, які створюють масштаб і видимість народного інтересу; ще нижче є псевдоаналітичні й псевдонаукові ресурси, що надають всьому цьому вигляд експертності; нарешті, усе це доповнюється автоматичними алгоритмами платформ,

рекламними інструментами й психологічними особливостями сприйняття інформації [3, с. 96–104].

Сила такої системи полягає не стільки в технічній досконалості, скільки в структурності: різні елементи підсилюють один одного, створюючи стійке інформаційне тло, де межа між правдою й брехнею розмивається. Для демократичних суспільств це означає, що протидія не може обмежуватися точковими відповідями на окремі фейки; необхідною є розробка довгострокової політики інформаційної безпеки, яка поєднує законодавчі зміни, технічні рішення, підзвітність платформ, розвиток критичного мислення та міжнародну координацію. Без цього будь-які точкові успіхи залишатимуться тимчасовими, а пропагандистська система знову й знову адаптуватиметься до нових умов.

3.3. Наслідки та ефективність російської пропаганди для політичної системи США і міжнародних відносин

Вплив російської пропаганди на політичну систему США між 2016 і 2020 роками проявився не тільки у спробах безпосереднього втручання у вибори, а й у значно глибшому зсуві – зміні того, як мільйони американців сприймають концепти політики, правди, легітимності влади та ролі медіа. Якщо 2016 рік часто описують як момент «пробудження», коли вперше стало очевидно, що соціальні платформи можна масово використовувати для масштабних політичних маніпуляцій, то кампанія 2020 року показала вже іншу картину: це була не серія експериментів, а відпрацьована, психологічно тонка система впливу, яка накладалась на внутрішні слабкі місця американської демократії [9, с. 94–96].

У фокусі російських операцій опинилася не стільки підтримка конкретного кандидата, скільки самі «правила гри» – довіра до процедури виборів, інституцій, експертів, журналістики. Логіка була простою: якщо громадяни перестають вірити, що об'єктивна інформація існує, тоді будь-яке

політичне рішення виглядає сумнівним, а простір для змови, підозр та взаємних звинувачень стає безмежним [6, с. 101–105]. Саме в цьому сенсі російська пропаганда вдарила не лише по виборчих процедурах, а по самій культурі публічної дискусії в США.

Одним із найвідчутніших результатів стала затяжна криза довіри до державних інституцій і традиційних медіа. Через соціальні платформи системно розкручувалися меседжі про те, що виборчі органи – корумповані або некомпетентні, суди – політизовані, а журналісти працюють в інтересах еліт та технологічних корпорацій, а не громадян [9, с. 94–96]. Будь-який технічний збій, черга на дільниці, поодинокий скандал або суперечливий судовий позов подавалися як доказ того, що система бракована.

Дослідження громадської думки показують, що до 2020 року частка американців, які сумнівалися в чесності виборчого процесу, стала рекордною за весь період спостережень, і це не пояснюється виключно внутрішньою політичною боротьбою [41, с. 211–236]. Російські структури підхоплювали будь-які реальні проблеми, гіперболізували їх, доповнювали фейковими «свідченнями», вирізаними з контексту відеофрагментами з дільниць, монтували «докази» у стилі аматорських розслідувань. В результаті навіть коректні офіційні пояснення сприймалися підозріло: якщо аудиторію тривалий час переконують в тому, що суб'єктивна правда недосяжна, то здатність аудиторії довіряти суттєво знижується. Паралельно із падінням довіри посилилась і політична поляризація. Соціальні мережі за своєю комерційною логікою пропонують користувачам той контент, який викликає в них найбільший емоційний відгук, і в першу чергу – те, з чим вони погоджуються; це в інтересах самої платформи. Так формуються «інформаційні кокони»: аудиторія живе в стрічці, де її власні погляди постійно підкріплюються, а альтернативні точки зору майже не з'являються [18, с. 34–55].

Російські інформаційні кампанії дуже точно вписалися в цю логіку. Вони не вигадували з нуля нові конфлікти, натомість уважно «вчитувалися» в

уже наявні лінії поділу в американському суспільстві: расові питання, володіння зброєю, міграція, COVID-19, ставлення до протестів. Далі для кожної аудиторії підбиралися свої акценти, меми, «експертні» думки, емоційні історії, які підсилювали вже наявні переконання [18, с. 34–55]. Для одних виборців наголошувалося, що держава зраджує білу більшість; для інших – що поліція є репресивним апаратом проти меншин. Очевидні суперечності між цими наративами не враховувалися, головним завданням було переконати кожну групу у її власній правоті та ворожості позицій інших.

Дослідження мережевих структур інформаційних потоків показують, що «правий» і «лівий» інформаційні простори США функціонують як майже ізольовані екосистеми, де новини, інтерпретації й меми практично не перетинаються [43, с. 10–35]. У такому середовищі російським акторам достатньо трохи «підштовхнути» кожну бульбашку – вкинути кілька емоційно сильних наративів, які користувачі самі рознесуть далі. Під виглядом «альтернативних» поглядів просуваються радикальніші й змовницькі версії подій, які роблять компроміс майже неможливим.

Варто зафіксувати аналітичний висновок: російська пропаганда не обирає одну сторону й не дотримується конкретної «лінії партії». Навпаки, вона працює з обома таборами, підсилюючи їх взаємну ненависть. На одному полюсі – контент, що малює поліцію як безкарний репресивний механізм, на іншому – матеріали, де антирасистські протести показують як загрозу закону й порядку. Обидва потоки посилюють відчуття небезпеки, несправедливості й приниження – просто у різних соціальних груп аудиторії [53, с. 137–144]. У результаті формується своєрідний дзеркальний ефект: кожен сектор щиро переконаний, що саме його атакують брехнею та пропагандою, не підозрюючи, що в обох випадках працюють схожі механізми.

Наслідки цієї поляризації виходять далеко за межі самих виборчих кампаній. В американській політичній науці дедалі частіше говорять про те, що інформаційна поляризація стала новою нормою, а не тимчасовим відхиленням [50, с. 1–20]. Це означає, що партійна ідентичність починає

визначати не лише голосування, а й сприйняття фактів: люди охочіше змінюють власну інтерпретацію реальності, ніж політичні погляди. У такій конфігурації будь-який зовнішній актор, який добре розуміє психологію мотиваційного мислення, отримує потужний інструмент впливу: достатньо продукувати контент, який підтверджує очікування «своїх» аудиторій, і сама аудиторія підхопить цей контент [9, с. 94–96].

Ще один вимір – практична вразливість виборчої інфраструктури, що є не стільки технічною, скільки інформаційною. Звіти про перебіг виборів 2020 року фіксують величезну кількість дезінформаційних повідомлень, спрямованих проти самих процедур голосування: фейкові попередження про зламані бази виборців, перекручені історії про втрачені тисячі бюлетенів, вирвані з контексту фото складів із виборчими матеріалами, які подавалися як таємні сховища фальшивок [36, с. 1–15]. При цьому ключовий ефект полягав не в тому, щоб довести конкретну теорію змови, а в тому, щоб посіяти сумнів: якщо все може бути підробленим, то результати виборів завжди можна поставити під сумнів також.

