

**Іванов Д. В.,**  
канд. юрид. наук,  
доц. кафедри міжнародних відносин  
Українсько-Польського ВНЗ  
«Центрально-Європейський університет»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2246-2404>

**Denys Ivanov,**  
Candidate of Law Science  
Associate Professor in the Department of  
International relations at Ukrainian-Polish  
high school «Central European University»  
Email: [denis7ivanov7@gmail.com](mailto:denis7ivanov7@gmail.com)

УДК 316.77

DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2019.7.2>

## НАДЛЮДИНА МАНІПУЛЬОВАНА: ЦИФРОВА ТА РЕАЛЬНА ІДЕНТИЧНОСТІ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ

---

### THE SUPERHUMAN BEING MANIPULATED: THE DIGITAL AND THE REAL PERSONALITY ON SOCIAL NETWORKS

**Анотація.** Метою статті є опис базових механізмів використання даних активності чи пасивності користувачів соціальних мереж та власників гаджетів, а також пов'язаних із цим викликів. Використовуючи метод контент аналізу, профіль у соціальній мережі розглядається як профіль ідентичності власника, в якому наявність чи відсутність інформації свідчить про те, ким є користувач та до яких категорій його можна зарахувати за різноманітними критеріями. Профіль у мережі розглядається як місце сповіді користувача, а гаджет – як «протез», потрібний кожному для реалізації власних потреб. Таким чином, людина з гаджетом розглядається як єдине ціле. Наведено відомості про розвиток методики OCEAN, яка дозволяє «виміряти» психіку особи на підставі її аутоекспресії у соціальній мережі. Подано приклади використання даних користувачів фірмою Кембридж Аналітика для політичних цілей – президентських виборів у США 2016 року, Брексіту, а також приклади, які свідчать про глобальний рівень збору персональних відомостей, їх високу репрезентативність, автоматизацію процесів збору та обробки інформації користувачів соціальних мереж та їх профілювання. Для демонстрації рівня репрезентативності даних наведено порівняння кількості користувачів соціальної мережі Фейсбук у США з кількістю населення країни. Також з метою виявлення співвідношень тих аспектів, які вивчаються проаналізовано статистичні дані користувачів системи Андроїд. Грунтуючись на методах індукції та дедуції, висвітлено проблеми, пов'язані з процесами використання інформації користувачів гаджетів (крадіжку ідентичності, використання персональних відомостей для маніпуляцій, у тому числі політичних та споживацьких, загрози для демократичності виборів та втрату суб'єктності у прийнятті рішень). Зазначено тенденцію зневіри людей до політичної системи загалом, яка буде розвиватися як реакція на зазначені вище процеси. Запропоновані рішення, що можуть зменшити негативні процеси (вдосконалення законодавства на міжнародному та національному рівнях, сприяння підвищенню обізнаності). Цінність цієї роботи для науки та суспільства вбачається у комплексну висвітленні проблем, які у багатьох аспектах залишаються маргінальними, хоча їх вплив на різні суспільні групи загалом та кожну людину зокрема є надзвичайно вагомими.

**Ключові слова:** надлюдина, соціальна мережа, профіль ідентичності, великі дані, категоризація.

**Abstract.** The main objective of the article is to describe the basics of using data on the activity/passivity of social network users and gadget owners, as well as related challenges. Using the method of content analysis, we consider the profile in the social network as the profile of the identity of the owner. Through the prism of presence/absence of information, we can assume who is this or that user. Based on various criteria, we can determine to which category a particular user can be attributed. We consider the profile in the network as a place of confession for the user, and the gadget considered as “prosthesis” that everyone needs to achieve their goals. Therefore, the person and the gadget are considered holistic. We provide information on the development of the OCEAN method, which allows us to «measure» the human psyche based on auto-expression on a social network. We present examples of using users data by Cambridge Analytics for political purposes, such as the 2016 presidential election in the USA, Brexit, and

© Іванов Д. В., 2019

ISSN 2524-2644

Integrated communications, 1 (7), 2019

examples showing global data collection, high data representativeness, automating data collection processes, processing information from social network users and their profiling. To demonstrate the level of representativeness of the data, we compared the number of Facebook users in the USA with a population of this country. For comparison purpose, we also analyzed the statistics of users of the Android system. Based on the methods of induction and deduction, as a result, we presented the problems associated with the use of information of gadgets owners (identity theft, using data for manipulation (political and consumer) purpose, threats to democratic elections and the loss of subjectivity in the decision-making process). We also noted the trend (disappointment of people who understand the situation in the political system as a whole), which will develop as a reaction to these processes. As a conclusion, we propose solutions that can reduce negative processes (improving legislation at the international and national level, promoting awareness). The significance of this study for science and society is to clarify the problems associated with big data, which often remain outside the scope of discussion.

