

**Іванова Ірина Борисівна,**  
професорка кафедри управління соціальними  
комунікаціями  
Харківського національного економічного  
університету  
імені Семена Кузнеця,  
докторка філологічних наук

**Iryna Ivanova,**  
Doctor of Philological Sciences,  
Professor at the Department of Management of Social  
Communications,  
Simon Kuznets National University of Economics  
Email: [vlad-7@ukr.net](mailto:vlad-7@ukr.net)  
ORCID iD 0000-0002-4786-4979

**Яресько Катерина Вікторівна,**  
завідувачка кафедри управління соціальними  
комунікаціями  
Харківського національного економічного  
університету  
імені Семена Кузнеця,  
кандидатка педагогічних наук

**Kateryna Yaresko,**  
PhD in Pedagogical Sciences,  
Head of the Department of Social Communications  
Management,  
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics  
Email: [kattyfun@ukr.net](mailto:kattyfun@ukr.net)  
ORCID iD 0000-0001-9949-6429

<https://doi.org/10.28925/2524-2644.2021.16>

УДК 659.1:81' 42(091)

## МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПІД ЧАС ІНФОРМАЦІЙНИХ ВІЙН: ДОСВІД ПОСТРАДЯНСЬКОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

### MANIPULATIVE TECHNOLOGIES IN THE INFORMATION WARS: THE EXPERIENCE OF POST-SOVIET JOURNALISM

*Представлена робота присвячена дослідженню маніпуляцій у пострадянських медіа у соціокультурній дослідницькій площині. Метою статті було визначення основних чинників ефективності та основних параметрів маніпуляції. Крім того, у статті досліджено походження та основні особливості нової концепції журналістики, а також фактори ментально маркованої креативності в рекламі. Відзначається лінгвістична і стилістична специфіка медійних текстів та відстежуються зміни в системі «радянської» журналістики XXI століття. Автори встановлюють специфічні особливості еволюції маніпуляцій в пострадянських ЗМІ. У дослідженні використано комплексний підхід до методології. Індуктивні та дедуктивні методи використовуються для роботи з теоретичним матеріалом; метод міждисциплінарних досліджень залучено для визначення специфічних особливостей інфодемії в медіа, філософії реклами. Також було враховано інтерпретативний підхід, який використовується для аналізу рекламного тексту як складної синтетичної структури.*

**Ключові слова:** інфодемія, медіатекст, маніпуляції, пострадянські медіа, реклама.

*This is the article researching the manipulation of the post-Soviet media from the analytics and social cultural viewpoint. Moreover, it establishes principle criteria of manipulation efficiency and elucidates, its status and characteristics of the manipulation. Furthermore, the article investigates the factors of mental marked creativity in advertising and determines media texts of the 21st century, and traces changes in the ideological, thematic, and genre-stylistic system of "Soviet" journalism in the 21st century. As a result, the authors establish specific characteristics of evolution of the manipulation of the post-Soviet media. The present research is based on the comprehensive approach. The inductive and deductive methods are adopted to discuss theoretical materials, and the interdisciplinary research method is used to detect postmodernism's specific features as an advertising philosophy, media infodemia. The interpretive approach, usually employed to analyse advertising text as a complex synthetic structure, was also taken into consideration. The application of the semantic and stylistic method identifies the stylistic means substantiating the ideological, esthetical and informative value of advertising and media text. Media conveys an artistic significance, cultural meanings and assessments to essentially commercial products.*

**Keywords:** infodemia, media text, manipulation, post-Soviet media, advertising.

**Вступ.** У дослідженні розглянуто зміст та модель функціонування маніпуляцій у пострадянських медіа в аспекті соціокультурного розуміння формування нового типу пропаганди метамодерного характеру. В таких умовах зароджуються і отримують значне поширення нові засоби комунікації, виникають нові комунікативні можливості, що стають невід'ємною частиною сучасного медіапростору та дістались усіх галузей функціонування соціуму. Інфодемія є логічним продовженням тотального охоплення світу медійними технологіями маніпулятивного характеру. Такий тип маніпуляції має власне інтерактивний характер та має такі можливості у швидкості і географії поширення завдяки активному застосуванню електронних засобів та комунікаційних каналів. Саме розгляд шляхів реалізації величезного потенціалу медіа, що належить полю діяльності пострадянської журналістики, складає наукову проблематику представленого дослідження.