Це добре вписується у логіку, яку описують аналітики RAND: сучасна пропаганда дедалі рідше намагається переконати в єдиній версії подій, її завдання – зробити всі версії однаково ненадійними [13, с. 3–10]. У такій ситуації люди частіше обирають позицію апатії («нічому вірити не можна, тож навіщо взагалі вникати») або ж навпаки хапаються за найемоційніші й найбільш прості пояснення. І те, й інше працює на дестабілізацію демократичного процесу.

Паралельно з внутрішніми наслідками російська дезінформація має й чітко виражений зовнішньополітичний ефект. Кремль системно використовував внутрішні кризи США як демонстрацію занепаду демократії для зовнішніх аудиторій. Через RT, Sputnik та низку англomовних аналітичних майданчиків у світовий інформаційний простір вкидалися наративи про хаос у Вашингтоні, громадянську війну низької інтенсивності й подвійні стандарти американської демократії [2]. Для внутрішньої російської аудиторії це

працювало як виправдання авторитарної моделі («подивіться, що відбувається там, де надто багато свободи»), для аудиторії Глобального Півдня – як аргумент проти західних цінностей у питаннях прав людини й верховенства права, які ніби є дефіцитом навіть у США.

У такій рамці США перестають виглядати як беззаперечний моральний авторитет. Інформаційні кампанії про «вкрадені» вибори, насильство на вулицях американських міст чи системний расизм подаються не для того, щоб розв’язати ці проблеми, а щоб поставити під сумнів саму ідею США як зразка демократичного урядування [43]. У звітах CEPA та Atlantic Council звертається увага, що ці наративи адресовані насамперед країнам, які вагаються між обранням демократичного, в уособленні Заходу, і авторитарним векторами розвитку: тут російська пропаганда пропонує просте послання – немає сенсу орієнтуватися на Захід, бо він лише декларує цінності без практичного їх втілення [51].

Цей зовнішньополітичний вимір безпосередньо впливає на трансатлантичні відносини. Партнери США в НАТО та ЄС дедалі частіше змушені зважати не лише на офіційну позицію Вашингтону, а й на ступінь його внутрішньої політичної стабільності. Коли в американських медіа не стихають дискусії про нелегітимність виборів, штурм Капітолію й можливий реваншизм тієї чи іншої політичної сили, ці події неминуче відображаються на довірі союзників до довгостроковості американських зобов’язань [12]. У ряді європейських столиць після 2020 року активізувались дискусії про необхідність стратегічної автономії ЄС, у тому числі у військовій, інформаційній та цифровій сферах, що є непрямим наслідком враження про турбулентність американської політичної сцени.

Водночас реакція європейських інституцій продемонструвала, що російська пропаганда парадоксальним чином підштовхує демократії до більш серйозного сприйняття питання інформаційної безпеки. Європейська Комісія ухвалила оновлений Кодекс практики щодо дезінформації, який розширив вимоги до платформ у частині прозорості реклами, доступу дослідників до

даних та маркування політичного контенту [20]. NATO StratCom COE, CEPA, Atlantic Council та низка інших центрів створили окремі програми, присвячені аналізу російських інформаційних операцій, виробленню рекомендацій для урядів і платформ, а також підтримці проєктів із підвищення стійкості суспільств до маніпуляцій [12].

У глобальному вимірі російська маніпулятивна активність сприяла формуванню нової реальності, яку інколи описують як інформаційну геополітику. Інформація перестала бути просто каналом комунікації між державами й суспільствами, а перетворилася на повноцінний ресурс влади й «м'якої сили». Ті актори, які здатні системно формувати наративи й нав'язувати іншим власну інтерпретацію подій, отримують стратегічну перевагу незалежно від того, наскільки потужними є їх економіка чи армія [13]. Росія виявилася однією з перших держав, які усвідомлено зробили ставку саме на таке використання інформаційного простору: замість змагання в межах правил держава атакує самі правила.

Окремо варто підкреслити довгостроковий психологічний ефект цієї стратегії – нормалізацію цинізму та релятивізму. Соціологи й психологи, які досліджують сприйняття політичної інформації, відзначають феномен «втоми від правди»: коли користувачі постійно бачать взаємовиключні версії подій, звинувачення в упередженості на адресу ЗМІ й нескінченні дебати про те, хто «більш чесний», велика частка аудиторії просто перестає намагатися розібратися у подіях [46, с. 36–45].

У такій ситуації рішення приймаються не на основі фактів, а під впливом емоцій – страху, гніву, роздратування або апатії. Саме на цьому тлі російська пропаганда виявляється особливо небезпечною. Її завдання – не довести, що певна версія подій є істинною, а переконати аудиторію, що істини як такої не існує, а отже, кожен має право обрати свою. У демократичній системі, де легітимність влади ґрунтується на довірі до процедур і фактів, така зміна установки від пошуку спільної реальності до плюралізму правд підриває сам фундамент політичного процесу [13].

Додатковим виміром є зміна глобальних норм у сфері інформаційної політики. Поширюючи наративи про кризу ліберального Заходу й інформаційний колоніалізм США та ЄС, Кремль пропонує країнам із авторитарними тенденціями концепцію суверенної інформаційної політики: держава має право жорстко контролювати інформаційні потоки на своїй території, щоб захищати громадян від зовнішніх маніпуляцій [52]. Фактично це спроба легітимізувати цензуру, блокування небажаних для держави ресурсів та переслідування незалежних медіа під гаслами інформаційної безпеки.

У результаті російська пропаганда працює у двох напрямках одночасно. З одного боку, вона розмиває стандарти прозорості й правдивості, змушуючи усталені демократії захищатися методами, які інколи нагадують обмеження свободи слова (бан акаунтів, блокування каналів, посилення контролю над платформами). З іншого – вона пропонує альтернативну модель, у якій контроль над інформацією оголошується природним правом держави і подається як відповідь на хаос дезінформації [51]. Так формується нове поле глобальної конкуренції, що відтепер відбувається не лише за ресурси або території, а й за самі правила обігу інформації.

На тлі цих процесів США опиняються у суперечливій ролі. З одного боку, вони є головною мішенню російських інформаційних операцій і ілюстрацією того, наскільки вразливим може бути розвинене суспільство в умовах цифрової екосистеми, що віддає перевагу емоціям і віральності над якістю інформації [17 с. 29–76]. З іншого боку, саме американський досвід став своєрідною лабораторією, з якої інші демократії можуть набувати досвіду кризового управління в різних сферах: від реформ виборчої інфраструктури та посилення кіберзахисту до запуску масштабних програм з медіаграмотності в школах і університетах.

