

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

« ___ » _____ 2023 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»
ПРОТИДІЯ ІНФОРМАЦІЙНІЙ АГРЕСІЇ В УКРАЇНСЬКИХ ОНЛАЙН-МЕДІА

Виконавець: Танасійчук Ірина Владиславівна _____

Керівник: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Нормоконтролер: канд. пед. наук

Остапчук Світлана Сергіївна _____

Київ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГРЕСІЇ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ.....	6
1.1. Класифікація засобів ведення інформаційної війни в зрізі воєнного конфлікту.....	6
1.2. Засоби інформаційної агресії: психологічний аспект.....	15
Висновки до розділу 1.....	24
РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСІЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ОНЛАЙН-ПРОСТОРИ.....	26
2.1. Проросійські наративи в українських телеграм-каналах.....	26
2.2. Проблема інформаційної гігієни серед українських користувачів телеграм-каналів.....	38
2.3. Журналістська етика телеграм-каналів у контексті інформаційної агресії.....	47
Висновки до розділу 2.....	57
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНІЙ АГРЕСІЇ В ОНЛАЙН-МЕДІА В ПЕРІОД ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ.....	59
3.1. Нормативно-правові документи, що регулюють роботу інтернет-ЗМІ.....	59
3.2. Практичні рекомендації щодо протидії інформаційній агресії в онлайн-медіа.....	69
Висновки до розділу 3.....	81
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	88

ВСТУП

Актуальність проблеми дослідження полягає в постійному тиску пропаганди, маніпуляцій та інших видів інформаційної зброї на український медіа-простір в період з 24 лютого 2022 року і до сьогодні. Середовище онлайн-ЗМІ знаходиться під впливом ворожих наративів, які руйнують сприйняття читачем подій російсько-української війни, а також впливають на психоемоційний стан авторів публікацій, результатом чого стають дописи з порушенням норм журналістської етики. Певна кількість українських журналістів і блогерів відкрито працюють на російську пропаганду, створюючи деструктивний контент і роз'єднуючи націю хибними тезами про події в Україні.

Поняття пропаганди, інформаційної війни, маніпуляції, мова ворожнечі стали предметом досліджень учених Антонюка В., Гапія В., Лизанчука В, Львової О., Мельникової О., Шевціва М, Шпилик С. [1, 3, 17, 18, 20, 21, 34, 35].

Мета дослідження - схарактеризувати основні явища й останні тенденції в інформаційній агресії під час російсько-української війни в онлайн-медіа, зокрема в телеграм-каналах, сформулювати принципи розпізнавання засобів ведення інформаційної війни в нових ЗМІ й методи протидії.

Реалізація мети дослідження передбачає вирішення таких **завдань**:

1. Схарактеризувати засоби інформаційної агресії під час російсько-української війни.
2. Визначити проросійські наративи в українських телеграм-каналах.
3. Розкрити проблему інформаційної гігієни серед українських користувачів телеграм-каналів.
4. З'ясувати причини й способи порушення журналістської етики телеграм-каналами.

5. Схарактеризувати нормативно-правові документи, що регулюють роботу онлайн-медіа та розробити практичні рекомендації щодо протидії інформаційній агресії в інтернет-ЗМІ.

Об'єкт дослідження: українські телеграм-канали.

Предмет дослідження: методи протидії інформаційній агресії в українських онлайн-медіа.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становлять: метод термінологічного аналізу було використано для визначення основних понять дослідження; метод аналізу – для узагальнення даних науково-методичної літератури; метод порівняння, що було використано під час дослідження матеріалів телеграм-каналів. Для формулювання висновків про використання інформаційної агресії українськими телеграм-каналами використовувався емпіричний метод дослідження, що передбачав моніторинг контенту. Метод індукції дав можливість сформулювати загальні висновки на основі окремих фактів і результатів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у визначенні процесів утворення і функціонування засобів інформаційної агресії в умовах російсько-української війни, а також у розробці практичних рекомендацій щодо протидії інформаційній агресії в українських інтернет-ЗМІ.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані в професійній журналістській діяльності, спрямованій на викриття використання пропаганди, а також під час вивчення дисциплін «Інформаційні війни», «Інтернет-журналістика», «Політична журналістика».

Апробація результатів дослідження: зміст і результати дослідження висвітлювались на II Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції молодих учених та студентів «Міждисциплінарні дослідження науки XXI століття» (м. Київ, 2022), XXIII Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених «Політ. Сучасні проблеми науки. Міжнародні відносини» (м. Київ, 2023), Всеукраїнській науково-практичній

конференції молодих учених і здобувачів вищої освіти «Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку» (м. Тернопіль, 2023).

Публікації: Основні положення дипломної роботи були викладені в таких публікаціях:

- Танасійчук І. Вплив месенджера «Телеграм» на соціальні комунікації в Україні. *Міждисциплінарні дослідження науки XXI століття: матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих учених та студентів*. Київ: ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2022. С. 207-210.
- Танасійчук І. Висвітлення діяльності української влади у проросійських телеграм-каналах. // ПОЛІТ. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ НАУКИ. МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ: тези доповідей XXIII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених. / Редакційна колегія М. Луцький та ін. К.: НАУ, 2023. С. 285-287.
- Танасійчук І. Мова ворожнечі щодо представників української влади в проросійських телеграм-каналах. *Сучасний масмедійний простір: реалії та перспективи розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції для молодих учених і здобувачів вищої освіти*. Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2023. С. 132-134.

Структура дипломної роботи. Дипломна робота складається зі вступу, 3 розділів (7 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (72 джерела). Загальний обсяг роботи становить 96 сторінок, основний зміст викладено на 85 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ІНСТРУМЕНТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АГРЕСІЇ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

1.1. Класифікація засобів ведення інформаційної війни в зрізі воєнного конфлікту

Інформаційна агресія складається з низки засобів, які регулярно стають в нагоді під час воєнної боротьби на медійному фронті. На думку дослідниці Патлашинської І., «основною ціллю інформаційної агресії є досягнення та утримання інформаційної переваги однією зі сторін над іншою шляхом надання специфічного інформаційно-психологічного та інформаційно-технічного впливу на державну систему прийняття рішень» [27, с. 85]. У цьому контексті слід розглядати інформаційну війну у декілька основних етапів. Початковий етап полягає у збільшенні матеріалів та інших видах інформаційного наповнення із ціллю привернення уваги до певної проблемної події. Другий етап інформаційного протистояння: пошук аудиторії, захоплення її уваги та об'єднання споживачів інформаційного продукту довкола об'єкта протиріччя. На третьому етапі проходить масова інформаційна обробка аудиторії, створення контенту, який призводить до залучення пересічного користувача на той чи інший бік конфлікту. Завершальним етапом є реакція аудиторії, яка впливає на забезпечення панування в інформаційному просторі конкретної сторони інформаційної війни [27].

Дослідник Антонюк В. виокремлює такі цілі інформаційної агресії:

- превентивні дії щодо можливого військового конфлікту;
- ослаблення морального духу армії і цивільного населення ворога;
- впровадження в суспільну й індивідуальну свідомість шкідливих ідей і поглядів;

- дезорієнтація та дезорганізація мас, створення інформаційного безладу;
- ослаблення патріотичних почуттів і національних ідей;
- спонукання до відмови від участі в бойових діях;
- залякування свого народу образом «колективного ворога»;
- залякування супротивника ефективністю своєї армії;
- створення передумов для досягнення назначених воєнно-політичних цілей з мінімальними людськими втратами та матеріальними витратами [1].

За весь час існування незалежної України Росія веде систематичну інформаційну пропаганду. Військова операція країни-агресора супроводжується інформаційно-психологічними діями, направленими з однієї сторони на російську аудиторію, а з іншої – на українську та частково західну.

Пропаганда як медійне явище є широко дослідженим і має багато трактувань від різних науковців. Так, Шевців М. вважає, що пропаганда – це «ідеологічно спрямована діяльність партії, громадського об'єднання чи іншої організації для формування у конкретних верств населення певних позицій і уявлень (світогляду)» [35, с. 120].

Науковець Гапій В. наводить свою думку, що пропаганда – це «самостійна складова системи політичних комунікацій, що є засобом поширення ідеологічних поглядів, підтримання вже існуючої ідеології або ж боротьби з ворожою ідеологією» [3, с. 638]. Пропаганда виконує функцію розповсюдження ідей, поглядів, світоглядів, знань та іншої важливої інформації. Це її основне покликання, заради якого вона так розповсюджена в засобах масової інформації. Пропаганду використовують як засіб для впливу на аудиторію. Як саме пропаганда впливатиме на свого споживача залежить від того, яка саме ідея була покладена в її основу.

Дослідник Лизанчук В. так класифікує види пропаганди:

1) біла пропаганда – інформація з відкритого джерела, що характеризується м'якими методами переконання: стандартні прийоми зв'язків з громадськістю, однобічне поданням аргументів тощо;

2) чорна пропаганда – подається ніби з одного джерела, проте насправді є з іншого, тобто маскує правдиве джерело;

3) сіра пропаганда – це пропаганда без визначеного джерела чи автора. Основне призначення - змусити супротивника повірити в брехню;

4) конструктивна пропаганда – доводить ті або інші переконання в дохідливій формі, сприяє соціальній гармонії, злагоді, виховує людей згідно із загальноприйнятими цінностями;

5) деструктивна пропаганда – нав'язує людям ті або інші переконання з метою розпалювання соціальної ворожнечі, нагнітання громадянських конфліктів, загострення суперечностей тощо [18].