**Keywords:** superhuman, social network, identity profile, big data, categorization.

**W**stęp. W ciągu ostatnich trzech lat widoczne są procesy, które pozwalają wciągnąć wniosek, iż stosowanie manipulacji w skali makro oparte jest na bardzo precyzyjnych metodach natury naukowej. Artykuł ten był napisany w lutym 2017 roku, kiedy wydawało się, że procesy precyzyjnej manipulacji towarzyszące wyborom w Stanach Zjednoczonych bądź Breksitowi dotyczą głównie państw zachodnich. Dzisiaj pisząc wstęp do tego artykułu widzę, że region Europy Środkowo-Wschodniej też jest dotknięty tymi zagadnieniami. Jeśli wybór Trampa rozpatrywać w kategoriach protestu przeciwko nurtowi neoliberalnych rozwiązań politycznych w Stanach Zjednoczonych, o podobnym proteście możemy mówić w Rzeczypospolitej Polskiej, a mianowicie w postaci sukcesu politycznego konserwatywnej partii PIS. Gdy spojrzymy na wybory prezydenckie na Ukrainie w roku 2019 też możemy je rozpatrywać, jako pewien protest lokalny. Protest towarzyszył transformacjom politycznym przez całą historię ludzkości, był on procesem naturalnego rozwoju społeczno-politycznego. Jednak dzisiaj „naturalność” protestu jest co raz bardziej podważana tym, że elity posiadają narzędzia precyzyjnego pomiaru nastrojów społecznych w postaci „Big data”. Rozwój technologii z kolei w dużej mierze ogranicza możliwości jednostki do tego, aby pozostać niewymierzoną bądź nieprofilowaną.

Artykuł zawiera pewne kompendium istniejącej na ten temat wiedzy teoretycznej. Kwestie „Big data” poruszane w pracach Stevensa-Dawidowica S. [1], Kalyvas J. R. [2], Krugera Strydoma S. [3], Marra B. [4; 5] Mayer-Schönbergera V., Cukiera K. [6], Morabito V. [7], Payton T. [8], Shaffera K. [9], Završnika A. [10] oraz innych. Niniejsze opracowanie jest uzupełnieniem istniejącej wiedzy oraz próbą całościowego naświetlenia najbardziej aktualnych kwestii w formie krótkiego artykułu badawczego. Celem artykułu jest przedstawienie podstawowych mechanizmów wykorzystywania danych aktywności / pasywności użytkowników sieci społecznościowych oraz właścicieli gadżetów, a także związanych z tym wyzwań w skali makro. Zadaniem niniejszego artykułu jest przedstawienie zagadnień związanych z wielkimi danymi stosując międzydyscyplinarne podejście w celu ujawnienia najbardziej istotnych aspektów natury psychologicznej, socjalnej, politologicznej oraz komunikatywnej.

**Metody badawcze.** Metodologiczne niniejsze opracowanie oparte jest na tradycyjnych dla takiego rodzaju prac

metodach oraz technikach badawczych. Metoda analizy treści stosowana jest w celu badania profilu w sieciach społecznościowych oraz analizy związanej z możliwościami podziału takich profili na pewne kategorie. Ta sama metoda stosowana jest w celu opracowania istniejących na ten temat tekstów. Analiza danych statystycznych stosowana jest w celu ujawniania poziomu obrotu danymi osobowymi w skali makro. Metody indukcji, dedukcji, przewidywania trendów rozwoju stosowane są w celu ujawnienia aktualnej sytuacji z wykorzystaniem wielkich danych, istniejących zagrożeń oraz rozwiązań, mogących zminimalizować negatywne skutki.

**Wyniki oraz omówienie.** Nietzsche pisząc o nadczłowieku nie zdawał sobie sprawy jak będzie on mógł wyglądać w XXI stuleciu. Pojęcie Übermensch [11] w dzisiejszych czasach nie ma już takiego wydźwięku, które miało ono niegdyś. Rozwój nauki, a może bardziej technologii, zaowocował symbiozą natury z technologią – zjednoczeniem twórcy ze stworzeniem, czyli człowieka z elektronicznym gadżetem. Przestrzenią, w której działa ten symbiotyczny hybryd, są sieci społecznościowe. I tam ten, kto w terminologii Nietzschego jest «nikim» może być, albo przynajmniej udawać że jest «Kimś», czyli Übermenschem.