Спроби відповіді на виклики російської пропаганди й ширшої екосистеми дезінформації рухаються у кількох напрямках. По-перше, це технічні й регуляторні заходи: розширення доступу дослідників до даних

платформ, прозорість реклами, позначення політично чутливого контенту, швидке виявлення й блокування координованої неавтентичної активності. По-друге, розвиток інструментів фактчекінгу й попереджувальних повідомлень, які допомагають користувачам критичніше ставитися до сумнівної інформації. По-третє, інвестиції в освіту й формування довгострокової культури перевірки – здатності суспільства самостійно розпізнавати маніпуляції, а не лише покладатися на сторонні сервіси.

Водночас досвід 2016–2020 років показує, що жоден із цих напрямів не дає миттєвого ефекту. Російська пропаганда, як і інші сучасні інформаційні операції, працює за рахунок інерції: вона використовує вже наявні слабкі місця, прискорюючи ті процеси, які й так відбуваються в суспільстві. Саме тому ключовий виклик полягає не стільки в тому, щоб повністю зупинити зовнішній вплив (це практично неможливо в глобалізованому інформаційному середовищі), скільки в тому, щоб зробити суспільство менш уразливим до нього [12].

У підсумку, вплив російської пропаганди на політичну систему США між 2016 і 2020 роками можна описати як багаторівневий. На мікрорівні – це зміна поведінки окремих виборців, які частіше стикаються з фейковими новинами й змовницькими теоріями, легше втрачають довіру до офіційних джерел і приймають рішення під впливом емоцій [9, с. 94–96]. На мезорівні – це трансформація медіасередовища, в якому традиційні журналістські стандарти втрачають монополію, а соціальні платформи стають основним полем політичної комунікації. На макрорівні – це послаблення інституційної довіри, поляризація й нівелювання ролі США як стабілізуючого фактора у міжнародній системі [12].

Ефективність такої пропаганди не вимірюється одним виграним чи програним вибором. Її справжній результат – поступова зміна «правил гри»: від раціональної дискусії до змагання емоційних наративів, від спільного пошуку істини до конкуренції особистих правд. Той рівень, на якому США та інші демократії зможуть адаптуватися до цих умов – зміцнити

медіаграмотність, реформувати цифрові платформи, виробити спільні стандарти прозорості й відповідальності, – визначатиме не тільки їх внутрішню стабільність, а й конфігурацію глобального інформаційного порядку у найближчі десятиліття.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було встановлено, що російська пропаганда у контексті президентських виборів у США 2020 року є не разовою кампанією втручання, а виступає складовою довготривалої стратегії інформаційного тиску на американську політичну систему. Аналіз напрямів російських інформаційних операцій, інструментів поширення дезінформації та їхніх наслідків дав змогу простежити логіку еволюції від більш «грубої» моделі 2016 року до системнішої, адаптивної, психологічно виваженої стратегії 2020 року. Йдеться не лише про зміну технічних засобів, а насамперед про зміщення акценту: від підтримки конкретних політичних фігур до підриву базових засад демократичного процесу – довіри до виборів, інституцій і самої ідеї об'єктивної істини в публічному просторі.

З'ясовано, що сучасна російська пропагандистська модель функціонує як багаторівнева екосистема, в якій поєднуються державні телеканали та міжнародні платформи, мережа псевдонезалежних медіа й «аналітичних центрів», комерційні й маргінальні онлайн-ресурси, ботоферми та оплачувані «людські» мережі. У межах цієї системи кожен елемент має свою спеціалізацію: офіційні медіа формують рамку інтерпретації, псевдоекспертні платформи надають наративам видимість фактологічної та наукової обґрунтованості, а децентралізовані сторінки, блогери й Telegram-канали забезпечують потрібний рівень органічності новин та культурної адаптації. Автоматизовані інструменти – боти, скоординовані мережі акаунтів, маніпуляції алгоритмами платформ – підсилюють цю систему, створюючи

ефект масової підтримки чи народного обурення, хоча в реальності йдеться про штучно згенеровані хвилі активності.

Проведений аналіз показав, що між 2016 і 2020 роками російські інформаційні операції стали менш централізованими, але більш стійкими до викриття. Після скандалу навколо «Агентства інтернет-досліджень» (IRA) модель великої фабрики тролів була замінена на мережу численних менших структур, підрядників і посередників, часто розміщених поза територією Росії. Така децентралізація ускладнює атрибуцію й дозволяє розмивати відповідальність: формально більшість контенту продукується «громадськими ініціативами», локальними медіа чи анонімними каналами, а зв'язок із російськими державними структурами простежується лише через сукупність технічних, фінансових і поведінкових ознак. Водночас саме завдяки цій мережевій системі російська пропаганда здатна швидко адаптуватися до змін порядку денного – від питань расової справедливості до пандемії COVID-19 – і вбудовувати свої наративи в уже наявні суспільні конфлікти.

У розділі продемонстровано, що ключовою мішенню російських інформаційних операцій стала не стільки електоральна поведінка в вузькому сенсі, скільки ширший інформаційно-психологічний контекст, у якому приймаються політичні рішення. Через системне тиражування взаємовиключних, емоційно заряджених повідомлень створюється стан когнітивного шуму в суспільстві, коли виборцю дедалі важче відрізнити факти від інтерпретацій, а перевірка інформації сприймається як надто ресурсовитратний процес.

У такому середовищі аудиторія дедалі частіше спирається не на дані, а на емоції, групову ідентичність та партійну лояльність, що відкриває широкі можливості для маніпулятивного використання почуття страху, гніву та відчуття несправедливості. Окремо було наголошено на ролі соціальних мереж та їхніх алгоритмів персоналізації як середовища, де російська пропаганда знаходить «множники сили». Алгоритмічні стрічки, які віддають перевагу контенту з високою емоційною віддачею та великою кількістю

взаємодій, підштовхують користувачів до поглиблення в уже наявних переконаннях, формуючи ефект «інформаційних коконів» і «ехо-камер».

Російські інформаційні операції не створюють такі структурні вади, але цілеспрямовано їх експлуатують: підсилюють розкол між суспільними таборами, підкидають радикальні інтерпретації, стимулюють підозру до «іншої» сторони. У результаті поляризація з інструмента внутрішньої політичної боротьби перетворюється на стабільний фон, на якому будь-які компроміси виглядають зрадою, а виборчий процес – політичною баталією, а не природнім процесом вибору в демократичній державі

У підсумку встановлено, що російська пропаганда в американському контексті працює за логікою подвійного дзеркала. З одного боку, вона віддзеркалює й підсилює внутрішні американські конфлікти – расові, ідеологічні, культурні – розкручуючи теми, де суспільство вже розколоте, і доводячи ці лінії поділу до крайності. З іншого боку, вона використовує самі ці конфлікти як доказ кризи ліберальної демократії на зовнішню аудиторію, включно з країнами Глобального Півдня, де образ США як хаотичної і деградуючої демократії застосовується для легітимації альтернативних, часто авторитарних, моделей політичного устрою.