В зрізі воєнного протистояння росії та України найбільшим попитом користується чорна, сіра і деструктивна види пропаганди. Чорна пропаганда має на меті маніпуляцію, що приховує справжнього автора новини з сумнівною репутацією. Сіра пропаганда використовується як метод викликання в аудиторії ефекту огиди до того чи іншого об'єкта чи суб'єкта. При цьому дозволяються перекручування фактів задля досягнення результату. Деструктивна пропаганда роз'єднує людей, зокрема ворогуючі сторони, створює між ними штучну прірву, яка вигідна одній із сторін. Крім того, характерним для цього виду є створення образу «колективного ворогу» – суб'єкта, що постає у вигляді загрози і об'єднує народ, проте навколо цілей, які ставить пропагандист. Вона створює таку собі паралельну реальність зі спотвореною системою цінностей. Деструктивна пропаганда активно використовується в суспільствах з низьким рівнем критичного мислення, щоб маніпулювати цими масами в інтересах малої групи осіб.

Основним завданням російської пропаганди є деморалізація армії, силових відомств та суспільства України, а також спонукання до державної зради всіх вищевказаних. Окрім цього, однією із цілей є створення штучної масової

підтримки дій росії серед українського населення південних і східних областей. Ця мета втілюється в життя в тому числі і через засоби інтернет-ЗМІ.

Одним із прийомів пропаганди, який користується великим попитом, це нав'язування наративної політики, що має на меті змінити свідомість аудиторії та її думку про явища, особистостей і події. З моменту російського вторгнення 24 лютого 2022 року цей метод набирає обертів. Російські ЗМІ продовжують поширювати хибні наративи у власному, українському та міжнародному середовищі. Насамперед він стосується висвітлення України в негативному світлі перед російським народом, який потребує особливої мотивації для продовження війни. Інші тези намагаються нівелювати вплив української держави на міжнародній арені, виставляючи її цілковитою маріонеткою західних країн без особистої ініціативи. Крім того, не залишаються осторонь спроби розділити український народ наративами про пригнічення російськомовних громадян і відсутності демократії в сфері волевиявлення.

В час збройного конфлікту росія активно користується наративами проти країн Західного світу, протиставляючи йому Володимира Путіна як лідера нового суспільства, вільного від «неправильних» цінностей, які сповідують інші держави, провокуючи рф до конфліктів.

Аби несправедливо розв'язана війна виглядала виправданою, потрібно навмисно перетворити ворога на певну загрозу, що неминуче настане, якщо негайно не перемогти його. Для цього використовують пропаганду з метою роздмухування ворожнечі, коли ворог навмисно демонізується до стану абсолютного зла і аудиторія стає нездатною сприймати його по-іншому.

Науковець Шпилик С. вважає, що інформаційний вплив на ворога має ряд особливостей, що відрізняють його від інакших видів боротьби і обміну інформацією. На відміну від міжособистісних маніпуляцій свідомістю, об'єктом впливу в інформаційній війні є масова свідомість противника, враховуються колективні особливості великих груп людей, що є об'єктами впливу, а також видові особливості людської свідомості [36, с. 183]. Тобто на відміну від звичайного інформаційного впливу агресія нав'язує чужі прагнення і цілі, які

завдають шкоди аудиторії. Здійснюється маніпуляція громадською думкою або масовою свідомістю - спотворення дійсності чи подання її таким чином, щоб це викликало неадекватну поведінку ворога. Маніпуляція зазвичай виконується таємно, так що споживачі контенту не одразу можуть розпізнати її.

Розрізняють такі ознаки прихованої маніпуляції: емоційність, навмисна сенсаційність, повторення тез багато разів, дроблення цілісної фактологічної картини, виривання з контексту, змішування інформації та особистої думки, наявність умовного «авторитетного» джерела, стереотипність. Методи маніпуляції свідомістю:

- навіювання;
- використання пліток та власних тлумачень;
- замовчування одних фактів і вип'ячування інших;
- так званий «метод Геббельса», тобто багаторазові повтори;
- метод чергування на конвеєрі «правда, неправда, правда»;
- створення неправдивих подій та містифікація [36, с. 184].

Поширеним засобом інформаційної агресії є мова ворожнечі. Термін «мова ворожнечі» походить з англійського «hate speech» – промова або мова ненависті. Тобто, це мовні засоби, зображення, відео- та аудіоматеріали тощо, головна мета яких – розповсюдження негативних маркерів в адресу певних явищ, предметів або осіб. Найчастіше під мовою ворожнечі мають на увазі прояви різних форм дискримінації: расизму, сексизму, шовінізму, приниження за релігійними переконаннями, етнічною приналежністю, кольором шкіри, походженням, станом здоров'я та за іншими ознаками.

На думку дослідниці Львової О., мова ворожнечі виражає дію, яка полягає у висловлюванні думок, які пройняті ненавистю, недоброчливістю, ворожістю до кого-небудь чи чого-небудь, що сприяє формуванню негативних світоглядних настанов та соціальних настроїв тощо, і має негативні наслідки для суспільства (окремої особи чи групи осіб). Під мовою ворожнечі часто розуміють одне узагальнене поняття, яке описує це явище як «спосіб мовного конструювання моделей і практик соціальної нерівності» [19, с. 73].

Термін «мова ворожнечі» не є офіційно визнаним жодною загальноприйнятою концепцією міжнародного права. Проте низка правозахисних документів, зокрема Конвенція про захист національних меншин, Рекомендація Ради Європи щодо «мови ненависті» № 97 (20), Додатковий протокол до Конвенції про кіберзлочинність, присвячений протидії расизму і ксенофобії в Інтернеті, мають критерії визначення «hate speech» [68].

Мова ворожнечі використовується як привід для посилення ксенофобських настроїв серед певної аудиторії. Під час інформаційних війн хейтспіч – гарний засіб для посилення ефекту несприйняття певних ідей, категорій суспільства, політичних рухів тощо. Цим можуть користуватись організації, групи людей і навіть владні структури, що домагаються збільшення ненависті щодо уявних противників, ворожих ідей, «неприродніх», на їхню думку, концепцій різноманітних речей тощо.

Українська мова ворожнечі загалом стосується дискримінації за походженням. ЗМІ використовують різноманітні найменування, що мають на меті принизити росіян за їхню національну приналежність і підтримку злочинного режиму Володимира Путіна: «русня», «чмобіки», «орки» тощо. Хоча з моральної точки зору, враховуючи всю тяжкість воєнних злочинів, може бути важко ідентифікувати наступні випадки як мову ворожнечі, але теорія журналістики прямо говорить, що подібні лексеми принижують честь та гідність людини, є грубим порушенням журналістських стандартів і неприйнятні під час створення контенту. Однак, ними все одно користуються, адже в суспільстві вони вже давно вважаються загальноприйнятими особистими назвами для цих осіб.

Під час російсько-українського протистояння інформаційна війна як ніколи потребує нових меседжів, що в очах росіян могли б перетворити бойові дії на необхідну міру для збереження так званих «цінностей і безпеки». Саме для цього журналісти і звертаються до ксенофобських звичок пересічних громадян, намагаючись мовою ворожнечі дискредитувати Збройні сили України, вище керівництво і український народ.

Російська мовна агресія набагато різноманітніша, розкривається в розмаїтих проявах від звичайної нетолерантності до прямих закликів до насилля і розправи. На відміну він української, що загалом стосується російських чиновників, збройних формувань і тієї частини народу, що складає підтримку агресії, російська поглиблюється в зневажливе ставлення до релігійних течій, сексуальних орієнтацій і культурної різноманітності.

Дезінформація як вид інформаційної агресії – це спосіб [впливу](#) на аудиторію, який полягає в намірі надання неправдивої інформації, яка вводить його в оману стосовно справжнього стану справ. У дослідженні для Ради Європи Уордл К. та Дарахшан Х. визначають три види фейків: дезінформація – свідомо створена для заподіяння шкоди людині, соціальній групі, організації чи країні інформація; неправдива інформація – помилкова, але створена без наміру завдати шкоди, інформація; спотворена інформація – інформація, що ґрунтується на реальних фактах, використовується для заподіяння шкоди особі, організації або країні [71, с. 4].

Доповідачка ООН з питань захисту свободи думки і вираження поглядів Ірен Хан у своєму звіті на тему «Дезінформація та свобода думки і вираження поглядів» тлумачить дезінформацію як неправдиву інформацію, що розповсюджується, аби спричинити серйозну соціальну шкоду, а неправдиву інформацію як неусвідомлене поширення помилкової інформації [72].

Дезінформація в період протистояння Росії та України виражається в експлуатації російськими ЗМІ правдивих доказів про злочини своєї армії, але з метою інсценувати їх як злочини Збройних Сил України або інших українських військових угруповань. Часто кадри з обстрілами населених пунктів подаються так, ніби Україна винна в атаках на свої міста та села. Так само відбувається з іншими актами проти людяності чи порушенням принципів ведення війни.

Новомова – яскравий приклад новітньої інформаційної зброї Росії у збройній агресії проти України. Термін «новомова» походить з англійського «newspeak» - явища, описаного в романі англійського письменника Джорджа Орвела «1984». За Орвелом, у деспотичному світі майбутнього правда

приховувалась за використанням лексичних форм-замінників, які пом'якшували оригінальне значення і мали забезпечити спосіб мислення у відповідності до нової політичної ідеї англійського соціалізму. До того ж новомова часто змінює змісти слів на повністю протилежні («Війна – це мир», «Свобода – це рабство» – у романі «1984»).

Російська новомова розпочала свій розвиток ще на початку Євромайдану 2013-14 рр., коли масові протести українців у російських ЗМІ стали називати «безпорядками» і «збуреннями». Згодом під час анексії Криму та окупації частини Донецької та Луганської областей цей процес продовжувався, проте найбільшого розквіту досяг під час повномасштабної війни. Науковці «Центру стратегічних комунікацій» стверджують, що нові смисли та цінності просуваються з допомогою уніфікації лексичних інструментів та їх централізованого просування офіційними каналами. Під час коментування подій журналісти і високопосадовці почали використовувати лише дозволені терміни й уникати табуєваних слів [69].