*Sieć społecznościowa jako miejsce spowiedzi, proteza, wyszukiwarka.* Przestrzeń sieci społecznościowej daje duże możliwości autokreacji, poprzez uzupełnienia i ciągłego udoskonalania własnego profilu, zgodnie z wolą i zmiennymi upodobaniami użytkownika. Po pewnym czasie profil zdaje się być maksymalnie dopasowany do osobowości jego właściciela i odzwierciedla, to co użytkownik chce o sobie powiedzieć. Analizując dobrze zagospodarowany profil możemy wnioskować o tym: kim jest użytkownik, jak chce być postrzegany, co myśli o tym lub innym wydarzeniu, jak reaguje na to lub inne wydarzenie, jego poziomie edukacji, słownictwie, jakimi językami się posługuje, gdzie mieszka, skąd pochodzi, z kim się przyjaźni, na ile jest otwarty, na ile ufa FB, etc.

Taka autoekspresja koresponduje z ogólnoludzkimi potrzebami, które zaspakajane są w sieci społecznościowej. Sieć społecznościowa jako przestrzeń autoekspresji spełnia wiele różnych funkcji – jest ona przestrzenią wypowiedzi publicznych, także zawiera przestrzeń prywatną, poprzez co też służy celom o charakterze spowiedzi. Dlatego użyteczna strona posiadania profilu dla poszczególnego użytkownika wynika z

potrzeb ludzkich, uogólniając literacko można ująć to w taki sposób – «sieć społecznościowa służy wszystkim i każdemu, kto ma jakikolwiek potrzeby związane z posiadaniem informacji o innych lub budowania własnego digitalnego obrazu u innych dla swoich partykularnych celów».

Posiadanie gadżetu i profil na Facebooku pozwala na ekspresję uczuć i poszukiwanie tych, którzy mają podobne poglądy np.: polityczne, czy podobne zainteresowania dotyczące sportu, czy gotowania.

Analiza poszczególnego profilu – badanie informacji o kreacji, uzupełnieniu lub poprawianiu tych albo innych treści w ciągu pewnego czasu pozwoli odpowiedzieć na pytania dotyczące różnych zmiennych w tym rozwoju jednostki, jej postępu umysłowego, relacji z przyjaciółmi, regularności aktywności użytkownika, częstotliwości i stopniu jego ekspresji, sposobów jej wyrażania, etc.

Dla osiągnięcia celów poszczególnych użytkowników, jak również i dla innych celów (w tym ułatwienie wyszukiwania, targetowania reklam, etc.) sieci społecznościowe stworzone są w taki sposób, aby łatwo można było dokonać podziału użytkowników na różne kategorie.

*Kategoryzacja profilu w sieci.* Poza tym, że wystukiwanie pewnych kategorii profili ma wartość utylitarną z perspektywy przeciętnego użytkownika w jego dążeniu do wyszukiwania (na przykład kibiców drużyny piłkarskiej), to mechanizm ten zawiera także wartość badawczą.

Dla celów realizacji badań, podzielić można profile na różne kategorie, co uzależnione jest od celów badania oraz poglądów badacza. Przy ogólnym podziale, na przykład, można wskazać na profile które są obecne jednocześnie w wielu sieciach społecznościowych oraz takie, które istnieją wyłącznie w jednej społecznościowej sieci.

W każdym razie podziału należy dokonywać na podstawie podanej informacji lub jej braku; charakterystyk podanej informacji (prawdziwa/fałszywa; ze względu na dominującą akcentuację oraz cel stworzenia profilu). Można też dokonać różnych podziałów na kategorie ze względu na aktywność użytkownika.

Jeszcze jedną opcją dla kategoryzacji jest podział profili ze względu na prywatność/publiczność. Podział profili dokonany na podstawie braku lub obecności informacji może być połączony z zagadnieniami prywatności – publiczności profilu, co z kolei może wskazywać na cel stworzenia profilu.

Można też zaproponować różne terminy, określające podejście badacza do kategoryzacji – w przypadku badania dychotomicznych elementów (na przykład: obecność zdjęcia lub jego braku; profile, które są obecne jednocześnie w wielu sieciach społecznościowych oraz takie, które istnieją wyłącznie w jednej ze społecznościowej sieci) zastosować termin «prosta kategoryzacja» / «bezpośrednia kategoryzacja», w przypadku badania wielu elementów i więzi pomiędzy nimi można stosować termin «złożona kategoryzacja» – czyli taka, która pozwalała na odnalezienie takich kategorii, które dają możliwość nie tylko na

podział użytkowników na jawne kategorie: «mężczyzna/kobieta, ze wskazaniem wieku/bez wskazania wieku», etc. ale i na kategorie, niejawne, na przykład: «biały 25-letni mężczyzna, który lubi broń i samochody oraz z 89% prawdopodobieństwem zgłasza na Trampa».

Przykładem złożonej kategoryzacji jest kategoryzacja, która zawiera element zaawansowanej analizy oraz korelację między informacjami. Na podstawie korelacji różnych danych można zweryfikować informację oraz stworzyć kategorie bardziej złożone, wskazujące na typ zachowania użytkownika w sieci, a w konsekwencji na typ użytkowników – akcentuacje osobowości użytkowników, etc.