Таким чином, одні й ті самі інформаційні кампанії одночасно працюють на внутрішню дестабілізацію США і на підрив їхнього міжнародного авторитету. Важливим висновком розділу є те, що ефект російської пропаганди не варто вимірювати лише через безпосередні електоральні результати у вигляді перемоги чи поразки конкретного кандидата. Значно суттєвішим є її довгостроковий вплив на інституційну й когнітивну стійкість демократії.

У 2016–2020 роках російські інформаційні операції сприяли розгортанню кризи довіри до виборчої інфраструктури, делегітимізації журналістики та експертного знання, нормалізації цинізму й релятивізму: правди немає, є лише точки зору. У таких умовах демократичні процедури формально зберігаються, але їхня соціальна підтримка зменшується: дедалі

більше громадян сприймають політику як простір для маніпуляцій, у якому не варто брати активну участь, або ж навпаки – як арену для конфронтації, де будь-які засоби є виправданими.

Разом з тим у розділі було показано, що американське суспільство та інституції не залишилися пасивними об'єктами цього впливу. Низка державних структур, дослідницьких центрів, громадських організацій і медіапроектів виробили власні механізми виявлення й протидії інформаційним операціям: від створення спеціалізованих звітів про іноземне втручання до розвитку програм медіаграмотності та незалежних фактчекінгових ініціатив. Хоча ці кроки не усувають першопричин вразливості, глибокої поляризації та економіко-соціальних суперечностей, вони формують інституційний каркас для довготривалої відповіді на зовнішні інформаційні загрози.

Значущим є й те, що отримані у цьому розділі результати дозволили перевірити й конкретизувати основні гіпотези, сформульовані у вступі. Показано, що російська пропаганда у виборчому процесі США 2020 року справді функціонувала як інструмент політичного маніпулювання, який поєднує зовнішні та внутрішні ресурси, працює крізь соціальні мережі й традиційні медіа та спрямований не на пряме переконання виборця, а на зміщення рамок сприйняття політичної реальності. Виявлено також, що така модель інформаційної війни має універсальний характер і може бути застосована проти інших демократій, зокрема проти України та держав ЄС, що робить досвід США важливим емпіричним кейсом для вироблення власних стратегій інформаційної безпеки.

Отже, третій розділ дозволив узагальнити й систематизувати емпіричні дані щодо російських інформаційних операцій у США, описати конкретні інструменти й канали їх реалізації та показати, як ці операції впливають на політичну систему на внутрішньому й міжнародному рівнях. Отримані висновки створюють базу для загальних висновків магістерської роботи, де результати всіх трьох розділів будуть об'єднані в цілісну картину

функціонування політичного маніпулювання в США під час виборчої кампанії 2020 року через призму російської пропаганди, а також стануть підґрунтям для формулювання практичних рекомендацій щодо підвищення інформаційної стійкості демократичних режимів.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи результати дослідження, можна констатувати досягнення мети та виконання поставлених у вступі завдань. У фокусі дослідження була не лише президентська кампанія у США 2020 року, а й її ширший контекст – те, як російська пропаганда використовує вразливості відкритих суспільств, як змінюється політична комунікація в епоху цифрових платформ і як це впливає на міжнародний порядок. Дослідження показало, що йдеться не про поодинокі інформаційні атаки, а про довготривалу, добре продуману стратегію, в якій кожен виборчий цикл стає черговим її етапом, а не завершеною історією.

Насамперед дослідження дозволило встановити характер явища політичного маніпулювання в умовах цифрової епохи. Відтак цей феномен включає не тільки «фейки» чи «пропаганду» в традиційному розумінні, а й систематичне управління порядком денним, фреймами, емоціями й контекстом, у якому цільова аудиторія сприймає інформацію. Аналіз теоретичних підходів – від класичних уявлень про пропаганду до сучасних концептів інформаційних операцій, когнітивної безпеки, інформаційного суверенітету – дав змогу дослідити, як маніпуляція стала загрозою для будь-якої відкритої інформаційної системи. Там, де діють засади свободи слова, конкуренції медіа і політичного плюралізму, завжди з'являється простір для структур, готових системно працювати з слабкостями цих концептів – когнітивними, емоційними, соціальними.

Теоретико-методологічна частина дослідження послідовно доповнює її емпіричний вимір. Вона задає рамку, в якій кейс США 2016–2020 років був проаналізований не як набір окремих політичних криз, а як приклад глибшої трансформації демократичної публічної сфери. Поєднання підходів міжнародних відносин, медіастудій, безпекових досліджень і політичної психології дало змогу побачити російську пропаганду не лише як інструмент зовнішньої політики, а як елемент боротьби за нову конфігурацію

міжнародного порядку, де вирішальним ресурсом є довіра, легітимність і контроль над інтерпретацією дійсності.

Важливий аналітичний висновок дослідження полягає в тому, що інформаційні технології й цифрові платформи сьогодні не є нейтральним середовищем комунікації. Із використанням зазначених у вступі наукових методів було встановлено, що алгоритми соціальних мереж, моделі таргетингу, система політичної реклами, логіка вірусності створюють особливий тип публічної сфери, де перевагу мають не стільки якісні та збалансовані аргументи, скільки емоційні, поляризуючі, прості й повторювані повідомлення. У такому середовищі зовнішнім акторам, зокрема Росії, легше реалізовувати свої маніпулятивні стратегії: достатньо влучно інтегруватися в існуючі конфлікти, правильно інтерпретувати актуальні теми й вивчити логіку алгоритмів.

Наступний висновок дослідження стосується еволюції російських інформаційних операцій. Застосовуючи порівняльний метод дослідження для зіставлення інструментів маніпулювання, що застосовувала Росія в період 2016-2020 років, можна ствердити, що відносно «груба» модель централізованого «Агентства інтернет-досліджень» перетворилась на більш осмислену, складну й мережеву систему: офіційні мовники RT та Sputnik, «периферійні» медіа, псевдоаналітичні сайти, блогери, «альтернативні» експерти, ботоферми, Telegram-канали. Сила цієї системи не в поодиноких ресурсах, а в їх симбіозі, підсиленні та легітимізації одне одного в ході діяльності.

Дослідження показало, що стратегічна мета російської пропаганди не полягає у зросійщенні аудиторії і навіть не завжди полягає у підтримці вигідного державі іноземного кандидата. Її глибинна ціль – розхитати довіру як явище: до процедури виборів, судової системи, журналістської діяльності, наукової сфери, ідеї існування об'єктивної інформації.

На основі опрацьованих матеріалів можна вивести висновок щодо наслідків для політичної системи США. Окрім уже очевидної її поляризації,

дослідження дало змогу виявити глибшу зміну – зрушення від раціональної політичної участі до емоційно забарвленої ідентичності. Партійна належність усе частіше визначає не лише політичні погляди, а й те, кому варто довіряти, які новини вважати справжніми, а які – відвертими «фейками». У таких умовах будь-яка зовнішня сила, яка вміє працювати з емоціями та інформаційними потоками, отримує потужний інструмент впливу.