Дослідники виділяють цілий ряд новомовних лексем, які циркулюють в медіапросторі з 24 лютого 2022 року. Умовно їх можна поділити на декілька груп: ті, що направлені на приховання внутрішніх проблем, займаються цензурою, виправдовують воєнні злочини та приховують невдачі на фронті. Першому типу притаманне навмисне нівелювання проблем, спроба видати їх як тимчасові труднощі. Так, криза перетворюється на виклик, скорочення робочого персоналу на оптимізацію, пожежа на задимлення, а дефіцит товарів на коригування асортименту. Новомова у цьому випадку ставить мету виправдати наслідки вторгнення до України, аби місцеве населення охочіше ставало до лав збройних сил і було ідеологічно закріплене в підтримці війни. Деякі з них стають об'єктами жартів серед українців, як-от «хлопок» – російська новомовна лексема, що означає вибухи на території рф, і згодом отримала український еквівалент «бавовна».

Друга група новомови ґрунтується на російських законах про цензуру, де часто можна зустріти завуальовані назви або обґрунтування з позитивним забарвленням: «сімейні цінності», «захист дітей від впливу західної пропаганди», «захист почуттів вірян» тощо. Будь-яка інформація не зі схвалених російською владою ЗМІ отримує статус фейка, а противник політики Путіна стає екстремістом. Незалежні опозиційні ЗМІ визначені як іноагенти – це журналісти, що отримують фінансування своєї праці з бюджету західних держав.

Новомова виправдань воєнних злочинів має більш цинічні напрямки, наприклад, спроба звинуватити українську владу чи військових в провокуванні бомбардувань цивільних будинків. Якщо росія обстрілює об'єкти з мирними громадянами, пропаганда одразу іменує будівлю «базою Азову». Це стало показовим після цитати голови російського МЗС Сергія Лаврова про те, що пологовий будинок в Маріуполі, по якому росіяни завдали удар у березні 2022 року, був місцем дислокації військ полку «Азов». Росіяни виправдовують необхідність війни присутністю нацистів на території України, які гіпотетично несуть загрозу для РФ, і називають цей процес «денацифікацією» або «спеціальною воєнною операцією». Українська влада іменується «київським режимом», а народ – фашистами і бандерівцями.

Приховування воєнних невдач припускає умисне згладжування провалів російської армії для громадян. Будь-яка критика дій вищого військового керівництва чи засудження війни називають дискредитацією російської армії, вимушені відступи військ через тактичні помилки – жестом доброї волі, перегрупуванням або скороченням бойової активності. Під час висвітлення фатальної для крейсера «Москва» атаки з боку українських військ ЗМІ описували те, що трапилось як втрату рівноваги під час шторму, яка призвела до затоплення корабля.

Дослідник Лібікі М. називає інші форми інформаційної агресії, серед яких присутні наступні:

1. Розвідувальна – збирання інформації ворога та захист власної;

2. Психологічна – деморалізація противника;
3. Хакерська – диверсійні атаки з використанням спеціальних програм;
4. Економічна – інформаційна блокада;
5. Електронна – проти засобів комунікації;
6. Кібервійна, яку Лібікі відділяє від хакерської через те, що противник може проникнути в систему і в ній жити [55].

Отже, класифікація засобів інформаційної агресії є доволі різносторонньою, проте має декілька ключових цілей: систематичний підрив емоційного стану ворога, досягнення військової переваги, робота зі свідомістю аудиторії супротивника і зниження її мотивації під час бойових дій. Для досягнення перемоги в інформаційній війні зазначені засоби пропаганди є надважливими, тому передусім російська сторона намагається широко застосовувати їх в цьому протистоянні.

1.2. Засоби інформаційної агресії: психологічний аспект

Інформаційна агресія, окрім очевидних військових цілей, також має низку психоемоційних. Для пригнічення психологічного стану ворога можуть використовуватись прийоми залякування, тиску, шантажу, погроз, принижень тощо. Цей процес багато дослідників називають психологічною війною. В рамках інформаційної агресії психологічна війна має багато фундаментальних значень для загальної перемоги у військовому конфлікті. Проміжною метою психологічних атак є придушення волі противника до спротиву. Науковець Антонюк В. називає такі цілі психологічної війни:

- запобігання можливого військовому конфлікту – профілактичний метод, що передбачає проведення активних антивоєнних кампаній;
- ослаблення морального духу військового складу і мирного населення ворога, заклики до відмови від участі в бойових діях;
- створення умов для досягнення воєнних цілей з мінімальними людськими втратами і матеріальними витратами – спроби налаштувати

населення противника на швидку капітуляцію і проти можливої ескалації конфлікту [1].

Новітні технології психологічної війни засновані на застосуванні стратегії неочевидних процесів, що передбачають маніпуляцію цінностями, вплив на ворога для нівелювання морально-психологічного потенціалу збройних угруповань та готовності суспільства до війни. Головна мета – це послабити опір опонента наперед замість спроб долати його на лінії фронту.

Психологічна війна в купі з інформаційною агресією та воєнними діями має потужний вплив на ментальне здоров'я українців, знижує рівень загального психоемоційного стану. За даними дослідження, проведеного компанією «Gradus» щодо психологічного стану українців під час війни у жовтні 2022 року, 70% українців почали відчувати сильний стрес і знервованість після початку повномасштабного вторгнення [64]. Міністерство охорони здоров'я України повідомляє, що близько 30% українців можуть зіштовхнутись з посттравматичним стресовим розладом (ПТСР). Загалом, у найближчому майбутньому регулярний психологічний тиск, ризик збройних ударів по території України і втома від війни можуть спричинити підвищення можливості пошуку певними групами суспільства альтернативних варіантів завершення війни, наприклад, підписання мирних договорів не за українським сценарієм, відмовою від подальшої деокупації тощо. Саме це і є метою психологічної війни – повна ліквідація волі, зменшення прагнень до абсолютної перемоги, можливість компромісів в багатьох питаннях.

Дослідник явища психологічної війни Кіндратець О. вводить поняття «мережевої психологічної війни», яке пов'язано з активним використанням соціальних мереж в рамках сучасних війн [14]. Це поняття розглядає Інтернет як загрозу суверенітету держави через можливість використання його недружньою країною для міжнародного інформаційного впливу з метою формування негативної громадської думки щодо державної політики, ходу війни тощо. У психологічній війні вплив на громадян ворогуючої держави здійснюється з метою зміни поглядів і поведінки в період війни, задля появи так званої «п'ятої

колони» – групи людей, що ведуть підривну діяльність, спрямовану проти державності.

У 2013 році начальник Генерального штабу Збройних сил російської федерації Валерій Герасимов повідомив про зростання ролі психологічних засобів досягнення політичних цілей. Ці психологічні засоби наряду з військовими діями і досі є на використання у керівництва росії. Країна-агресорка проводила так звані ІПСО (інформаційно-психологічні операції) задовго до повномасштабного вторгнення. Наразі ІПСО російської федерації складається з таких складових: сили та засоби психологічних операцій військових формувань та спецслужб; підконтрольні уряду цивільні державні і недержавні структури; релігійні організації, зокрема українська православна церква Московського патріархату, яка постійно працює з вірянами і посилює антиукраїнські настрої.

ІПСО передбачає наступні заходи:

- формування ідеологічних розходжень серед населення ворога, нормалізація сепаратизму і екстремізму;
- поширення відомостей, що паплюжать репутацію політичних лідерів держав-противників.

Інформаційно-психологічні операції проводяться за участі не лише російських ЗМІ, але і так званих українських, але з очевидними проросійськими маркерами. Прихований нагляд росії над частиною засобів масової інформації та каналів соціальних мереж в Україні підриває національну безпеку. Спрощує прогрес в досягненні цієї мети психологічної війни наступні причини: хоча зараз в Україні є безліч науково-практичних досліджень психологічної війни, проте вони не є суцільно скомпонованими; також розуміння психологічної війни не достатньо для захисту від її впливу. Створені методи і способи протидії, добре підготовані кадри є ключовими умовами кращого захисту. Важливою умовою протистоянню є формування політичної нації. Існування різних бачень української майбутнього, умовний поділ України на «східну» і «західну», збереження старих стереотипів про «братні народи», відсутність критичного

мислення полегшує виконання психологічних операцій для росії. Тому важливими є просвітницька діяльність, виховання патріотизму, розвиток єдності.

Під час ведення психологічної війни розрізняють багато видів психологічних операцій, кожна з яких має власне призначення і застосовується з урахуванням суспільно-політичної ситуації, що склалась в державі-противниці, та користується слабкими або малорозвиненими сторонами.

Переконання – це метод дії на свідомість людини, який звертається до їхнього критичного сприйняття явищ, предметів, особистостей тощо. Психологи вважають, що переконання орієнтується на інтелектуально-пізнавальну частину психіки, яка закладає в людині спроби добитися внутрішньої згоди з певними висновками. Його суть у тому, щоб за допомогою логічних аргументів спочатку добитися від людини внутрішнього погодження з певними висновками, а потім на цій основі сформувані нові установки, видозмінюючи попередні, відповідно до мети переконання.

Виконуючи переконання, мають бути дотримані певні правила:

- логіка переконання повинна бути зрозуміла інтелекту аудиторії, на яку спрямовується;
- необхідно переконувати доказами і спиратися на відомі факти;
- крім конкретних прикладів, інформація повинна містити загальні ідеї та принципи;
- повідомлення має виглядати настільки достовірним, наскільки це можливо;
- повідомлені факти та загальні положення повинні викликати емоційну реакцію в аудиторії.