Poza tym niektóre przypadki zachowania w sieci (aktywności użytkownika) pozwalają dokonać kategoryzacji nawet, gdy informacja pojawiła się sytuacyjnie, jako reakcja na to albo inne wydarzenie. Przykładem tego jest zamieszczenie na swoim awatarze flagi francuskiej jako reakcji na ataki terrorystyczne we Francji. Ten cyfrowy gest pozwala wyciągnąć mnóstwo wniosków w kwestii tego, kim jest użytkownik profilu, jak się zachowuje tendencyjnie/grupowo, itp.

To samo dotyczy «dawania polubień» pod zdjęciami na profilu, liczby przyjaciół, czy liczby udostępnień. Wszystkie te informacje pozwalają dokonać podziału profili i ich użytkowników na różne kategorie.

Po opisanu metodologicznych wątków przejdziemy do utylitarnej strony kategoryzacji, która wyjaśni dlaczego gadżet, jak i sieć społecznościowa – to protezy uzupełniające niedoskonałości człowieka, zawierające w sobie zarówno jasną, jak i ciemną stronę.

*Übermensch obnażony.* Wracając do zagadnień dotyczących nadczłowieka można zaproponować tezę o wykorzystaniu technologii dla celów wyższych. Ten, kto dąży zająć miejsce Boga (który według Nietzschego zmarł [12]) w swoich wyższych dążeniach powinien posługiwać się technologią, jako niezbędnym narzędziem. Przykłady takiego użytkownika są często wysmiewane i określane mianem «konspiologia». Dotyczą one globalnego inwigilacji, zbioru danych prywatnych przez służby specjalne i wykorzystania ich przez Globalny Rząd. Jeżeli zagadnienia dotyczące Globalnego Rządu w obecnej chwili są zbyt słabo uzasadnione, to programy globalnego śledzenia mają swoje uzasadnione przyczyny. Do takich przyczyn należy obecność w gadżetach takich technologii jak A-GPS, która pozwala offline wyznaczać miejsce położenia danego urządzenia. Poza tym, udowadnia globalną inwigilację skandal medialny 2013 roku dotyczący tego, że USA (we współpracy z Australią i Nową Zelandią) zbierały informację na wewnętrznych i międzynarodowych kanałach łączności o zbyt dużym stopniu szczegółowości, aniżeli przypuszczało się wcześniej (później okazało się, że to samo robią służby specjalne Francji oraz Wielkiej Brytanii) [13; 14; 15; 16; 17].

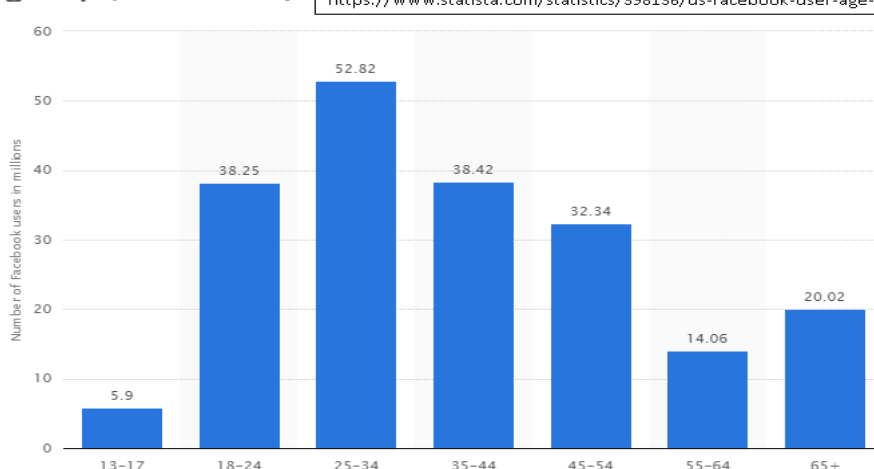
Wróćmy do sieci społecznościowych. W jaki sposób wykorzystane one mogą być widać ze względu na ostatnie wydarzenia o charakterze globalnym.

Przykłady pracy z Big Data oraz skutki jakie może spowodować udane wykorzystywanie jakichkolwiek informacji zostały ujawnione w artykule wydania «Das Magazin» o tym jak przy wykorzystaniu Big Data praca paru badaczy zaowocowała wygraniami Trumpa oraz Brexit [18].

Mr. Alexander Nix – dyrektor firmy Cambridge Analytica's wskazał, iż metoda stosowana dla osiągnięcia powyższych celów nazywa się OCEAN – akronim (Openness to Experience, Conscientiousness, Extroversion, Agreeableness, Neuroticism).