Сьогодні в умовах пандемії та дистанційного режиму в переважній більшості комунікаційні маніпулятивні засоби медіа мають величезний потенціал до реалізації. Комунікативні навички сучасної молоді «цифрового покоління» сприяють зміні в галузі комунікації, способах прийняття обробки та використання інформації.

Реалізація цілей інформаційних війн передбачає залучення різних каналів комунікації для забезпечення ефективного впливу пропаганди, розширюються жанрові рамки медіатексту. Йдеться про декілька рівнів комунікації, що є необхідними в умовах ведення інформаційних війн.

Сьогодні пострадянська журналістика має великий потенціал до здійснення ефективного впливу, характеризуються конкретними та зручними способами прийняття, зберігання та використання комунікативних засобів. Залучення усього комплексу комунікаційних каналів до роботи медіа може мати велику цінність, оскільки збільшує зацікавленість аудиторії в самому процесі маніпулювання інформацією, емоціями, міфологією соціуму. Усе це потребує дослідження механізмів взаємодії між аудиторією та групою авторів, журналістів, митців, що можуть змінювати ролі, вибудовувати спілкування не за авторитарно-ієрархічним принципом, але в умовах спілкування на рівні рівноправного діалогу. Слід дослідити механізми народження в інформаційній війні нового розуміння проблеми, нового ставлення до світу. У такому високоінтенсивному та відкритому комунікативному середовищі виникає можливість маніпулювати суспільною думкою, підвищувати власні пропагандистські можливості,

вдало керувати інформаційними процесами. Окремою проблематикою в сучасній комунікативістиці та теорії журналістики є лінгвістична і стилістична специфіка медійних текстів та ті зміни, що постійно відбуваються в системі «радянської» журналістики XXI століття. Це явища стилізації, взаємодії реклами, ПР-технологій та пропагандистської міфології, що стають характерними рисами сучасної інфодемії.

Як результат у таких дослідженнях встановлюється специфіка еволюції маніпуляцій від радянських до в пострадянських ЗМІ. Інноваційний характер східноєвропейських ЗМІ та рекламної індустрії полягає в тому, що це форма творчого виробництва і поведінки, а не її адаптація до конкретного стилю спілкування. ЗМІ транслюють художні змісти, культурні значення та оцінки, по суті, комерційної продукції.

**Методи дослідження.** Вивчення маніпулятивних впливів та інформаційних війн, що є можливими завдяки сучасним трансформаціям в медіапросторі, ґрунтується на комплексному підході, який враховує багатогранний характер сучасних медіа, взаємозв'язок з раціональними та емоційно-аксіологічними орієнтирами суспільства.

Комплексний підхід є пріоритетним у методології дослідження. Індуктивні та дедуктивні методи використовуються для роботи з теоретичним матеріалом; метод міждисциплінарних досліджень використовується для інфодемії як потужної форми інформаційної війни.

Під час визначення засобів протидії маніпулятивним впливам у ЗМІ враховуються можливості інтерпретативної методології, метод інтерпретації також використовується для аналізу взаємовпливів реклами, журналістики та ПР-технік. Загалом у дослідженнях механізмів функціонування комплексних медіа, задіяних в інформаційних війнах, ефективною є інтерпретативна методологія: медіа описано як соціально-культурний концепт, що еволюціонує та є інтелектуально поліваріантним.

Основні методи дослідження трансформацій медіапростору в умовах інфодемії — описові (інвентаризація та описані складові технік маніпуляції в медіа) і структурні — використовуються для представлення інформаційної війни як цілісної функціональної структури, де елементи співвідносяться один з одним.

З метою вивчення медіа в їх нерозривному зв'язку з усіма галузями життя суспільства в роботі використовується метод міждисциплінарних досліджень. Він допоміг виявити основні соціальні та культурні особливості пріоритетів сучасних медіа, встановити соціальний статус

і творчий потенціал журналістики, реклами та ПР у становленні та розвитку якісних медіа.