Як приклад переконання можемо привести матеріал з російського сайту «EurAsia Daily» під назвою «Батальйон геїв ЗСУ, куля Тихановської і прапор ЛГБТ над Держдепом: ранкова кава з EADaily»: «НАТО давно обіцяє прийняти до складу альянсу Україну, проте жодного разу так і не натякнуло, коли саме це може відбутись», – 20 червня заявив в інтерв'ю голова МЗС України Дмитро Кулеба. Причина? Ось вона: «Жоден раб не має зберігати або переносити зброю,

якщо тільки в нього немає письмового наказу господаря або якщо він не перебуває в присутності господаря» (Повеління о рабах, Вірджинія, 1779 рік)». Помітно, що уривок містить переконання в тому, що українці не є вільною і самодостатньою нацією, а тому не мають права повноправно стати членами НАТО. Натомість бачимо аналогію з американськими рабами, яка натякає на справжнє положення українців в західному світі, на думку кремлівських пропагандистів.

Під час психологічної війни часто послуговуються принципом непередбачуваності, коли який дезорієнтує аудиторію і викликає хаос, на яку спрямована інформаційна атака. На думку О. Мельникової, якщо традиційні медіа транслиують конкретні смисли під час процесу донесення інформації чи позиції, то подібні нелінійні методи можна спостерігати в соціальних медіа, віртуальному просторі (кіно, серіали, ігри, мобільні додатки) [22].

Навіювання – це свідомо дія, спрямована на людину або групу людей, що змінює їхнє ставлення до чогось, створює схильність до певних дій. На відміну від переконання, у випадку навіювання одна сторона активно діє на об'єкт, а інша сторона повинна сприймати сказане якомога менш критично. Навіювання є недоведеним і може бути запереченим, тому тут дуже важливий авторитет особистості того, хто навіює.

Є певні риси, які визначають навіювання як ефективно:

- виконання ґрунтується на свідомому намірі та ретельному плануванні. Це передбачає визначення конкретних цілей і завдань, які узгоджуються із загальною стратегією психологічних операцій і пристосовані до унікальних обставин, у яких вони відбуватимуться;
- слід чітко визначити об'єкт навіювання (стратегія дій повинна розроблятися і впроваджуватися тільки для конкретних груп людей з урахуванням їхніх соціальних, релігійних, етнічних та інших особливостей);
- некритичне сприйняття інформації аудиторією навіювання;

- кінцева мета навіювання полягає в тому, щоб викликати певну реакцію або поведінку у суб'єкта психологічного впливу.

Успішним прикладом навіювання є робота проросійських телеканалів «112 Україна», «NewsOne» та «ZIK» до 2021 року, які просували ідеї абсурдності існування української незалежної держави, маніпулювали бойовими діями на Донбасі і закликали владу до «мирних переговорів» з окупантами. Віктор Медведчук, Вадим Рабінович, Наталія Королевська та низка інших одіозних політичних діячів, адепти російських інтересів в Україні, на регулярній основі обговорювали проблеми, які, на їхню думку, успішно могли б бути вирішені у разі компромісів з Росією в багатьох сферах, у тому числі – в питанні наданні так званим ЛДНР статусу окремих територіальних утворень. Політики звертались до аудиторії як представники виборців партії «Опозиційна платформа – За життя», котрі другими після президентської партії «Слуга народу» увійшли до складу Верховної Ради. Користуючись своїм авторитетом і апелюючи до майже 14% людей, які обрали ОПЗЖ на виборах, вони просували ідеї, що суперечили національній безпеці і незалежності, пасивно нав'язуючи власне бачення політичних і економічних проблем. Особливо схильними до впливу таких заяв були глядачі зі східних і південних регіонів, які і складають електорат вищезазначеної партії.

Погрози – це частина психологічного тиску, на яку покладено функцію залякування аудиторії найчастіше марними попередженнями, що навряд чи мають під собою чітке обґрунтування і фактаж, який відповідає дійсності. Дослідник Лефтеров О. тлумачить погрози як «вербальне озвучення наміру у заподіянні шкоди, в тому числі у застосуванні наведених вище засобів примусу» [17]. Об'єкт такого тиску має відчувати страх за своє життя, відмовитись від будь-яких власних цінностей, переробити світогляд згідно з новими установками. Погрози є однією із типових рис психологічного насильства.

Постійні маніпулювання ядерною зброєю з боку російських пропагандистів у вигляді погроз використання останнього у разі перетинання Україною «червоних ліній» є чітким психологічним прийомом тиску на

українців та західний світ. Хоча ефективність наявної російської ядерної спроби є малодоведеною і безліч розслідувань припускають, що майже всі ядерні установки знаходяться в критичному стані, не проходячи технічне обслуговування протягом останніх десятиліть, навіть примарна можливість її використання одного дня лякає деяких людей і змушує їх задумуватись про теоретичну атаку. Держсекретар США Ентоні Блінкен неодноразово заявляв, що немає «жодних ознак» підготовки Росії до ядерних ракетних ударів. Про це ж повідомляв голова ГУР МО Кирило Буданов зі словами, що «цього точно не станеться». Проте для певних західних політиків це стає тією точкою, де вони намагаються мінімізувати постачання складної і ефективної зброї для України, виправдовуючись можливою ядерною війною з росією, яку та розв'яже, якщо озброєння потрапить на український фронт.

Поширення чуток здатне наділити об'єкт особливим ореолом неоднозначності, після якого люди не матимуть тотальної довіри до нього, постійно підозрюючи щось небезпечне або суперечливе. Під чутками розуміється діяльність з поширення різної інформації (здебільшого неправдивої) серед широких верств населення переважно неофіційними каналами з метою роз'єднання держави чи окремих установ. Чутки – це форма спілкування, в якій люди в неоднозначній ситуації збираються разом і спільно використовують свій інтелект, щоб сформулювати пояснення ситуації таким чином, як вони її розуміють.

Американські експерти з питань психологічних війн підкреслюють, що чутки мають такі характеристики:

- а) логічність та надійність;
- б) структурованість навколо ситуації або відомої людини;
- в) вплив чуток зростає з її важливістю для безпеки слухача, поточного стану та уявлень про майбутнє;
- г) спонукають до дій;
- д) скорочені до невеликої фрази або речення, які можна легко поширювати в масах [20].

Прикладом чуток в часи війни стали колабораціоністські рухи на тимчасово окупованих територіях. Під час окупації міста Лиман Донецької області чоловік, який обіймав посаду в.о. головного інженера так званої «Регіональної енергопостачальної компанії міністерства вугілля й енергетики ДНР», повідомляв регіональним медіа хибні чутки про те, що за часів української влади йому наказували розмовляти виключно українською мовою, а також про зникнення людей після потрапляння до рук українських спецслужб. Жодна з цих чуток не була підтверджена, чоловікові пред'явили звинувачення за фактом колабораціонізму.

Чутки можуть бути засновані на певних реальних фактах, які згодом отримують безліч неправдивих деталей. Низка українських і навіть зарубіжних сайтів розповсюдили чутки про те, що Китай стягував війська до кордону з росією. Згідно з текстом новини, 12–15 тисяч військових розбили табір у прикордонному китайському місті Маятун. Ця новина стала поширюватись багатьма інтернет-ресурсами, згодом її підхопили соціальні мережі. Насправді на російсько-китайському кордоні проходили антитерористичні навчання двох держав з відтворенням можливого сценарію терористичного нападу. Це повідомлення дало хибну надію окремішій групі українців на початок нової війни росії з країною більшої військової ефективності, що могло б потенційно покласти кінець війні в Україні, але неправильно інтерпретовані події часто перетворюються на чутки.

Основною тенденцією розвитку інформаційного суспільства в сучасному світі є диверсифікація громадської думки. Цей процес супроводжується збільшенням кількості різноманітних джерел інформації, широким розмаїттям суспільних думок. Громадськість може вільно висловлюватись на хвилюючі теми, проте в державах з нестабільною політичною ситуацією це часто стає причиною появи антидержавних рухів, які пропагують деструктивні думки і розгойдують без того хиткі державні інституції.

На думку науковця Жаркова Я., існують такі форми диверсифікації суспільної думки:

- дестабілізація загальних умов у державі чи окремих її регіонах;
- активна кампанія проти нинішнього політичного устрою, правлячої верхівки та окремих лідерів;
- ініціювання антидемпінгових кампаній та іншого роду скандальних судових процесів, застосування міжнародних санкцій з інших причин [8].

Одним із важливих елементів диверсифікації суспільної свідомості є використання сепаратистських гасел, що є особливо актуальним для України, починаючи з 2014 року. Ще за часів Євромайдану групи антиукраїнські налаштованих громадян почали об'єднуватись, щоб заявляти про організацію так званих референдумів за визнання своєї незалежності від України. Це сталось в Донецькій та Луганській областях, згодом подібні акції намагались провести в Харківській і Дніпропетровській, захопивши будівлі ОДА. Передували цьому довготривалі обговорення у соціальних мережах, зокрема в російських «Вконтакті» та «Однокласниках», де об'єднані в групи громадяни України під впливом громадян РФ і кремлівської пропаганди щодо Євромайдану нав'язували людям свої думки про масштабні мітинги в Україні як явище небезпечне, що призведе до захоплення держави західними країнами, зокрема США.

Якщо говорити про вплив на аудиторію всередині держави з боку уряду, то він зазвичай відбувається за рахунок ЗМІ. Просуваючи патріотизм, створюючи позитивний імідж уряду, формуючи наративи, які йдуть на руку правлячій партії, психологічний вплив здатен закріпити думку про оптимальність сьогоденної владної верхівки в якості керівництва держави. Проте паралельно існує можливість психологічного впливу на ту ж аудиторію силами противника. Ворог може розповсюдити негативні настрої в масах, створювати повідомлення щодо провальних ініціатив в економіці та політиці, які застосовує уряд. Як результат це веде до моральної зневіри у власній владі, заплутує у мотивах ведення війни і знижує бойовий дух. Ця методика є дієвою під час будь-якого збройного конфлікту.