Aneks 1

**Number of Facebook users in the United States as of January 2017, by age group (in millions)**



We wspomnianym artykule dziennikarze szwajcarskiego czasopisma opisali losy wynalazku Michała Kosińskiego oraz jego kolegów. Zacniemy od postaci Pana Michała, który w 2010 roku został «Deputy Director» w «University of Cambridge Psychometrics Centre Cambridge», (o czym także wskazano na jego prywatnej stronie w Internecie [19]). Prowadzone w placówce badania zaowocowały stworzeniem przez Kosińskiego i jego kolegów kwestionariusza za pomocą którego możliwe zostało wykreowanie profilu osobowości [20]. Wskazany kwestionariusz został zaincorporowany w aplikację dla Facebooka i zespół badaczy zaczął zbierać informacje od użytkowników Facebooka, ciekawych profilu swojej osobowości. Zebrane dane były przetwarzane przez badaczy i system zaczął się rozwijać [18].

Praca zespołu badaczy nad modelem zaowocowała tym, że w 2012 roku Kosińskiemu udało się udowodnić, iż analiza 68 lajków na Facebooku jest dostateczną, aby ujawnić kolor skóry osoby badanej (z wiarygodnością 95%), homoseksualizm (z wiarygodnością 88%), do jakiej opcji politycznej należy badany – demokratyczna lub republikańska partia Stanów Zjednoczonych (z wiarygodnością 85%) [18].

Jak łatwo się domyślić dalsze losy wynalazku potoczyły się w ten sposób, iż został on przejęty przez specjalistów od politycznych technologii z firmy Cambridge Analytica's i wykorzystany dla celów Brexitu, do wygranej wyborów prezydenckich Trumpa w USA oraz wygrania przez senatora Teda Cruza wyborów do Senatu USA [18].

Wskazana metoda pozwala «wymierzyć» osobowość, opisać cechy charakteru człowieka, co z kolei umożliwia dopasowanie «messagów» wyborczych do konkretnej grupy osób [21]. Co więcej taka metoda pozwala dopracowanie «messagów» do potrzeb tych lub innych kategorii osobowości oraz odpowiednich manipulacji w zakresie podjęcia przez różne osobowości decyzji o wyborze kandydata.

Oczywiście, że wskazana powyżej historia może być reklamą firmy Cambridge Analytica's, której w artykule wydania «Das Magazin» przypisana została zasługa wszystkich wskazanych wydarzeń wyborczych oraz Brexit [18].

Jeżeli jednak spojrzeć na twarde dane, zrozumiałe jest to, że dotychczasowe metody manipulacji świadomością mas częściowo odchodzą do lamusa oraz że żyjemy w erze «targetowanej manipulacji».

Przykładem jest sytuacja z wyborami w USA – sprawdźmy: ilość użytkowników sieci Facebook w USA 2017 roku – 214 milionów [22], ilość populacji USA – więcej niż 325 milionów [23] (Zob. Aneks 1 oraz Aneks 2), biorąc pod uwagę to, że wskazana ilość użytkowników jest reprezentatywna, oraz ten fakt, że analiza nawet otwartych danych owocuje wynikami pozwalającymi na głęboką analizę osobowości i weryfikację danych (co udowodnił Kosiński [18]), wątpliwości dotyczące możliwości «targetowanej manipulacji» znikają.

Poza zagadnieniami dotyczącymi badania otwartych danych, z wypowiedzi Mr. Alexander Nix [21] zrozumiałe

jest, iż poza wykorzystaniem otwartych danych, firmy (taki jak jego) wykorzystują «cookies».

Jeżeli również uwzględnić, iż terazniejsze systemy operacyjne nie dają 100% gwarancji tego, iż dane związane z aktywnością użytkownika w sieci nie będą wykorzystane dla celów, o których on może nie wiedzieć, perspektywa prywatności, autoekspresji w sieci, poszukiwanie jaki-ekolwiek informacji, czy też zwykłe korzystanie z komputera, tabletu lub telefonu komórkowego nie wygląda optymistycznie.

Przykłady tego są liczne. Jednym z nich jest zainstalowanie na system Android (z którego korzysta 1,4 miliarda ludzi [24]) aplikacji takich jak What'sapp (zainstalowana co najmniej 1 miliarda razy [25]) lub Skype (zainstalowana co najmniej 500 mln razy [26]) albo Facebook (zainstalowana co najmniej 1 miliard razy [27]) przy instalacji których użytkownik wyraża każdorazowo zgodę na dostęp do prawie wszystkich informacji na własnym gadżecie wskazanym aplikacjom. Należy podkreślić, iż tak mocna ingerencja aplikacji w system używanych gadżetów jest powszechna regułą.