**Результати й обговорення.** Країни пострадянського простору активно досліджують комплекс проблем, пов'язаних із розповсюдженням та протидією дезінформації [1]. Ці країни уже давно живуть у стані інформаційної війни, інший світ зіткнувся з цією проблемою. У фокусі сучасних досліджень опинилась проблема інформаційної безпеки [2].

Щодо самого поняття «інфодемія», то первинний термін Gunther Eysenbach [3] ввів, наділивши його позитивним значенням. Infodemiology [3] була номінована як поле дослідницької діяльності форм та методів поширення в інтернет-контенті із темою здоров'я, public health [4]; а також засобів протидії пропаганді курінню, алкоголізму [5]; методів запровадження пропаганди здорового способу життя, форм агітації проти САРС [6; 7].

Згодом цей термін зазнав значенневих змін, в умовах інформаційної війни трансформувалася до визначення поняття «інфодемії» як інформаційної епідемії, для якої характерно розповсюдження неточної або свідомо невірної інформації через ЗМІ та соціальні мережі. Пандемію нового коронавірусу COVID-19 оголошено у березні 2020 року [2], але інфодемія почалася на початку 2020 року. У лютому про активну участь Російської Федерації у поширенні неправдивої інформації про коронавірус заявили у Держдепартаменті США, у березні заяви підтримав Євросоюз. У серпні профільний підрозділ Держдепу США оприлюднив доповідь «Pillars of Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem», у якій, поміж іншим, вказав на існування російського інформаційного фронту проти України. У річичі цих досліджень проведено аналіз даних про втручання Кремля у президентські та думські вибори в РФ, використання ЗМІ та інших медіа в інтересах влади в умовах розповсюдження COVID-19.

Інфодемія розглядається з різних позицій. У сучасній журналістиці існує проблема недостовірності, неповного та упередженого висвітлення публічних подій. Г. Почепцов [3] аналізував специфіку розвитку українських медіа крізь призму концепції інформаційних війн, дослідник зазначив, що входження до чужого інформаційного простору може відбуватися через варіанти комунікації: подію, повідомлення, подію + повідомлення, подію, яка дорівнює повідомленню (як у випадку тероризму, коли подібна подія сильніша за будь-яке повідомлення про неї) [3]. Поширюючи інформацію, повідомляючи про явище дійсності як про подію, медіа формують інтерес

суспільства, проте не завжди ця подія є справжнім фактом дійсності, вона може бути сконструйованим інфоприводом або провокацією, створеною з маніпулятивною метою.

Щодо засобів ведення інформаційних війн, то сучасні універсалізовані медіа виявилися надзвичайно ефективними інструментами щодо поширення дезінформації та фейків усіх типів. Такі впливи стають більш ефективними, оскільки на сучасному медіаполі працюють універсальні комплекси взаємодії реклами та журналістики, ПР та медійних ресурсів.

Дослідження в цьому полі визначає взаємовплив реклами та журналістики [3], журналістики та ПР, ролі електронних ЗМІ та соціальних мереж. Щодо взаємопроникнення та потенціал рекламного виробництва, журналістики та ПР давно й багато відомо, засобам безпеки у медіа

Однак найбільших проявів використання маніпуляцій в засобах масової інформації набуло в Російській Федерації, перейшовши в ранг державної політики. Особливо проведення агресивної політики ведення інформаційних війн можна побачити під час аналізу первинних документів, за допомогою яких відбувається державне управління в РФ.