До засобів психологічного впливу, що не має суто інформаційного характеру, проте здатен здійснити панічні настрої і серед медіа, є військові засоби. Вони включають активне застосування бойової техніки, яка демонструється для деморалізації противника з метою залякування. Наприклад, можна направити до берегів другої держави військові кораблі або розмістити на кордоні бойову авіацію.

В кінці травня 2023 року Володимир Путін підписав наказ про розміщення нестратегічної ядерної зброї РФ на території Білорусі. Білоруські експерти, зокрема Франак Вячорка, радник Світлани Тихановської, опозиційної кандидатки в президенти Білорусі 2020 року, стверджує, що це рішення є не більше, ніж спроби невизнаного президента Білорусі Олександра Лукашенка створити ілюзію впливовості у Європі. Голова РНБО Олексій Данилов заявив, що ядерна зброя в Білорусі призвана психологічно тиснути на західні держави з метою залякування. Так само росія намагається тиснути на Україну через Білорусь, розмістивши там найманців ПВК «Вагнер», створюючи психологічний тиск на мешканців українських північних областей.

Політичні методи психологічного впливу вважаються одними з найскладніших, адже вимагають неабиякого досвіду, серйозних підготовок і точності виконання. Формами такого впливу є демарш опозиційних партій, їхні постійні спроби втрутитись в хід розвитку політичних подій. Це може викликати конфронтацію провладних партій з опозицією, що дасть змогу останнім заявити про порушення їхніх конституційних прав і пригнічення плюралізму думок.

Таким чином, психологічна війна є невід'ємною частиною інформаційної агресії. Під час психологічної війни застосовується ряд засобів, що викривляють реальний стан речей і здатні емоційно тиснути на аудиторію, змушуючи її замислитись над подальшою капітуляцією чи поступками під час ведення бойових дій.

Висновки до розділу 1

Інструменти інформаційної агресії під час російсько-української агресії широко застосовуються разом зі звичною для війни зброєю і мають не менший вплив на свідомість та психіку пересічних українців. Поставлена росією мета захопити українські території супроводжується роботою із засобами масової інформації і соціальними мережами, через які ворог просуває свої наративи. Надважливим є розуміння теоретичних знань про ці засоби, які щоденно з'являються в наших медіа.

Існують наступні засоби інформаційної агресії: пропаганда – це комплексне поширення фейків і маніпуляцій на певну тему для викривлення ставлення до подій чи явищ; мова ворожнечі – перефразування назв на образливі чи лайливі з метою приниження ворога; дезінформація – навмисне або помилкове поширення неправдивої інформації; новомова – альтернативні найменування явищ, подій і особистостей для маскуванню їх істинного значення, характеру діяльності або інших показників. В свою чергу всі ці засоби розробляються з врахуванням тієї аудиторію, на яку направлені, і мають низку специфічних характеристик.

Психологічний аспект інформаційної агресії – це вплив на ворога шляхом погроз, чуток, шантажу, навіювань, моральним тиском тощо. Багато дослідників називає цей процес психологічною війною. Цінним результатом психологічної війни є перемога над ворогом в психоемоційному плані, коли за допомогою певних засобів він виснажується, кидає спроби боротьби, все більше схиляється до капітуляції, мирних переговорів на не вигідних для себе умовах і так далі.

Психологічна війна дискредитує владу та збройні угруповання, розповсюджує колабораціоністські та сепаратистські лозунги, масово діє на великі групи людей, користуючись авторитетом політичних партій або діячів, що несуть значущість для окремих груп населення. Для психологічного тиску можуть залучатись і нетипові засоби, наприклад, зброя, яка грає роль залякувача.

РОЗДІЛ 2

ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСІЯ В УКРАЇНСЬКОМУ ОНЛАЙН-ПРОСТОРИ

2.1. Проросійські наративи в українських телеграм-каналах

Як об'єкт дослідження використовується контент українських телеграм-каналів в період з 24 лютого 2022 року і до жовтня 2023 року. Залучення саме телеграму до дослідження пояснюється високою активністю телеграм-каналів у новітньому медійному порядку денному, в якому новини найшвидше з'являються на просторах цього месенджера. Крім того, низка досліджень щодо використання мобільних додатків в Україні свідчить, що телеграм є однією із найпопулярніших програм серед українських користувачів. За даними дослідницької компанії у сфері маркетингових даних та аналітики «Kantar CMeter», у квітні 2022 року охоплення аудиторії телеграму становило 94%, поступаючись лише соціальній мережі «Фейсбук» та месенджера «Вайбер» [67]. Також у дослідженні йдеться, що починаючи з 24 лютого 2022 року українці витрачають принаймні 1 годину свого часу на перегляд контенту в телеграмі, з чого можна зробити висновок, що месенджер став невід'ємною частиною інформаційного забезпечення для сотень тисяч громадян.

Популярність альтернативних засобів розповсюдження інформації замість класичних ЗМІ полягає в їхній оперативності, публікації великої кількості нецензурованих фото- та відеоматеріалів, але часто і маніпуляцій та неперевіраних фактів, які лише працюють на певну аудиторію, підігриваючи їхні почуття ненависті до ворога або надаючи їм саме ті думки, які ті воліли б почути. В пошуку засобів примноження підписників автори телеграм-каналів зазвичай не перевіряють джерела інформації, публікують дописи швидше, ніж будь-хто з офіційних органів підтвердить їхню правдивість, проте найчастіше не видаляють такі пости, а лише публікують нові з оновленою інформацією, які з великою

вірогідністю можуть бути непобаченими, а отже люди можуть прийняти фейкове повідомлення за істину.

Існують декілька аналітичних сайтів, які ведуть статистику щодо телеграм-каналів за різними критеріями. Зокрема це ресурси «TGStat» і «Telemetry», що позиціонують себе як каталоги телеграм-каналів з різноманітними статистичними даними і класифікацією за країною походження. Слід зазначити, що обидва сервіси вручну перевіряють всі дані і не мають чітко відпрацьованих алгоритмів в сфері визначення геолокації власників каналів, а отже, певна кількість каналів з великою аудиторією вважають за українські, оскільки основна тема контенту – війна в Україні. Проте це лише поверхнева оцінка, адже за аналізом контенту, мовою ведення та аудиторією можна впевнено говорити, що деякі з них просуваються Міністерством оборони росії та відомими кремлівськими пропагандистами.

Розрізняючи види телеграм-каналів можемо умовно поділити їх на суто українські та очевидно проросійські, але такі, що у зв'язку з українським походженням авторів, а також орієнтованістю на українську аудиторію, вважатимуться умовно українськими. Ця класифікація надає змогу зрозуміти краще контент наступних телеграм-каналів, тому що частина з них свідомо розповсюджує наративи держави-терориста, напряду співпрацюючи з ворогом, а інші є скоріше жертвами поганої інформаційної гігієни і помилок у фактчекінгу.

Станом на жовтень 2023 року найпопулярнішим телеграм-каналом українського сегменту за даними «TGStat» став «Труха» з обсягом аудиторії в 2,6 мільйонів. Після початку повномасштабного вторгнення канал став одним із найшвидших джерел інформації, публікуючи повідомлення про повітряні тривоги, пересування російської техніки, ракетні обстріли та інші хвилюючі теми. «Труха», які починали з невеликого каналу про новини Харкова, стали найбільшим ресурсом в додатку завдяки оперативності публікацій, випереджаючи традиційні ЗМІ. Зі збільшенням аудиторії і розширенням новинних тематик, що наразі охоплює новини України та світу, автори почали

поширювати безліч новин без перевіреного джерела. Часто адміністратори використовують російські матеріали та тези, поширюють фейки про ворога, які згодом так звані «російські фактчекери» беруть на озброєння, викриваючи «українську пропаганду». Відсутність професійної етики, спроба швидкого заробітку і поширення маніпуляцій стають приводом для дезінформації українських читачів і перевагою для російських пропагандистів. Найчастіше «Труха» не спростовує розповсюджені фейки, а просто оновлює повідомлення.

29 квітня 2022 року адміністратори «Трухи» опублікували пост з наступним текстом: «Путін готує важливу заяву на 9 травня з оголошенням масової мобілізації населення заради вирішального удару по Україні – The Daily Mail з посиланням на міністра оборони Великобританії». Через 20 хвилин новина була оновлена уточненням, що це лише чутки, проте точної інформації поки що немає. Подібний текст можна було б назвати просто помилковим, якби через декілька днів ситуація не повторилась. 3 травня з'являється новий матеріал з посиланням на «The Daily Mail» з маніпуляційним меседжем можливого використання росією ядерної зброї («Президент рф посилає сигнал Заходу про серйозність своїх намірів щодо використанню ядерної зброї — The Daily Mail»). Слід зазначити, що і цього разу це виявилось лише здогадка і припущення аналітика видання. Жодних пояснень щодо причин появи цих матеріалів на каналі з нібито проукраїнською політикою автори не надали, що дає можливість роздумувати над причинами, серед яких або відсутність в адміністраторів базових знань про інформаційну гігієну, або ж навмисне залякування аудиторії для реакцій.

19 травня 2022 року російські телеграм-канали, що працюють на Кремль й позиціонують себе як фактчекери, які викривають «українську пропаганду», почали поширювати пост про український фейк, що супроводжувався скріншотами з відео, на якому видно водяний знак каналу «Труха» з роботою українських артилеристів на одній із позицій фронту. Канали повідомили, що відео роботи української артилерії насправді датовано 2014 роком і стало приводом для розгону дискредитації українського медійного поля. Уже через

декілька годин «Труха» визнали, що насправді помилились і відео було старим, про що повідомили через редагування допису. Але неперевірені факти стали спусковим крючком для того, аби російські «експерти з медіа» мали можливість й надалі поширювати свої наративи, користуючись недбальством одного з найбільших інтернет-ресурсів українського походження.