Значущим результатом дослідження є підтвердження факту того, що російська пропаганда працює успішно тільки там, де вже є підготовлені для неї засади. У випадку США таким ґрунтом стали високий рівень недовіри до еліт, накопичені соціальні нерівності, расові й культурні конфлікти, а також повільна адаптація інституцій до реалій цифрової політики. Цей висновок має практичне значення: він демонструє, що протидія політичній маніпуляції не обмежується боротьбою з фейками, а вимагає адресної роботи з внутрішніми проблемами.

Отриманий методом синтезу головний висновок магістерської роботи можна сформулювати наступним чином: російська пропаганда щодо США у 2016–2020 роках стала частиною ширшої війни за довіру і за право визначати, що вважається інформаційною реальністю. Її результат проявляється у тому, наскільки ослабленими виходять з цієї боротьби демократичні інститути й наскільки роз'єднаним і втомленим від політики стає суспільство.

Те, як США та інші демократичні держави відреагують на цей виклик, фактично визначатиме, чи зможуть вони зберегти не лише територіальний чи економічний, а й інформаційний суверенітет у XXI столітті. Саме у поєднанні глибокого аналізу російської інформаційної стратегії з усвідомленням внутрішніх вразливостей відкритих суспільств полягає головний науковий і практичний сенс проведеного дослідження.

SUMMARY

This study is dedicated to the analysis of political manipulation in the United States during the 2020 presidential election campaign through the lens of Russian propaganda and information operations. The author observes that digital platforms, social networks and automatic content-distribution algorithms have radically changed the conditions in which democracy operates. Elections have turned to be a battle not so much between programmes as between narratives, emotions and interpretations of reality. In this environment, political manipulation is examined as a systemic element of political communication that undermines trust in institutions, delegitimises election results and creates favourable conditions for external interference, primarily from the Russian Federation.

The introduction formulates the purpose of the study – to provide a comprehensive analysis of political manipulation in the US during the 2019–2020 electoral cycle, its mechanisms and forms, the shapes it took in connection with Russian information operations, and its impact on the US political system and international relations in the context of the Russian–Ukrainian war.

The object of the study is political manipulation in democratic states, while the subject is the specific patterns of manipulation in the US highlighted by Russian propaganda. The chronological scope covers preparations for the 2020 elections, the campaign itself and the early years of the Biden administration. Retrospective references to the 2016 elections and the beginning of Russian aggression against Ukraine are mentioned as well. The methodology combines content, discourse and narrative analysis, case studies, event analysis, and elements of network analysis and digital forensics.

The first chapter of the study is dedicated to the theoretical and methodological foundation. The authors explain and define political manipulation as systematic, purposeful and covert influence on how citizens perceive political reality, based on cognitive and emotional vulnerabilities. The difference between “propaganda”, “disinformation”, “misinformation” and

“malinformation” shows that manipulation is not limited to outright lies but concerns agenda-setting, framing and context management. Special attention is paid to cognitive biases (motivated reasoning, the familiarity effect, heuristics), the phenomena of “echo chambers” and “information bubbles” as well as network propaganda and the role of bots and troll farms in artificially constructing “mass opinion”. It is also analyzed Russian information policy as a component of hybrid warfare and outlined the concept of a Russian influence ecosystem combining state and “quasi-independent” media, pseudo-analytical think tanks, networks of “useful idiots” and local relays.

The second chapter of the study is dedicated to the 2020 US presidential campaign itself. It examines the broader political context: deep partisan polarization, the legacy of the 2016 elections, Donald Trump’s impeachment, Black Lives Matter protests, the COVID-19 pandemic and debates over mail-in voting. Joe Biden’s campaign was built around a promise to “restore normalcy” and protect democracy, while Donald Trump’s campaign heavily relied on rhetoric about “stolen elections” – two main and totally different political approaches. The thesis shows that both campaigns employed manipulative elements – selective use of facts, emotional framing, targeted advertising.

Special attention is paid to the role of information technologies and social media in the electoral process. The author examines how Facebook, Twitter, YouTube, Telegram, TikTok and a number of alternative platforms (Parler, Gab etc) became key channels for spreading of political narratives. It explains that the algorithmic logic of these platforms favours manipulative practices via an automatic systems.

The third chapter explores Russian propaganda and information operations in relation to the 2020 US elections. Using content and discourse analysis of Russian and pro-Russian media, social media activity and analytical reports, it shows the evolution from the 2016 model to a more sophisticated strategy in 2020. The study identifies key directions of Russian operations: fuelling racial and

ideological conflicts, reinforcing distrust of vaccination and COVID-19 measures, promoting conspiracy theories as “stolen elections”.

In chapter 3 and in the general conclusions, the author highlights that the impact of Russian propaganda cannot be reduced to the victory or defeat of a single candidate; the key effect lies in reshaping the information ecosystem itself. In terms of international relations, the study demonstrated that Russian information operations against the US have direct implications for Ukraine in weakening transatlantic unity, undermining support for US assistance.

Based on its findings, the author outlines general directions for counteraction as developing fact-checking institutions, increasing transparency of political advertising and platform algorithms, enhancing Ukraine’s strategic communications in Western countries and strike a balance between combating hostile information operations and protecting freedom of expression.

In its general conclusions, the thesis states that the research goal has been achieved and all tasks have been fulfilled: the theoretical framework has been deeply examined, a methodology for analyzing manipulation has been outlined and the directions and tools of Russian information operations and their domestic and international consequences have been analyzed.

Political manipulation is represented as one of the key threats to contemporary democracies. This threat links internal structural weaknesses of societies with external strategic pressure from authoritarian regimes. The US experience of 2016–2020 is treated both as a warning and as a source of lessons for Ukraine and its partners in building more resilient democratic institutions that are resistant and protected against disinformation.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Bessi, Alessandro; Ferrara, Emilio. "Social Bots Distort the 2016 U.S. Presidential Election Online Discussion". *First Monday*, Vol. 21, No. 11 (2016). URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/7090/5653>
2. **DiResta, Renée; Grossman, Shelby. "Potemkin Pages & Personas: Assessing GRU Online Operations, 2014-2019". Stanford Internet Observatory, Cyber Policy Center (2022). URL: <https://purl.stanford.edu/cv483mb5313>**
3. Ferrara, Emilio; Varol, Onur; Davis, Clayton; Menczer, Filippo; Flammini, Alessandro. "The Rise of Social Bots". *Communications of the ACM*, Vol. 59, No. 7 (2016), pp. 96-104. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/2818717>
4. Fredheim, Rolf; Stolze, Martha. "Robotrolling 2022/1". *Robotrolling*, No. 1 (2022). URL: https://stratcomcoe.org/publications/download/Robotrolling_2022_1_web.pdf
5. Hope, Lorraine. "Evaluating the Effects of Stress and Fatigue on Police Officer Response and Recall: A Challenge for Research, Training, Practice and Policy". *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*, Vol. 5, No. 3 (2016), pp. 239-245. URL: <https://psycnet.apa.org/doiLanding?doi=10.1016%2Fj.jarmac.2016.07.008>
6. Iorgulescu, Alexandra. "Propaganda as a Form of Manipulation". *Social Sciences and Education Research Review*, Vol. 3, No. 1 (2016), pp. 101-105. URL: <https://sserr.ro/wp-content/uploads/2016/05/3-1-101-105.pdf>
7. Jamieson, Kathleen Hall. "Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President – What We Don't, Can't, and Do Know". Oxford University Press, 2018. URL: <https://global.oup.com/academic/product/cyberwar-9780190915810?cc=ua&lang=en&>
8. Kalsnes, B. (2018). "Fake News." In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford: Oxford University Press. URL:

<https://oxfordre.com/communication/display/10.1093/acrefore/9780190228613.001.0001/acrefore-9780190228613-e-809>

9. Lazer, David M. J.; Baum, Matthew A.; Benkler, Yochai; Berinsky, Adam J.; Greenhill, Kelly M.; Menczer, Filippo; Metzger, Miriam J.; Nyhan, Brendan; Pennycook, Gordon; Rothschild, David; Schudson, Michael; Sloman, Steven A.; Sunstein, Cass R.; Thorson, Emily A.; Watts, Duncan J.; Zittrain, Jonathan. "The Science of Fake News". *Science*, Vol. 359, No. 6380 (2018), pp. 1094-1096. URL: <https://www.science.org/doi/10.1126/science.aao2998>

10. Lewandowsky, Stephan; Cook, John; Ecker, Ullrich K. H.; Albarracín, Dolores; Amazeen, Michelle A.; Kendeou, Panayiota; Lombardi, Doug; Newman, Ethan J.; Pennycook, Gordon; Porter, Ethan; Rand, David G.; Rapp, David N.; Reifler, Jason; Roozenbeek, Jon; Schmid, Philipp; Seifert, Colleen M.; Swire-Thompson, Briony; van der Linden, Sander. "The Debunking Handbook 2020". George Mason University / University of Queensland (2020). URL: <https://climatecommunication.gmu.edu/wp-content/uploads/2023/09/DebunkingHandbook2020.pdf>

11. Nimmo, Ben; François, Camille; Eib, C. Shawn; Ronzaud, Lea; Ferreira, Rodrigo; Hernon, Chris; Kostelancik, Tim. "Secondary Infektion: Forgeries, Interference, and Attacks on Kremlin Critics Across Six Years and 300 Sites and Platforms". Graphika Report (2020). URL: <https://secondaryinfektion.org/downloads/secondary-infektion-report.pdf>

12. Pamment, James; Smith, Victoria. "Attributing Information Influence Operations: Identifying Those Responsible for Malicious Behaviour Online". Joint report of the NATO Strategic Communications Centre of Excellence and the European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats, Riga, July 2022. URL: <https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/Nato-Attributing-Information-Influence-Operations-DIGITAL-v4.pdf?zoom=page-fit>

13. Paul, Christopher; Matthews, Miriam. "The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It".

RAND Corporation, Perspective PE-198 (2016), 15 p. URL: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>

14. Pomerantsev, Peter. "This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality". Faber & Faber (UK edition), 2019, pp. URL: <https://www.faber.co.uk/product/9780571338641-this-is-not-propaganda/>

15. Starbird, Kate; Arif, Ahmer; Wilson, Tom. "Disinformation as Collaborative Work: Surfacing the Participatory Nature of Strategic Information Operations". Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction, Vol. 3, No. CSCW (2019), Article 127. URL: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3359229>

16. Alatas, Vivi; Chandrasekhar, Arun G.; Mobius, Markus; Olken, Benjamin A.; Paladines, Cindy. "When Celebrities Speak: A Nationwide Twitter Experiment Promoting Vaccination in Indonesia". NBER Working Paper No. 25589 (2019). URL: https://www.nber.org/system/files/working_papers/w25589/w25589.pdf

17. Allcott, Hunt; Braghieri, Luca; Eichmeyer, Sarah; Gentzkow, Matthew. "The Welfare Effects of Social Media". American Economic Review, Vol. 110, No. 3 (2020), pp. 629-676. URL: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/aer.20190658>

18. Barberá, Pablo. "Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization". In Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform, edited by Nathaniel Persily and Joshua A. Tucker. Cambridge University Press (2020), pp. 34-55. URL: https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/333A5B4DE1B67EFF7876261118CCFE19/9781108835558c3_34-55.pdf/social-media-echo-chambers-and-political-polarization.pdf

19. Brennan Center for Justice. "2020's Lessons for Election Security". Brennan Center for Justice (2020). URL: <https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/2020s-lessons-election-security>

20. European Commission. "2022 Strengthened Code of Practice on Disinformation". June 16 2022. URL: <https://www.roaep.ro/legislatie/wp->

[content/uploads/2025/03/2022_Strengthened_Code_of_Practice_Disinformation.pdf](#)

21. Federal Election Commission. "Internet Communication Disclaimers and Definition of "Public Communication"". Federal Register, Vol. 87, No. 242 (19 December 2022), pp. URL: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/FR-2022-12-19/pdf/2022-27132.pdf>

22. Guess, Andrew M.; Lerner, Michael; Lyons, Benjamin; Montgomery, Jacob M.; Nyhan, Brendan; Reifler, Jason; Sircar, Neelanjan. "A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India". Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, Vol. 117, No. 27 (2020). URL: <https://www.pnas.org/doi/10.1073/pnas.1920498117>

23. Guess, Andrew M.; Nagler, Jonathan; Tucker, Joshua A. "Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook". Science Advances, Vol. 5, No. 1 (2019). URL: <https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.aau4586>

24. Mozilla Foundation. "YouTube Regrets: A Crowdsourced Investigation into YouTube's Recommendation Algorithm". Mozilla Foundation, July 2021. URL: https://assets.mofoprod.net/network/documents/Mozilla_YouTube_Regrets_Report.pdf

25. National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. "Science and Technology for Election Security: A Workplace Agenda". The National Academies Press, 2024. URL: <https://nap.nationalacademies.org/read/26746/chapter/1>

26. National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine. "Securing the Vote: Protecting American Democracy". The National Academies Press, 2018. URL: <https://nap.nationalacademies.org/read/25120/chapter/1>

27. National Intelligence Council. "Intelligence Community Assessment: Foreign Threats to the 2020 US Federal Elections". Office of the Director of

National Intelligence, March 10 2021. URL: <https://www.dni.gov/files/ODNI/documents/assessments/ICA-declass-16MAR21.pdf>

28. Organization for Security and Co-operation in Europe. "United States of America – General Elections, 3 November 2020: Statement of Preliminary Findings and Conclusions". International Election Observation Mission, 4 November 2020. URL: <https://www.osce.org/files/f/documents/9/6/469437.pdf>

29. Pennycook, Gordon; Rand, David G. "Fighting Misinformation on Social Media Using Crowdsourced Judgments of News Source Quality". Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, Vol. 116, No. 7 (2019), pp. 2521-2526. URL: <https://www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.1806781116>