Починаючи з 2016 року українськими активістами було оприлюднено багато матеріалів, які підтверджують системні маніпуляції російської влади в інформаційному середовищі. Серед цих матеріалів найвідомішим стало розслідування #SurkovLeaks — аналіз дампу пошти помічника президента РФ Владислава Суркова. Першоджерелом є публікація на сайті InformNapalm (25.10.2016) [10]. Також слід відмітити дослідження, виконане в 2019 році для The Royal United Services Institute (RUSI) is the world's oldest independent think tank on international defence and security [8]. Справжність матеріалів SurkovLeaks було підтверджено багатьма дослідниками, зокрема відмічалось, що деякі автори листів, адресованих через адміністрацію президента РФ особисто Владиславу Суркову і знайдених в досліджуваному дампі пошти, підтвердили їх справжність. Контентний аналіз листування показав, що це дійсно документи російської влади, які перетинаються з її публічними діями. Фахівці з кібербезпеки перевірили й підтвердили цілісність дампу. Ну й найцікавіший, на наш погляд, аргумент щодо справжності цього зламу полягає в тому, що просто неможливо підробити таку кількість контенту: обсяг тільки першого оприлюдненого дампу пошти з розслідування SurkovLeaks досягає майже 1 ГБ. А таких інформаційних масивів

було кілька, й вони перетинаються між собою, і кожен наступний масив інформації підтверджує попередні оприлюднення.

Так, в 2020 році відбулась ще одна публікація матеріалів, пов'язана з розслідуванням SurkovLeaks. Було оприлюднено дамп поштової скриньки Бориса Рапопорта, який в 2013–2014 рр. працював під керівництвом Суркова в управлінні адміністрації президента РФ з соціально-економічного співробітництва з державами СНД, Абхазією і Південною Осетією [10, 11]. В останні роки він працює у відомстві Сергія Кириєнка заступником начальника управління президента щодо забезпечення діяльності держради РФ, займається виборами та іншими питаннями внутрішньої політики. Аналіз матеріалів робочого листування кремлівських політтехнологів показує, що маніпулятивні технології в російській медіасфері регулярно застосовує влада РФ.


Матеріали дампу досліджував Дмитро Золотухін, медіаексперт, екзаступник міністра інформаційної політики України (2017–2019 рр.) та інші аналітики. Перший оприлюднений аналіз, ще до публікації дампу, було присвячено останнім матеріалам листування, тематикою яких є внутрішня політика РФ [12, 13, 14]. Дослідниками проведено аналіз даних про втручання Кремля у вибори в РФ, маніпулювання суспільно

значущою інформацією для мобілізування населення на голосування щодо запропонованих владою змін у конституцію, використання ЗМІ та інших медіа в інтересах влади в умовах розповсюдження COVID-19 тощо.

У матеріалах про управління суспільною свідомістю, інформаційні засоби впливу, використання експертів [13] особливо цікавий епізод присвячений опозиційному російському політику Олексію Навальному. У кремлівському управлінні постійно відслідковують ситуації, які можуть представляти ризик для влади, в дампі багато таких робочих документів. Як правило, для виявлених ситуацій прописують рекомендації або пропонують рішення. Так, в листопаді 2019 року Олексій Навальний подав до суду позов щодо розгонів протестів. Цю ситуацію кремлівські політтехнологи визначили як ризиковану, й було розроблено медіаплан протидії Навальному, зокрема через підконтрольних Кремлю експертів, ЗМІ, телеграм-канали.

Аналіз матеріалів листування кремлівського чиновника показує, як влада в РФ мобілізує населення на голосування щодо змін у конституції: тези, заголовки, агітація, керовані вороги та багато інших інструментів внутрішньої кремлівської кухні [14]. Зокрема, в пошті зустрічається цікавий прийом «керовані вороги», який постійно застосовується в топових ток-шоу

## «УПРАВЛЯЕМЫЕ ВРАГИ» НА ТОК-ШОУ



**Описание**  
Демонстрация неприятного образа врага – тех, кто против поправок, с кем невозможно для обычного человека солидаризироваться. Следует создать группу активных спикеров, выступающих против поправок, которые были бы заметны в СМИ и имели бы доступ на федеральные каналы.

Эти спикеры должны придерживаться всего самого неоднозначного в так называемых «западных ценностях», например:

- либертарианцы (против закрепления социальных обязательств),
- феминистки (закрепить равный пенсионный возраст с мужчинами; половина парламентариев должны быть женщинами, не может находиться не может быть выдвинут на пост президента мужчина, если до этого был мужчина, прописать что у нас 50 гендеров и так далее)
- чайлдфри («я не хочу, чтоб мои налоги уходили чужим спиногограм»),
- ЛГБТ («нужно разрешить в Конституции гей-браки»).