*Urbemensch i utrata podmiotowości.* Jak widać zagadnienie dotyczące ukrytej manipulacji teraz dopiero zaczyna być wiodącym i docenianym tematem. Można śmiało przypuścić, iż w przyszłości zagadnienia te będą coraz intensywniej dyskutowane.

Temat ten niejednokrotnie był poruszany w przestrzeni publicznej, a ważności jego dla funkcjonowania demokracji nie sposób zbagatelizować. W 2015 roku poruszono ten temat w serialu «House of Cards» w sezonie 4, który potencjalnie obejrzy przynajmniej 5 milionów widzów na całym świecie [28].

**Wnioski.** Reasumując można wskazać na tendencje, który z czasem uwidaczniają się coraz bardziej, mianowicie:

1. Zagrożenia dla danych osobowych, co z kolei powoduje określone ryzyka dotyczące kradzieży tożsamości, wykorzystania takich danych do przestępstw a także do politycznych lub inaczej uzasadnionych manipulacji.

2. Zagrożenia dla mechanizmów wyborczych i systemu demokratycznego (przykład: wybory w USA oraz plebiscyt w UK).

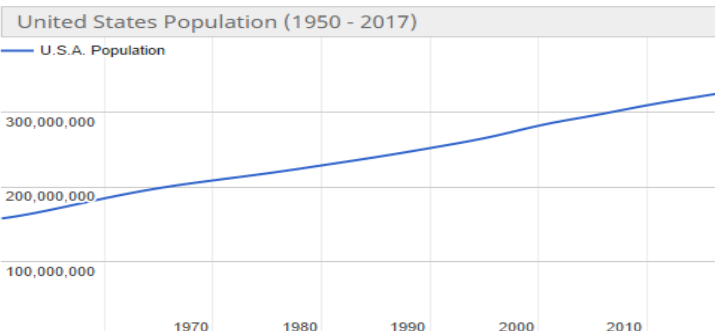
3. Konieczność dalszego udoskonalania zagadnień prawa informacyjnego oraz rozwoju tej dziedziny prawa, kwestii połączonych z nauczaniem nieograniczonego kręgu odbiorców bezpiecznego posługiwania się Internetem i sieciami społecznościowymi oraz rozwój odpowiedniej kultury [29].

Uogólniając wnioski można o kluczowym problemie – braku podmiotowości przy podjęciu decyzji o charakterze politycznym u jednostki, chociaż ten problem

## U.S. Population (LIVE)

# 325,702,006

U.S. Population (LIVE), <http://www.worldometers.info/world-population/us-population/>, dane stanem na 03.03.2017 21:29



nie jest czymś nowym – zaawansowane metody manipulacji owocują tym, iż wiara w demokrację jako taką, będzie coraz mniejsza. Nadto będą pojawiać się problemy uboczne – problem wyłączenia z «gry» osób świadomych systemu, problem dalszej «segregacji» na «elity» i «plebsu», etc.

**Podziękowanie.** Chciałbym serdecznie podziękować osobom, które przyczyniły się do powstania niniejszej pracy oraz jej publikacji – Dr. Kazimierz Wóycickiemu oraz Pani Dr. Ninie Vernyhorze.

#### Список літератури

1. Стивенс-Давидовиц С. Все лгут. Поисквики, Big Data и Интернет знают о вас всё // Litres. 2018.
2. Kalyvas J. R. Big Data: A Business and Legal Guide // Auerbach Publications. 2014.
3. Kruger Strydom S. Big Data Governance and Perspectives in Knowledge Management (Advances in Knowledge Acquisition, Transfer, and Management (AKATM)) // IGI Global. 2018.
4. Marr B. Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results // John Wiley & Sons. 2016.
5. Marr B. Big Data: Using SMART Big Data, Analytics and Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance // John Wiley & Sons. 2016.
6. Mayer-Schunberger V., Cukier K. Big Data: A Revolution that Will Transform how We Live, Work, and Think // Paperback. 2014.
7. Morabito V. Big Data and Analytics: Strategic and Organizational Impacts // Springer. 2015.
8. Payton T., Claypoole T. Privacy in the Age of Big Data: Recognizing Threats, Defending Your Rights, and Protecting Your Family // Rowman & Littlefield. 2014.
9. Shaffer K. Data versus Democracy: How Big Data Algorithms Shape Opinions and Alter the Course of History // Apress. 2019.
10. Završnik A. Big Data, Crime and Social Control // Routledge. 2017.