30. Persily, Nathaniel; Tucker, Joshua A. (Eds.). "Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform". Cambridge University Press, 2020. URL: https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/29E8721497D280A0CEE5ACE838A7919A/9781108835558pre_i-vi.pdf/social-media-and-democracy.pdf

31. Pew Research Center. "Social Media and News Fact Sheet". Pew Research Center, 25 September 2025. URL: <https://www.pewresearch.org/journalism/fact-sheet/social-media-and-news-fact-sheet/>

32. Powell, Tara. "Lame Duck Sessions of Congress, 1935-2022 (74th-117th Congresses)". Congressional Research Service Report R45154 (2022). URL: <https://www.congress.gov/crs-product/R45154>

33. Prieto-Curiel, Rafael; Ali, Ola; Dervić, Elma Hot; Karimi, Fariba; Omodei, Elisa; Stütz, Rainer; Heiler, Georg; Holovatch, Yuriy. "The diaspora model for human migration". PNAS Nexus, Vol. 3, No. 5 (2024). URL: <https://academic.oup.com/pnasnexus/article/3/5/pgae178/7674968>

34. Stanford Internet Observatory; Center for an Informed Public, University of Washington; Digital Forensic Research Lab, Atlantic Council;

Graphika. "The Long Fuse: Misinformation and the 2020 Election". Election Integrity Partnership Report, February 9 2021. URL: <https://stacks.stanford.edu/file/tr171zs0069/EIP-Final-Report.pdf>

35. Stewart III, Charles. "2020 EPI Methodology". MIT Election Data & Science Lab / Elections Performance Index Methodology Report, March 2022. URL: https://elections-blog.mit.edu/sites/default/files/2022-03/2020_EPI_Methodology.pdf

36. Stewart III, Charles. "How We Voted in 2020". MIT Election Data & Science Lab, March 2021. URL: <https://electionlab.mit.edu/sites/default/files/2021-03/HowWeVotedIn2020-March2021.pdf>

37. Stewart III, Charles; MIT Election Data + Science Lab. "Elections Performance Index: 2020 EPI Methodology". MIT Election Data + Science Lab, March 2022. URL: <https://elections-blog.mit.edu/sites/default/files/2022-03/2020EPI-Methodology.pdf>

38. U.S. Department of Homeland Security. "Homeland Threat Assessment". Office of Intelligence and Analysis, October 6, 2020. URL: https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/2020_10_06_homeland-threat-assessment.pdf

39. United States Government Accountability Office. "High-Risk Series: Federal Government Needs to Urgently Pursue Critical Actions to Address Major Cybersecurity Challenges". GAO Report GAO-21-288 (March 24 2021). URL: <https://www.gao.gov/assets/gao-21-288.pdf>

40. United States Senate Select Committee on Intelligence. "Russian Active Measures Campaigns and Interference in the 2016 U.S. Election: Report Volumes I-V". S. Rep. 116-290, 116th Congress, 2d Session (2020). URL: <https://www.intelligence.senate.gov/wp-content/uploads/2024/08/sites-default-filesations-crpt-116srpt290.pdf>

41. Allcott, Hunt; Gentzkow, Matthew. "Social Media and Fake News in the 2016 Election". Journal of Economic Perspectives, Vol. 31, No. 2 (Spring 2017), pp. 211-236. URL: <https://pubs.aeaweb.org/doi/pdfplus/10.1257/jep.31.2.211>

42. Bail, Christopher A.; Argyle, Lisa P.; Brown, Taylor W.; Bumpus, John P.; Chen, Haohan; Hunzaker, M. B. Fallin; Lee, Jaemin; Mann, Marcus; Merhout, Friedolin; Volfovsky, Alexander. "Exposure to opposing views on social media can increase political polarization". *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, Vol. 115, No. 37 (2018). URL: <https://www.pnas.org/doi/epdf/10.1073/pnas.1804840115>

43. Benkler, Yochai; Faris, Robert; Roberts, Hal. "Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics". Oxford University Press, 2018. URL: <https://fdslive.oup.com/www.oup.com/academic/pdf/openaccess/9780190923624.pdf>

44. Buziashvili, Eto; Châtelet, Valentin; Gelava, Sopo; Gigitashvili, Givi; Mammadova, Sayyara; Mejlumyan, Ani; Olari, Victoria; Osadchuk, Roman. "Another Battlefield: Telegram as a Digital Front in Russia's War Against Ukraine". Atlantic Council – Digital Forensic Research Lab Report (June 2024). URL: https://dfrlab.org/wp-content/uploads/sites/3/2024/06/DFRLab_Russian_Telegram_2024.pdf

45. Farrell, Henry; Schneier, Bruce; Taddeo, Mariarosaria; et al. "The Long Fuse: Misinformation and the 2020 Election". Election Integrity Partnership Final Report, June 9 2021. URL: <https://stacks.stanford.edu/file/tr171zs0069/EIP-Final-Report.pdf?time=1762431860242&acrobatPromotionSource=embeddedPDF>

46. Guess, Andrew M.; Lerner, Michael; Lyons, Benjamin; Montgomery, Jacob M.; Nyhan, Brendan; Reifler, Jason; Sircar, Neelanjan. "A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India". *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*, Vol. 117, No. 18 (2020), pp. 15536-15545. URL: <https://www.pnas.org/doi/epdf/10.1073/pnas.1920498117>

47. Howard, Philip N. "Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives". Yale University Press, 2020. URL:

https://books.google.com.ua/books?id=U3XgDwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ViewAPI&hl=uk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

48. Jack, Caroline. "Lexicon of Lies: Terms for Problematic Information". Data & Society Research Institute, August 2017. URL: https://datasociety.net/wp-content/uploads/2017/08/DataAndSociety_LexiconofLies.pdf

49. Lange-Ionatamišvili, Elina. "Analysis of Russia's Information Campaign Against Ukraine". NATO Strategic Communications Centre of Excellence Report, Riga, 12 January 2016. URL: https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/russian_information_campaign_public_12012016fin.pdf?zoom=page-fit

50. Leeper, Thomas J.; Slothuus, Rune. "Political Parties, Motivated Reasoning, and Public Opinion Formation". *Advances in Political Psychology*, Vol. 35, Suppl. 1 (2014). URL: https://ps.au.dk/fileadmin/Statskundskab/Dokumenter/subsites/Forskersider/runeslothuus/Dokumenter/Leeper_Slothuus_Advances_2014.pdf

51. Lucas, Edward; Pomerantsev, Peter. "Winning the Information War: Techniques and Counter-strategies to Russian Propaganda in Central and Eastern Europe". Center for European Policy Analysis (CEPA) Information Warfare Initiative Report, August 2 2016. URL: <https://cepa.org/comprehensive-reports/winning-the-information-war/>