**Исполнитель:**  
Информационный блок

**Целевая аудитория**

- Старший возраст
- Лоялисты

Рис. 1  
Прийом «керовані вороги»

на провідних центральних телеканалах РФ. Кремлівські політтехнологи планують створити групу спікерів, які мають демонструвати, що вони проти змін до Конституції, і з якими пересічна людина не схоче солідаризуватися (рис. 1). Такий прийом дуже небезпечний, він підвищує в суспільстві рівень напруги, формує ненависть до певних соціальних груп.

**Висновки.** Ознакою готовності суспільства до умов життя в диджиталізованому просторі є його вміння протистояти впливу інформаційних хвиль, інфодемії. Це, з одного боку, — відкритість до сприйняття нових ідей, технологій та інформації, а з іншого — пошук ефективних способів осмислення та аналізу інформації.

Інформаційні війни стають також можливими завдяки поєднанню можливостей та інструментів впливу реклами, ПР і журналістики. Тенденції розвитку медіа в умовах ведення інформаційних війн показують, що медіа мають усе більшу потребу у якісному змісті, а інакше — важко утриматися на верхівці у просторі соціальних мереж і будуть продовжувати створювати їх самі.

Одним із важливих чинників поширення інформаційної війни є залежність медійників на пострадянському просторі. Ця залежність від влади проявляється у небезпеці для журналіста бути репресованим, фізично знищеним, дискредитованим як професіонал. Працівники в галузі медіа є вразливими. Створюючи нові наративи, повідомляючи нову інформацію, медіа залежать від особистих контактів, знайомств — замовників медіаконтенту (політики, власники медіа, організатори комунікаційних кампаній); інструментальних засобів — від усталених фреймів, інструментів подання та сприйняття інформації, якими журналісти звикли користатися. Також варто враховувати соціальний тиск рейтингів, авторів фактів, громадської думки тощо. Отже, інформація може бути інструментом впливу з боку авторів медійного простору, тому з'ясування правдивості представленої інформації є важливою місією в сучасному комунікаційному полі. Саме тому до чинників медіаосвіти варто зарахувати ознайомлення з фактчекінговими технологіями.

Комерціалізація пострадянського медіапростору сполучається з ідеологічними настановами та державною політикою. Саме тому ПР використовує усе більше різних підходів щодо досягнення аудиторії. На даний момент це власні канали компаній та їх сателітів, держав, партій тощо. Але можливість створювати якісний зміст залишається. І виграють ті, хто гарно робить свою роботу, незалежно від того, яка професія формально зазначена в дипломах і ліцензіях.