2 серпня 2022 року «Труха» опублікували відео з кадрами наслідків обстрілів Святогірської Лаври Донецької області. Ролик містив водяний знак російського пропагандистського видання «РИА Новости». Автор оригінального відео звинувачує ЗСУ в обстрілах храму і розмірковує над підлістю українських військових, які атакують святині. Ролик не був видалений і досі присутній на каналі. Подібні розповсюдження очевидного ворожого контенту не можуть не викликати підозр щодо можливої співпраці адміністраторів з росіянами, проте безліч розслідувань, наприклад видання NGL.media, доводять, що засновники «Трухи» є вихідцями з України і всі пов'язані з ними особи, зокрема власник каналу харківський бізнесмен Володимир Литвин, також є офіційно зареєстрованими українськими фізичними особами-підприємцями без відомих спецслужбам і розслідувачам співпраць з росією. Тобто, схожі ситуації з каналом трапляються через жагу швидких грошей, які платять за рекламні інтеграції, а сама реклама стає можливою через залученість підписників, їхню активність і реакції, які можна викликати провокативними матеріалами, маніпуляціями і подеколи фейками.

Наступним прикладом свідомого поширення російських тез можемо вважати Олексія Арестовича, колишнього радника голови Офіса Президента України, телеграм-канал якого став користуватись великою популярністю після повномасштабного вторгнення. Арестович здобув прихильність аудиторії завдяки своїм обнадійливим прогнозам щодо майбутнього України та її перемоги у війні, проте багато медіа-експертів не можуть проігнорувати відсутність необхідних компетенцій для багатьох його «експертних» думок. Так само складно не помітити певні наративи того, що після війни стали називати «малоросійством» - це відсутність очевидних симпатій до Росії і засудження

військової агресії, проте поєднане з потребою толерувати російську культуру, підтримувати популяризацію російської мови серед українців і засуджувати тих, хто свідомо відмовився від ворожого контенту після війни. Арестович постійно тягнув в український медіапростір так званих «хороших росіян», неодноразово з'являвся як «представник України» в російських ЗМІ, не дивлячись на негативну реакцію багатьох співгромадян і ділився думками, в яких багато хто вбачає спроби збільшити російську присутність в порядку денному.

І хоча Арестовича складно назвати повноцінним рупором російської пропаганди, деякі з його висловлювань потурають кремлівським наративам. Найбільшого скандалу, через який він втратив свою посаду в Офісі Президента, створив допис в телеграм-каналі від 14 січня 2023 року. Цього дня росія влучила ракетою по багатоповерхівці в Дніпрі, внаслідок чого загинуло близько 50 людей. Арестович найпершим з-поміж усіх публічних осіб заявив, що причиною ракетного удару стала робота української ППО, що збили російську ракету і та потрапила у житловий будинок. Він посилався на слова свого товариша, який раніше служив у військах ППО. «Мій товариш, колишній ППОшник, йшов вулицею в момент влучення. Він мені сказав, що на 100% чув два вибухи і впізнав перший як роботу ППО. Досі він не помилявся. І був впевнений, що ракету збили», – розповів Арестович. Згодом низка відеофіксацій з камер спостереження і опитування очевидців заперечили це ствердження, оскільки був зафіксований лише один вибух. Пізніше Арестович вибачився за цей допис і написав заяву на звільнення з посади радника голови ОП.

Наступним провокативним дописом в телеграмі Арестович поділився 5 жовтня 2023 року. Цього дня внаслідок ракетного удару по магазину-кафе у селі Гроза на Харківщині загинуло 58 осіб. Експерт Офісу Президента України опублікував неоднозначну фразу: «Ненависть – це гнів слабаків» [47]. Це обурило українців, адже цей пост, на думку багатьох коментаторів, заборонив відчувати нормальні для подібної ситуації емоції. Дехто побачив в цьому продукування російської пропаганди, оскільки саме вона намагається подати

смерть українських громадян як звичну справу, яка не повинна викликати великої реакції і обурення.

Анатолій Шарій – ще один відомий телеграм-блогер, який з початку російської агресії не приховує своїх антиукраїнських настроїв і постійно ретранслює російські наративи, звинувачує Україну в початку війни, сумнівається в легітимності української влади і створює контент, який залюбки вживає російська аудиторія. Народжений в Україні, Шарій давно співпрацює з головними адептами російської пропаганди і став її офіційним рупором серед блогерів українського походження.

Шарій також плідно працює з російськомовною аудиторією України, вихідцями з Донбасу і півдня, де багато років зусиллями політиків і блогерів толерували думки про «інакшість» від інших українців, розповідали фейки про ненависть західних і центральних регіонів до них через їхню російськомовність, маніпулюючи їхніми емоціями. Це призвело до того, що багато українських читачів вважають Шарія патріотом, котрий не підтримує політичне керівництво України і її шлях до Європейського Союзу, проте не є українофобом. Моніторинг контенту Шарія свідчить, що він часто вдається до емоційних маніпуляцій, перебільшень, просування старих російських фейків і тез про те, що Україна мала б набагато більше шансів на успіх, якби відмовилась від мрій про ЄС і НАТО, які підкріплюються наративами про «вісім років» та іншими вигадками Кремля.

За час російської агресії Шарій постійно вживає слово «Рогулестан», яким описує Україну. «Рогулестан», на думку блогера, не є правовою державою, тому що вона керується «подобою президента». Тут слід зазначити, що в 2019 році, як і більшість проросійських блогерів, Шарій віддав свій голос за Володимира Зеленського на виборах Президента, адже припускав, що він поверне Україну в «правильний бік», однак після неодноразових заяв Зеленського про європейський вибір і стійкості в боротьбі з окупантами, виявленої в розпал повномасштабного вторгнення, Шарій разом з багатьма іншими проросійськими діячами почали створювати нові тези про некомпетентність Зеленського і його «нелегітимність».

Шарій пише в своєму телеграмі, що Україна — це «держава, де останні десять років були «таргани, дебіли з Донбасу й алкаші» спільно з першосортним Заходом», просуваючи наратив про те, що українці ненавидять своїх співгромадян з Донбасу за умовні вигадані недоліки, при цьому ідеалізуючи західні держави. Ще Україна за Шарієм – це «недодержава, в якій переслідують за будь-яке інакомислення». Причиною появи таких заяв стала кримінальна справа, відкрита проти Шарія в 2021 році за підозрою в державній зраді.

Шарій часто послуговується тактикою перекладання провини зі злочинця на жертву, займаючись так званим віктимблеймінгом. Коментуючи ракетний удар по торгово-розважальному центру «Амстор» у Кременчузі 27 червня 2022 року, Шарій написав, що «росіянам згодували дезінформацію, що там базується техніка, штаб чи щось подібне», а вони «не переконались» [51]. Шарій таким чином звинувачує Україну в цій трагедії. На його думку, вислови на кшталт «росіяни хотіли вбити якнайбільше цивільних – це просто традиційний треш, який немає сенсу слухати». Він виправдовує агресію, кажучи, що росіяни не планували вбивати цивільних, а всі атаки були спричинені помилками виключно керівництва України.

Шарій в своєму телеграм-каналі користується методикою когнітивного дисонансу – це стан внутрішнього психічного конфлікту, який виникає при зіткненні у свідомості людини суперечливих одна одній ідей чи переконань. У той час, як блогер дегуманізує Україну, він також показово висміює росіян, називає їх «геніями, що повірять у будь-яку дурницю, яку озвучує російська влада». Він насміхався над тезами російської пропаганди про спеціальні чіпи у ракетах, які розрізняють військовий об'єкт від цивільного, назвавши це маячнею. До того ж Шарій насміхається над виправданнями російської пропаганди про «курців», які нібито курять на стратегічних об'єктах, що призводить до вибухів та їхніх підпалів. Шарій навмисно плутає свою аудиторію, не підтримуючи жодну зі сторін, займає сторону так званого «справедливого судді», приховуючи основну мету своєї діяльності за сарказмом, іронією, жартами і насмішками, які

буває складно виявити для невідповідної людини без базових знань про інформаційну гігієну.

Прикладом несвідомого поширення контенту, який допомагає ворогу, без належної перевірки інформації є телеграм-канал радника голови Міністерства внутрішніх справ Антона Геращенко. Його сторінка «Pravda Gerashchenko» налічує більше 500 тисяч підписників. Попри те, що Геращенко є наближеною до влади особою і мав би відповідальніше ставитись до контенту, який створює, він часто був помічений у розповсюдженні фейків. Наприклад, у червні 2022 року він написав, що росіяни влучили ракетою по Бескидському тунелю у Львівській області з метою «спробувати порушити залізничне сполучення та зупинити постачання пального та зброї від союзників», що заперечили представники Львівської ОДА та «Укразалізниці». По-перше, подібне розсекречення певних каналів постачання зброї до України може викликати реальний напад з боку Росії у майбутньому. По-друге, такі фейкові заяви створюють панічні настрої серед українців, що може грати на руку ворогові. Крім того, певний час Геращенко постійно вдавався до публікацій точних координат обстрілів, якими згодом користувались росіяни. Ще у березні 2022 року речниця управління Державної служби України з надзвичайних ситуацій у Києві Світлана Водолага розкритикувала Геращенко після обстрілу столичного Подолу з наступною заявою: «Ви третій раз сьогодні здаєте російським окупантам точки, які вони недообстрілювали, третій раз називаєте точну адресу, куди потрапляють ворожі снаряди. Досить! Досить давати недостовірну інформацію й бути першим, не перевіривши її. Давати точні координати, де вороги обстрілюють наші житлові квартали. Досить!» Медійне недбальство з боку радника міністра МВС могли коштувати Україні життів своїх громадян і безлічі коштів, витрачених на ліквідацію наслідків обстрілів.