11. Nietzsche F. Also sprach Zarathustra, herausgegeben von Volker // Gerhardt Walter de Gruyter. 2012.
12. Nietzsche F. Die fröhliche Wissenschaft // Nikol. 2017.
13. Edward Snowden and the NSA files – timeline, *The Guardian*, 23 June 2013. Retrieved July 2013.
14. How Microsoft handed the NSA access to encrypted messages, *The Guardian*, 12 July 2013 (retrieved: 13. 07. 2013).
15. NSA slides explain the PRISM data-collection program, *The Washington Post*, 6 June 2013, updated 10 July 2013. Retrieved 12 Jul 2013.
16. Rosenbach M., Poitras L., Stark H. How the NSA Accesses Smartphone Data // *Spiegel*, 09 September 2013.
17. Jones T. Germany and EU targets for US espionage // *Spiegel reports*, August 11, 2008.
18. Grassegger V. H., Krogerus M. Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt Der Psychologe Michal Kosinski hat eine Methode entwickelt, um Menschen anhand ihres Verhaltens auf Facebook minutius zu analysieren. Und verhalf so Donald Trump mit zum Sieg // *Das Magazin N48*, 3 Dezember 2016.
19. Kosinski, Michal. Work experience. URL: [http://www.michalkosinski.com/home/work\\_experience](http://www.michalkosinski.com/home/work_experience) (дата звернення: 01. 02. 2017).
20. MyPersonality Project. URL: <http://mypersonality.org/wiki/doku.php?id=start> (дата звернення: 01. 02. 2017).
21. The Power of Big Data and Psychographics. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=n8Dd5aVXLCC> (дата звернення: 02. 02. 2017).
22. Number of Facebook users in the United States as of January 2017, by age group (in millions). URL: <https://www.statista.com/statistics/398136/us-facebook-user-age-groups/> (дата звернення: 02. 02. 2017).
23. U. S. Population (LIVE). URL: <http://www.worldometers.info/world-population/us-population/> (дата звернення: 03. 02. 2017).
24. 108 Amazing Android Statistics, November 2016, DMR. URL: <http://expandedramblings.com/index.php/android-statistics/> (дата звернення: 03. 02. 2017).
25. WhatsApp Messenger. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.whatsapp&hl=en> (дата звернення: 04. 02. 2017).
26. Skype – free IM & video calls. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.skype.raider&hl=en> (дата звернення: 04. 02. 2017).
27. Facebook. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.katana&hl=en> (дата звернення: 04. 02. 2017).
28. Morris D. Z. Here's How "House of Cards" Viewership Stacks Up Against the Offline Competition (Maybe), Mar 05, 2016. URL: <http://fortune.com/2016/03/05/house-of-cards-viewership/> (дата звернення: 04. 02. 2017).
29. Іванов Д. Систему захисту приватності в ЄС буде змінено. URL: <http://www.polradio.pl/5/198/Artykul/212103> (дата звернення: 05. 02. 2017).
2. Kalyvas, J. R. (2014), «Big Data: A Business and Legal Guide», *Auerbach Publications*.
3. Kruger Strydom, S. (2018), «Big Data Governance and Perspectives in Knowledge Management (Advances in Knowledge Acquisition, Transfer, and Management (AKATM))», *IGI Global*.
4. Marr, B. (2016), «Big Data in Practice: How 45 Successful Companies Used Big Data Analytics to Deliver Extraordinary Results», *John Wiley & Sons*.
5. Marr, B. (2016), «Big Data: Using SMART Big Data, Analytics and Metrics To Make Better Decisions and Improve Performance», *John Wiley & Sons*.
6. Mayer-Schünberger, V., Cukier, K. (2014), «Big Data: A Revolution that Will Transform how We Live, Work, and Think», *Paperback*.
7. Morabito, V. (2015), «Big Data and Analytics: Strategic and Organizational Impacts», *Springer*.
8. Payton, T. Claypoole, T. (2019), «Privacy in the Age of Big Data: Recognizing Threats, Defending Your Rights, and Protecting Your Family», *Rowman & Littlefield*.
9. Shaffer, K. (2019), «Data versus Democracy: How Big Data Algorithms Shape Opinions and Alter the Course of History», *Apress*.
10. Završnik, A. (2012), «Big Data, Crime and Social Control», *Routledge*.
11. Nietzsche, F. (2012), «Also sprach Zarathustra, herausgegeben von Volker», *Gerhardt Walter de Gruyter*.
12. Nietzsche, F. (2017), «Die fröhliche Wissenschaft», *Nikol*.
13. Edward Snowden and the NSA files – timeline, *The Guardian*, 23 June 2013. Retrieved July 2013.
14. How Microsoft handed the NSA access to encrypted messages, *The Guardian*, 12 July 2013 (retrieved: 13 Jul 2013).
15. NSA slides explain the PRISM data-collection program, *The Washington Post*, 6 June 2013, updated 10 July 2013. Retrieved 12 Jul 2013.
16. Rosenbach, M., Poitras, L., Stark, H. How the NSA Accesses Smartphone Data, *Spiegel*, 09 September 2013.
17. Jones T. Germany and EU targets for US espionage, *Spiegel reports*, August 11, 2008.
18. Grassegger, V. H., Krogerus, M. Ich habe nur gezeigt, dass es die Bombe gibt Der Psychologe Michal Kosinski hat eine Methode entwickelt, um Menschen anhand ihres Verhaltens auf Facebook minutius zu analysieren. Und verhalf so Donald Trump mit zum Sieg, *Das Magazin*, N48, 3 Dezember 2016.
19. Dr Michal Kosinski, WORK EXPERIENCE, available at: [http://www.michalkosinski.com/home/work\\_experience](http://www.michalkosinski.com/home/work_experience) (accessed: 01 February 2017).
20. MyPersonality Project, available at: <http://mypersonality.org/wiki/doku.php?id=start> (accessed: 01 February 2017).
21. The Power of Big Data and Psychographics, available at: <https://www.youtube.com/watch?v=n8Dd5aVXLCC> (accessed: 02 February 2017).
22. Number of Facebook users in the United States as of January 2017, by age group (in millions), available at: <https://www.statista.com/statistics/398136/us-facebook-user-age-groups/> (accessed: 02 February 2017).