#### Джерела

1. Золотухин Д. Взлом Бориса Рапопорта. Часть 1: Чьи уши торчат? URL: <https://ghall.com.ua/2020/06/11/vzлом-borisa-rapoporta-chast-1-chi-ushi-torchat> (дата звернення: 10.12.2020).
2. Zarocostas, J. How to Fight an Infodemic. [Electronic resource] / J. Zarocostas // *The Lancet*, Vol. 395, 676. Reference: doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X — Accessed: 10.12.2020.
3. Почепцов Г.Г. Меметическая война или в поисках «арифметики» разума. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20271/2017-12-24-memeticheskaya-voina-ili-v-poiskakh-arifmetiki-razuma/> (дата звернення: 08.10.2020).
4. Eysenbach, G. Infodemiology: The epidemiology of (mis)information. [Electronic resource] / G. Eysenbach // *American Journal of Medicine*. 113 (9): 763–765. — Reference: doi:10.1016/s0002-9343(02)01473-0 — Accessed: 08.10.2019.
5. Eysenbach, G. The Infovigil Project [Electronic resource] / G. Eysenbach — Reference: [www.infodemiology.org](http://www.infodemiology.org). Archived from the original on 2017-01-23. — Retrieved 2016-11-12.
6. Kim, Yoonsang; Huang, Jidong; & Emery, S. Garbage in, Garbage Out: Data Collection, Quality Assessment and Reporting Standards for Social Media Data Use in Health Research, Infodemiology and Digital Disease Detection [Electronic resource] / Yoonsang Kim; Jidong Huang; Sherry Emery // *Journal of Medical Internet Research*. 18 (2). — Reference: doi:10.2196/jmir.4738. — Accessed: 08.11.2019.
7. Woo, H.; Cho, Y.; Shim, E.; Lee, J.-K.; Lee, Ch.-G.; Kim, S. H. Estimating Influenza Outbreaks Using Both Search Engine Query Data and Social Media Data in South Korea. [Electronic resource] / H. Woo; Y. Cho.; E. Shim; J.-K. Lee.; Ch.-G. Lee.; S. H. Kim // *Journal of Medical Internet Research*. 18 (7). — Reference: doi:10.2196/jmir.4955 — Accessed: 10.10.2019.
8. GEC Special Report: Russia's Pillars of Disinformation and Propaganda [Electronic resource] / GEC Special Report. Reference: <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia>. — Accessed: 10.10.2020.
9. Shandra, A., & Seely, R. The Surkov Leaks: The Inner Workings of Russia's Hybrid War in Ukraine. [Electronic resource] / Shandra, A., Seely, R. The Surkov // RUSI. — Reference: <https://rusi.org/publication/occasional-papers/surkov-leaks-inner-workings-russias-hybrid-war-ukraine>. — Accessed: 10.09.2020.
10. SurkovLeaks: 1GB mail cache retrieved by Ukrainian hackers [Electronic resource]. — Reference: <https://informnapalm.org/en/surkovleaks/> — Accessed: 10.12.2020.
11. Дамп e-mail boris.ra@mail.ru, який належить Б. Рапопорту — помічнику Суркова-Путіна. Сайт lost-kib.org. URL: <https://ordilo.org/damp-e-mail-boris-ramail-ru-yakiynalezhyt-b-rapoportu-p/> (дата звернення: 08.10.2020).
12. Дамп електронної пошти помічника Суркова і організація маніпулювання свідомістю людей владою РФ. Сайт lost-kib.org. URL: <https://lost-kib.org/uk/>

article/damp-elektronnoi-poshti-pomichnika-surkova-i-organizatsiya-manipulyuvannya-svidomistyu-lyudey-vladoyu-rf (дата звернення: 08.10.2020).

13. (RapoportLeaks2) Управління суспільною свідомістю: популізм, експерти, медіа-плани та протидія Навальному. Сайт lost-kib.org. URL: <https://lost-kib.org/uk/article/rapoportleaks2-upravlinnya-suspilnoyu-svidomistyu-populizm-eksperti-media-plani-ta-protidiya-navalnomu> (дата звернення: 08.06.2020).

14. (RapoportLeaks3) Як влада в РФ мобілізує населення на голосування щодо змін у конституцію: тези, заголовки, агітація, керовані вороги та багато інших інструментів внутрішньої кремлівської кухні. Сайт lost-kib.org. URL: <https://lost-kib.org/uk/article/rapoportleaks3-yak-vlada-v-rf-mobilizue-naselennya-na-golosuvannya-shchodo-zmin-u-konstitutsiyu-tezi-zagolovki-agitatsiya-kerovani-vorogi-ta-bagato-inshikh-instrumentiv-vnutrishnoi-kremlivskoi-kukhni> (дата звернення: 10.09.2020).