На відміну від Антона Геращенко, телеграм-канал колишньої української правозахисниці, а нині проросійської блогерки Тетяни Монтян не допускається прикрих помилок, а доволі старанно співпрацює з усіма головними представниками російської пропагандистської машини. Ще з початку

Євромайдану Монтян виступила із заявою про розкол України і назвала всіх активістів проти політики Януковича «майдаунами», а нинішню українську владу – «хунтятами». Її канал налічує півмільйона підписників, а контент складається переважно з риторики кремлівської пропаганди. У 2022 році телеграм-канал «#МОНТЯН» став одним із найпопулярніших серед української аудиторії, що дає підстави для аналізу її контенту, оскільки він викликає цікавість в українців.

На всі події, що стосуються боротьби України з російським минулим блогерка реагує дуже гостро, не приховує ненависті до проукраїнських меседжів. Під час висвітлення реконструкції щита Батьківщини-Мати у вересні 2023 року, на якому радянський серп і молот змінили на герб, Монтян написала наступне: *«Як ви знаєте, зелебобіки поглумилися над Батьківщиною-матір'ю. Коли й за допомогою чого — матрьюшки, кокошника чи балалайки — повернуть герб СРСР на своє законне місце, не суть важливо, але у тому, що це станеться, зовсім не сумніваюсь!»* [48]. Таким чином, авторка розділяє загарбницьку політику Росії, всі характерні її атрибути, включаючи радянське минуле. Відкрита підтримка окупації України росією відрізняє її від вищезгаданого Анатолія Шарія, який досі намагається робити вигляд нейтральної сторони, не підтримуючи очевидних утисків української незалежності.

Монтян постійно шукає привід для нових виразів мови ворожнечі. Особливо це стосується Президента України Володимира Зеленського. Блогерка на регулярній основі насміхається з його прізвища, аби донести своє зневажливе ставлення до нього. Коментуючи атаки Кримського мосту у вересні 2022 року, вона написала: *«Використання шахідомобілів було лиш питанням часу. Якщо Зелебобусу буде треба, то він повторить і Беслан, і «Норд-Ост», і вибухи у московському метро»*. Всіх причетних до нинішньої керівної верхівки Монтян називає «зелебобіками», натякаючи, що всі вони лише безправні маріонетки Зеленського. Монтян також намагається дискредитувати президента порівняннями з різними терористичними організаціями, які стояли за злочинами з великою кількістю цивільних загиблих.

Ще одним проявом мови ворожнечі на каналі Монтян є спроби принизити Україну шляхом вигадок образливих найменувань. Розмірковуючи над питанням прийняття України до НАТО у 2022 року, Монтян доходить висновку, що «НАТО є привілейованим клубом «цивілізованих» країн, до якого Салорейх приймати не поспішають». Стереотипізація України і залучення кремлівського фейка про прихильність українців до фашизму дають можливість пропагандистам створювати примітивні приклади хейтспічу для підвищення емоційного фону, що призводить до збільшення реакцій на публікацію.

В українському телеграм-сегменті також представлені так звані анонімні телеграм-канали. В них неможливо ідентифікувати автора дописів, вони простою мовою доносять складні політичні матеріали і публікують так звані «інсайди» - ексклюзивна інформація, отримана із закритого або секретного джерела. В анонімних телеграм-ресурсах регулярно фігурують формулювання на кшталт «наше джерело в ОП», «джерело повідомляє», «наші інформатори кажуть» чи «ходять чутки». І хоча й провідні українські видання, як-от «Українська правда», часто повідомляють інформацію з посиланням на свої джерела інформації, анонімні телеграм-канали рідко розповідають про дійсно правдиві інсайди. Насправді, це джерело невідоме, його неможливо відслідкувати, за ним зазвичай приховують дезінформацію.

Анонімні автори цих каналів публікують «викриття» певних політичних конфліктів, про які вони дізнались від своїх інформаторів з вищих керівних кругів. При аналізі цих дописів стає зрозуміло, що вони транслиують російську риторику і направлені на створення дисонансу в суспільстві, коли всі переконані, що провідні обличчя держави не мають злагодженого діалогу між собою і ведуть політичну боротьбу за вплив. Наприклад, телеграм-канал «Легитимный» (налічує більше мільйона підписників) у жовтні 2022 року розмірковував над напруженими стосунками Зеленського і головнокомандувача ЗСУ Валерія Залужного в зрізі битви за Херсон. За словами автора, «Офіс Президента тисне на Генштаб, щоб ті починали битву за Херсон, але бійці цілковито проти». За два тижні місто було звільнене без жодної серйозної битви:

росіяни просто відступили з правого берегу Дніпра після знищення українцями шляхів їхнього постачання. Це вказує на те, що тактика командування ніколи не була налаштована на кровопролитну боротьбу, а лише шляхом конкретних ударів по каналам забезпечення відрізала росіянам можливість перебувати в Херсоні. Подібні «викриття» не мають жодного підкріплення під собою, а лише закріплюють думки про вдавану «конкуренцію» двох ключових осіб під час війни.

Інші «інсайди» налаштовані підірвати міжнародні відносини України з іншими державами. Телеграм-канал «Картель» (144 тисячі підписників), поширив наступний контент: «Ходять чутки, що в наступні двадцять років між Україною і Польщею спалахнуть розбіжності і великі протиріччя на ідеологічному і національному ґрунті». Жодних вказівок на експертів, які вважають такий сценарій можливим не надано, тому можна заявити про суто провокативний характер таких дописів.

Періодично ці канали публікують дописи, які можна перевірити лише з плином часу. Наприклад, повідомлення каналу «Легитимный» від 10 жовтня 2022 року (день першої масованої атаки українських міст, яка ознаменувала початок перебоїв в роботі електростанцій), що посольства країн ЄС отримали наказ евакуюватися з Києва. Ця ракетна атака не стала останньою, проте посольства країн Євросоюзу продовжують свою роботу в столиці в штатному режимі.

Улюблена тактика анонімних телеграм-каналів – це роздування так званої «зради», створення атмосфери таємничості над певними подіями, в яких винна влада, але без належних доказів, а лише як черговий «інсайд». 29 грудня 2022 року «Легитимный» написав пост такого змісту: «Офіс Президента намагається всіх переконати, що ППО все збила. Це антикриз. Схема проста. Побачили ракети, одразу всі медіаресурси і ЛОМи ОП пишуть про роботу ППО і звичайно про успіх (як це перевірити? Ніяк, вірте Банковій і її чиновникам). Нас в цьому бентежить одне. Ніхто не засняв поки пролітаючих ракет. Вже є версія: «А чи був хлопчик?». Чи це спектакль за сценарієм «95-го кварталу? Самі створюємо

інфопривід, самі створюємо декорації і спецефекти, і самі перемагаємо, створюючи ілюзію» [50]. По-перше, слід зазначити, що фіксування роботи ППО і прольоту ракет карається кримінальною відповідальністю, чим і можна пояснити відсутність фото- і відеодоказів з боку ЗМІ. По-друге, наратив про вигідність обстрілів для української влади – російський тейк з метою дискредитації керівництва. Не забуває автор і про маніпуляцію із залученням згадки студії «Квартал-95», яка стала улюбленим засобом опису будь-яких невдач Зеленського для проросійських блогерів.

Анонімні телеграм-канали постійно виставляють Україну головним злом у цій війні. За їхніми дописами створюється враження, наче Україна не бажає вести чесну війну, а підставляє росію на кожному кроці і користується допомогою Європи і США для власних цілей. Канал «Картель» 31 жовтня 2022 року оголосив: «Пішли чутки, що дехто хоче затопити один з кораблів із зерном і звинуватити в цьому росіян» [49]. Звісно, цього не сталося, адже для руйнування кораблів українцям не потрібно докладати зусиль, коли росія щоденно вдається до обстрілів портів в Одеській області. Але матеріал показово звинувачує Україну, попри логічні доводи і здоровий глузд, і превентивно виправдовує Росію за те, що вона робить щоденно.

Подеколи «інсайди» намагаються зірвати поставки західної зброї. Канал «Резидент» (1 мільйон підписників) поділився черговою чуткою: «Наше джерело в ОП розказало, що Офіс Президента наполягає на поставках далекобійних ракет, в тому числі АТАСМС, з єдиною метою: мати інструменти доставки брудної атомної бомби». Фейк про брудну атомну зброю найпершими почали розповсюджувати російські ЗМІ, як-от «РИА Новости», додавши, що підірвавши цю бомбу в Україні, київський режим хоче розпочати нову кампанію антиросійської риторики серед держав ООН. Повторюючи російські фейки, анонімні телеграм-канали лише закріплюють думки про своє істинне походження і громадянську позицію.

Отже, в українському Інтернет-середовищі існують телеграм-канали, яким бракує знань в сфері медіаосвіти і автори просто не вміють оцінювати, що саме

публікують і чи доречним виглядає такий контент. Інші телеграм-канали відкрито працюють на пропаганду, вони не ховають своїх поглядів або лише періодично роблять вигляд вдаваної нейтральності в деяких питаннях. Серед них і анонімні джерела з «інсайдерською» інформацією.

2.2. Проблема інформаційної гігієни серед українських читачів телеграм-каналів

Попит української аудиторії на контент телеграм-каналів постійно зростає і восени 2023 року досягнув свого піку. Так, згідно із дослідженням Київського міжнародного інституту соціології у жовтні поточного року, 44% респондентів отримує інформацію з телеграму, що є найвищим показником з-поміж усіх джерел [52]. Це ставить суспільство перед проблемою бездумного вживання будь-якої інформації і відсутністю аналітики викладених матеріалів, оскільки в класичних ЗМІ присутні хоча б мінімальні фактчекінгові принципи і редакційні політики, проте в просторі телеграм-каналів це майже повністю відсутнє. Автори телеграм-ресурсів не є професійними журналістами і мало обізнані з поняттями правил роботи з джерелами і журналістською етикою. Оперативність, яку пропонують блогери, нерідко є їхнім головним ворогом, тому що за бажанням швидко опублікувати інформацію втрачається її перевірка.