52. Morley-Davies, Jonathan; Thomas, Jem; Baines, Graham. "Russian Information Operations Outside of the Western Information Environment". NATO Strategic Communications Centre of Excellence Report, May 2024 (Revised January 2025). URL: <https://stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/Russian-info-operations-DIGITAL-V2.pdf?zoom=page-fit>

53. Nyhan, Brendan; Settle, Jaime; Thorson, Emily; Wojcieszak, Magdalena; Barberá, Pablo; Chen, Annie Y.; Allcott, Hunt; Brown, Taylor; Crespo-Tenorio, Adriana; Dimmery, Drew; ... Tucker, Joshua A. "Like-minded sources on

Facebook are prevalent but not polarizing". *Nature*, Vol. 620, No. 7972 (2023), pp. 137-144. URL: <https://www.nature.com/articles/s41586-023-06297-w>

54. Osadchuk, Roman (ed.). "Undermining Ukraine: How the Kremlin Employs Information Operations to Erode Global Confidence in Ukraine". Atlantic Council – Digital Forensic Research Lab Report, February 2023. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/wp-content/uploads/2023/02/Undermining-Ukraine-Final.pdf>

55. Polyakova, Alina; Boulègue, Mathieu. "The Evolution of Russian Hybrid Warfare". Center for European Policy Analysis (CEPA) Report, January 28 2021. URL: <https://cepa.org/wp-content/uploads/2021/01/CEPA-Hybrid-Warfare-1.28.21.pdf>

56. Polyakova, Alina; Boulègue, Mathieu. "The Evolution of Russian Hybrid Warfare". Center for European Policy Analysis (CEPA) Report, January 28 2021. URL: <https://cepa.org/comprehensive-reports/jabbed-in-the-back-mapping-russian-and-chinese-information-operations-during-the-covid-19-pandemic/>

57. Sherman, Justin. "Russia's Digital Tech Isolationism: Domestic Innovation, Digital Fragmentation, and the Kremlin's Push to Replace Western Digital Technology". – Report, July 2024. URL: https://dfrlab.org/wp-content/uploads/sites/3/2024/07/AC_CSI_Russias_Digital_Tech_Isolationism.pdf

58. Törnberg, Petter. "Echo chambers and viral misinformation: Modeling fake news as complex contagion". *PLoS ONE*, Vol. 13, No. 9 (2018). URL: <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0203958&type=printable>

59. United States Department of State, Global Engagement Center. "Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem". Special Report, August 4 2020. URL: https://2017-2021.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia's-Disinformation-and-Propaganda-Ecosystem_08-04-20.pdf

60. "НЕБЕЗПЕКА У СТРИЧЦІ Facebook: Дослідження". Центр демократії та верховенства права (ЦЕДЕМ), 2025. URL: <https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2025/10/Doslidzhennya.pdf>
61. "Прогноз Центру протидії дезінформації щодо інформаційних загроз на другу половину жовтня 2025 року". Центр протидії дезінформації (Україна), 13 жовтня 2025. URL: <https://cpd.gov.ua/international-direction/yevropa/prognoz-czentru-shhodo-informacijnyh-zagroz-na-drugu-polovynu-zhovtnya-2025-roku/>
62. "Цифра тижня: 32". StopFake.org, 20 березня 2020. URL: <https://www.stopfake.org/uk/tsifra-tizhnya-32/>
63. InMind Research and Consulting; Internews Ukraine. "USAID-Internews Media Consumption Survey 2021: Аудиторія, ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа". Київ, листопад 2021. URL: <https://imi.org.ua/upload/media/2021/11/17/61951144dc1fc-usaid-internews-media-report-2021-ukr.pdf>
64. Авдєєва, Тетяна. "Дезінформація як інструмент іноземного втручання у виборчий процес: прояв правовійни". Аналітика; Центр демократії та верховенства права (CEDEM), June 23 2022. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/internet-regulation/>
65. Браїлян, Єгор. "Розділай і владарюй. Як російська пропаганда поляризує аудиторії медіа та втручається у вибори в США". MediaSapiens / Детектор медіа, 5 листопада 2024. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/36628/2024-11-05-rozdilyay-i-vladaryuy-yak-rosiyska-propaganda-polyaryzuie-audytorii-media-ta-vtruchaietsya-u-vybory-v-ssha/>
66. Гончарова, Катерина. "Вибори стали переломним моментом: як вчать медіаграмотності у школах США". MediaSapiens / Detector Media, 12 березня 2020. URL: <https://ms.detector.media/mediaosvita/post/24318/2020-03-12-vybory-staly-perelomnym-momentom-yak-vchat-mediagramotnosti-u-shkolakh-ssha/>

67. Інститут масової інформації; NGO "Детектор медіа". "Проросійська і антизахідна конспірологія в інформаційній війні. Ключові тренди 2020-2021". Київ: ІМІ / Детектор медіа, 2021. URL: <https://imi.org.ua/upload/media/2021/06/09/60c06cfea0cb1-research-infowar-ukraine-20-21-logo-fin.pdf>
68. Козловська, Анастасія. "Боротьба з дезінформацією: досвід США". Аналітика; Центр демократії та верховенства права (CEDEM), 2024. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/borotba-dezinformatsiya-usa/>
69. Миколайчук, Богдан. "Епідемія дезінформації: чому фейки стали частиною нашого життя і як "вакцинуватися"". Аналітика, Центр демократії та верховенства права (CEDEM), 22 липня 2021. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/epidemiya-dezinformatsiyi/>
70. Національний інститут стратегічних досліджень. "Фейки як інструмент впливу на вибори". Національний інститут стратегічних досліджень, 2020. URL: https://www.niss.gov.ua/sites/default/files/2020-01/fake_news_fin_full_clean.pdf
71. Петренко, Ігор; Віллард, Мія; Степаненко, Максим; Киян, Єгор; Вишебаба, Павло. "Антизахідна та антиліберальна риторика як інструмент російської гібридної агресії в Україні". Міжнародний центр перспективних досліджень (МЦПД), 2021. URL: https://icps.com.ua/assets/uploads/images/files/antizh_dna_ta_antil_beralna_ritorika_yak_nstrument_ros_ysko_g_bridno_.pdf
72. Певенко, Андрій; Ковальчук, Катерина; Мартиненко, Олена. "Інформаційні атаки в соціальних мережах: дослідження впливу російської дезінформації через рекламу в Facebook". Центр демократії та верховенства права (ЦЕДЕМ), 2024. URL: <https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2024/05/informacijni-ataky-v-soczialnyh-merezhah.-doslidzhennya-vplyvu-rosijskoyi-dezinformaciyi-cherez-reklamu-v-facebook.pdf>
73. Ярема, Олена. "Після перемоги Трампа дезінформація РФ спрямована на те, щоби вбити клин між США та Україною, — АР". Detector

Media / Детектор медіа, 6 грудня 2024. URL:
<https://detector.media/infospace/article/235670/2024-12-06-pislya-peremogy-trampa-dezinformatsiya-rf-spryamovana-na-te-shchoby-vbyty-klyn-mizh-ssha-ta-ukrainoyu-ar/>