## References

1. Ctyvens-Davydovvys, C. (2018) «Everybody lies. Search engines, Big Data and Internet knows everything about you», *Litres*.

23. U. S. Population (LIVE), available at: <http://www.worldometers.info/world-population/us-population/> (accessed: 03 February 2017).

24. 108 Amazing Android Statistics, November 2016, DMR, available at: <http://expandedramblings.com/index.php/android-statistics/> (accessed: 03 February 2017).

25. WhatsApp Messenger, available at: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.whatsapp&hl=en> (accessed: 04 February 2017).

26. Skype - free IM & video calls, available at: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.skype.raider&hl=en> (accessed: 04 February 2017).

27. Facebook, available at: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.facebook.katana&hl=en> (accessed: 04 February 2017).

28. Morris, D. Z. Here's How "House of Cards" Viewership Stacks Up Against the Offline Competition (Maybe), Mar 05, 2016, available at: <http://fortune.com/2016/03/05/house-of-cards-viewership/> (accessed: 04 February 2017).

29. Ivanov, D. The system of protection of privacy in the EU will be changed, available at: <http://www.polradio.pl/5/198/Artykul/212103> (accessed: 05 February 2017).

Подано до редакції 22. 04. 2019 р.

**Иванов Д. В.,**

кандидат юридических наук, информационный аналитик-международник,

доцент кафедры международных отношений

Центрально-Европейского университета

### **СВЕРХЧЕЛОВЕК МАНИПУЛИРУЕМЫЙ: ЦИФРОВАЯ И РЕАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

**Аннотация.** Целью статьи является описание базовых механизмов использования данных активности или пассивности пользователей социальных сетей и владельцев гаджетов, а также связанных с этим вызовов. Используя метод контент анализа, профиль в социальной сети рассматривается как профиль идентичности владельца, в котором наличие или отсутствие информации свидетельствует о том, кем является пользователь и к каким категориям его можно отнести по различным критериям. Профиль в сети рассматривается как место исповеди пользователя, а гаджет – как «протез», что нужен каждому для достижения определенных целей. Таким образом, человек с гаджетом рассматривается как единое целое. Поданы сведения о развитии методики OCEAN, которая позволяет «измерить» психику человека на основании его аутоэкспрессии в социальной сети. Приведены примеры использования данных пользователей фирмой Кембридж Аналитика для политических целей – президентских выборов в США 2016 года, Брексита, а также примеры, которые свидетельствуют о глобальном уровне сбора персональных сведений, их высокую репрезентативность, автоматизацию процессов сбора и обработки информации пользователей социальных сетей и их профилирования. Для демонстрации уровня репрезентативности данных приведено сравнение количества пользователей социальной сети Фейсбук в США с населением страны. Также с целью выявления соотношений тех аспектов, которые изучаются проанализированы статистические данные пользователей системы Андроид. Основываясь на методах индукции и дедукции, освещены проблемы, связанные с процессами использования информации пользователей гаджетов (кражу идентичности, использования персональных сведений для манипуляций, в том числе политических и потребительских, угрозы для демократичности выборов и потерю субъектности в принятии решений). Отмечено тенденцию разочарования людей относительно политической системы в целом, которая будет развиваться как реакция на указанные выше процессы. Предложенные решения, которые могут уменьшить негативные процессы (совершенствование законодательства на международном и национальном уровнях, содействие повышению осведомленности). Ценность этой работы для науки и общества видится в комплексном освещении проблем, которые во многих аспектах остаются маргинальными, хотя их влияние на различные общественные группы в целом и каждого человека в частности являются чрезвычайно важными.

**Ключевые слова:** сверхчеловек, социальная сеть, профиль идентичности, большие данные, категоризация.