### References

1. Zolotukhin, D. (2020). Vzлом Borisa Rapoporta. Chast 1: Chi ushi torchat? [Elektronnyi resurs]. [in Russian]. <https://ghall.com.ua/2020/06/11/vzлом-borisa-rapoportachast-1-chi-ushi-torchat>
2. Zarocostas, J. (February 29, 2020). How to Fight an Infodemic. [Electronic resource]. *The Lancet*, Vol. 395, 676 [in English]. doi.org/10.1016/S0140-6736(20)30461-X
3. Pocheptsov, H. H. (2017). Memeticheskaya voina ili v poiskakh «arifmetiki» razuma [Elektronnyi resurs]. [in Russian]. <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20271/2017-12-24-memeticheskaya-voina-ili-v-poiskakh-arifmetiki-razuma/>
4. Eysenbach, G. (2002). Infodemiology: The epidemiology of (mis)information. [Electronic resource], *American Journal of Medicine*, 113 (9): 763–765 [in English]. doi:10.1016/s0002-9343(02)01473-0
5. Eysenbach, G. The Infovigil Project [Electronic resource]. Archived from the original on 2017-01-23 [in English]. [www.infodemiology.org](http://www.infodemiology.org).
6. Kim, Yoonsang, Huang, Jidong, & Emery, S. (2016). Garbage in, Garbage Out: Data Collection, Quality Assessment and Reporting Standards for Social Media Data Use in Health Research, Infodemiology and Digital Disease Detection [Electronic resource], *Journal of Medical Internet Research*, 18 (2) [in English]. doi:10.2196/jmir.4738
7. Woo, H., Cho, Y., Shim, E., Lee, J.-K.; Lee, Ch.-G., & Kim, S. H. (2016). Estimating Influenza Outbreaks Using Both Search Engine Query Data and Social Media Data in South Korea. [Electronic resource]. *Journal of Medical Internet Research*. 18 (7) [in English]. doi:10.2196/jmir.4955
8. GEC Special Report: Russia's Pillars of Disinformation and Propaganda [Electronic resource], *GEC Special Report* [in English]. <https://www.state.gov/wp-content/uploads/2020/08/Pillars-of-Russia>
9. Shandra, A., & Seely, R. (2019). The Surkov Leaks: The Inner Workings of Russia's Hybrid War in Ukraine. *RUSI* [in English]. <https://rusi.org/publication/occasional-papers/surkov-leaks-inner-workings-russias-hybrid-war-ukraine>
10. SurkovLeaks: 1GB Mail Cache Retrieved by Ukrainian Hacktivists [Electronic resource]. [in English]. <https://informnapalm.org/en/surkovleaks/>
11. Damp e-mail boris.ra@mail.ru, yakyi nalezhyt B. Rapoportu — pomichnyku Surkova-Putina [in Ukrainian]. <https://ordilo.org/damp-e-mail-boris-ramail-ru-yakyi-nalezhyt-b-rapoportu-p/>
12. Damp elektronnoi poshty pomichnyka Surkova i orhanizatsiia manipulyuvannya svidomistiu liudei vladoiu RF. [Elektronnyi resurs], Site: lost-kib.org [in Ukrainian]. <https://lost-kib.org/uk/article/damp-elektronnoi-poshti-pomichnika-surkova-i-organizatsiya-manipulyuvannya-svidomistyu-lyudey-vladoyu-rf>
13. (RapoportLeaks2) Upravlinnia suspilnoiu svidomistiu: populizm, eksperty, media-plany ta protydiia Navalnomu. [Elektronnyi resurs], Site: lost-kib.org [in Ukrainian]. <https://lost-kib.org/uk/article/rapoportleaks2-upravlinnya-suspilnoyu-svidomistyu-populizm-eksperti-media-plani-ta-protidiya-navalnomu>
14. (RapoportLeaks3) Yak vlada v RF mobilizuje naselennia na holosuvannya shchodo zmin u konstytutsiiu: tezy, zaholovky, ahitatsiia, kеровани вороги та багато inshykh instrumentiv vnutrishnoi kremlivskoi kukhni. [Elektronnyi resurs], Site: lost-kib.org [in Ukrainian]. <https://lost-kib.org/uk/article/rapoportleaks3-yak-vlada-v-rf-mobilizue-naselennya-na-golosuvannya-shchodo-zmin-u-konstitutsiyu-tezi-zagolovki-agitatsiya-kerovani-vorogi-ta-bagato-inshikh-instrumentiv-vnutrishnoi-kremlivskoi-kukhni>

Подано до редакції: 19.02.2021.  
Прийнято до друку: 17.06.2021.