Інформаційна гігієна є важливою проблемою і в суспільствах з мирним устроєм життя, але в рамках війни це стає справжнім випробуванням на міцність і авторів контенту, і його споживачів. Щомиті з'являються сотні дописів на різних інтернет-майданчиках, більшість з них націлена на аудиторію з низьким рівнем критичного сприйняття світу і відсутніми знаннями про роботу з онлайн-джерелами. Є ряд проблем, з якими зіштовхуються українці при вживанні інформації з телеграм-каналів. Всі вони потребують детального аналізу і роз'яснення.

Українцям слід знати історію соціальних мереж, якими вони користуються, а також враховувати політичну і громадянську позицію її власників, адже це часто впливає на подальші рішення щодо функціонування

програм. Говорячи про телеграм, слід враховувати, що це месенджер з російськими власниками, а саме засновником є Павло Дуров, відомий тим, що він також створив російську соціальну мережу «Вконтакті». Саме статус «російської» соціальної мережі притягує таку кількість росіян і мотивує їх розвивати контент. Офіційна позиція Дурова щодо України є цілком позитивною, він висловив свою підтримку українському народові в боротьбі за незалежність ще у 2014 році під час Євромайдану. Під час повномасштабного вторгнення пообіцяв, що робитиме усе можливе, аби люди мали можливість зв'язуватись між собою і отримувати оперативну інформацію через телеграм. Однак разом з тим, Дуров виступає проти цензури і попри звернення багатьох користувачів з проханням заблокувати низку каналів, що відкрито поширюють фейки, вигідні росії, цього так і не сталось. Проте траплялись випадки, коли Дуров видаляв телеграм-канали із закликами до насильства проти українців на вимогу магазинів Apple Store та Google Store, а також через порушення політики месенджеру.

Відсутність цензури на телеграмі можна пояснити бажанням Дурова створити простір, в якому функціонуватимуть різні думки, що було головною метою власника додатку ще з часів «Вконтакті». Проте у випадку «Вконтакті», соціальна мережа була взята під контроль російськими спецслужбами, що унеможливило відсутність цензури, тому Дуров продав свою частину компанії російському сервісу «Mail.ru» і почав розвиток незалежного месенджеру. На перший погляд гарні ініціативи Дурова мали б гарантувати довіру до телеграму, але вільне ставлення керівництва компанії до поширеної інформації приваблювало російських пропагандистів, які прикриваючись свободою слова, стали розповсюджувати фейки.

Аби зрозуміти, наскільки політика Дурова є ліберальною до будь-яких форм думки, слід розглянути приклад, який не стосується України, але яскраво демонструє, чому читачам слід критично сприймати інформацію з телеграму. Після загострення ізраїльсько-палестинського конфлікту, що набрав обертів після нападу бійців сектору Гази на прикордонні міста Ізраїлю 7 жовтня 2023

року, з різних куточків світу почали звучати заклики з проханням заблокувати телеграм-канал палестинського терористичного угруповання ХАМАС, яке відповідальне за напад на Ізраїль і вбивства більше, ніж 200 іноземних громадян-учасників музичного фестивалю електронної музики «Supernova» в пустелі Негев на кордоні з Газою. Відповідь Дурова була наступною: «Щодня модератори телеграму та інструменти штучного інтелекту видаляють мільйони шкідливих матеріалів з нашої публічної платформи. Однак вирішення проблеми висвітлення воєнних дій рідко буває очевидним. Раніше цього тижня ХАМАС перед ракетними ударами по Ашкелону використав телеграм, щоби попередити мирних жителів, що їм потрібно залишити район. Чи допоможе закриття цього каналу врятувати життя людей чи поставить їх під загрозу?». І хоча цей канал також постійно наголошує на необхідності проведення подальших операцій проти Ізраїлю і сумнівається в доречності існування цієї держави, що є проявом антисіонізму, телеграм не квапиться вирішувати цю проблему, аргументуючи це виявом піклування про мирних, які могли б дізнатись про можливі атаки з боку терористів. Маємо підстави вважати, що інформація у телеграмі часто не модерується належним чином, тому підлягає додатковому осмисленню і критиці.

Наступною нагальною проблемою для українців є загальна відсутність знань про інформаційну гігієну. Лише невелика частка громадських організацій займається просвітою громадян на тему інформаційної критики, кількість тих, що фінансуються з боку держави є ще меншою. Проте на офіційному рівні затверджені певні документи, що проголошують необхідність медіаосвіти серед школярів, зокрема ще в 2016 році Президією Національної академії педагогічних наук України було схвалено нову редакцію Концепції впровадження медіаосвіти в Україні, але це стосується переважно позашкільної освіти і укомплектування шкільних бібліотек відповідною літературою. Для студентів вищих навчальних закладів подеколи проводяться майстер-класи і зустрічі з фахівцями в сфері медіаграмотності, але в основному вони стосуються студентів профільних спеціальностей, як-от журналістика, зв'язки з громадськістю тощо. Інші категорії населення зазвичай не оснащені літературою про інформаційну гігієну,

рідко задумуються про самоосвіту в цій галузі, не шукають можливостей для розширення своїх знань, а тому стають жертвами пропаганди, маніпуляцій, вдаються до розповсюдження чужих фейків серед своїх знайомих шляхом розсилання каналами спілкування, серед яких є і телеграм. Це все ставить українців в становище, коли недбалість в питаннях медіаосвіти в рамках військової агресії може коштувати їм надто дорого.

Важливість медіаосвіти для пересічного громадянина складно переоцінити. Здатність відрізнити російську точку зору від української в просторі телеграм-каналів часто буває нелегко через маскування авторів за тезами, які є прийнятними для українців, але подають прихований сенс. Крім того, окремі категорії населення люблять різноманітні конспірологічні теорії, містифікації, наділяють сьогоднішні події ореолом загадковості і таємничості. Все це також пов'язано з низьким рівнем критичного мислення. Люди, що мають проблеми з критикою, схильні до перебування в певній інформаційній бульбашці, де вони отримують лише те, що вважають за необхідне, свідомо закриваючись від інших джерел. Причиною цього часто стає страх до зовнішнього і внутрішнього діалогу, під час якого виникає дисонанс старого світосприйняття з новим, в якому все нове виглядає як вороже і непривітне. Здатність критично мислити розширює горизонти, мотивує шукати нові рішення, розв'язувати складні задачі. І. Костюшко вважає, що для цього слід також розвивати і власну рефлексію – це термін в психології, який розглядає здатність людини до самоаналізу, осмислення і переосмислення своїх предметно-соціальних відносин з навколишнім світом і є необхідною складовою частиною розвиненого інтелекту [58]. Зазвичай рефлексія виражається в здатності визнавати свої помилки, але багато хто не бажає відверто визнати свою провину. Прикладом такої поведінки може бути уявний громадянин України, який до повномасштабного вторгнення толерував присутність в українському медіапросторі блогерів, які змішували нейтральний контент на довільну тему з антиукраїнською риторикою (прийом, до якого часто вдаються пропагандисти, щоб замаскуватись), споживав це і допомагав їм отримувати кошти (це й донати,

і перегляд рекламних інтеграцій, що публікується в телеграмі), розуміючи, що ці фінанси допоможуть розповсюджувати пропаганду проти України. Згодом, після початку збройної агресії проти України він чи вона й досі відмовляється визнати, що саме його допомога в просуванні цих матеріалів стала причиною великого пласту пропаганди, вперто вважає, що його несвідоме ставлення до інформаційної гігієни не зіграло великої ролі в глобальних процесах. Тобто, причиною проблем в інформаційній гігієні можуть бути і психологічні аспекти нації.

Нестійка позиція щодо приналежності до української держави і відсутність чіткої громадянської позиції також є причиною відсутності інформаційної гігієни. Пов'язане воно в першу чергу з небажанням визнавати, що певні тези є неправдивими і хибними. Здається, що після повномасштабного вторгнення кількість таких громадян стала майже відсутньою, але соціологічні дослідження доводять, що в Україні досі зберігається репрезентація проросійськості. Згідно з звітом Київського міжнародного інституту соціології за травень 2022 року про індекс сприйняття російсько-української війни, 8-9% громадян дотримувалися проросійської інтерпретації, що в абсолютному вимірі становить близько 2 млн людей. 17% жителів Донбасу бажає від'єднатись від України і приєднатись до складу рф. 9% громадян, що проживають на тимчасово окупованих територіях дотримуються проросійських поглядів [56]. Слід зазначити, що КМІС попереджає про можливість меншого залучення проросійськи налаштованих громадян до соціопитувань або їхнє небажання відверто говорити про власні вподобання, враховуючи очевидні факти та загальні думки в медіа щодо російського вторгнення, тому ці числа можуть бути більшими.

Важливість цих даних пояснюється тим, що українське суспільство досі незахищене від російського впливу. Багаторічна пропаганда на територіях Донецької і Луганської області, історичний аспект переселення росіян у ці регіони для залучення у вугільну, рудну та інші види промисловостей, близькість кордонів та масове розповсюдження російських мовників для трансляції на цих територіях спричинили кризу ідентичності корінних українців. Постійна

присутність в середовищі з українофобською риторикою змусило багатьох переглянути свої відносини з українськими речами. Вони почали відмовлятися від української мови і контенту, свідомо проголошуючи все російське рідним. Навіть зараз багато громадян-вихідців зі східних регіонів намагаються виправдати використання російської мови в побуті та інших сферах, в тому числі споживання російськомовних медіа, тим, що це так звана «харківська» чи «донецька» мови, до якої всі звикли, а тому немає сенсу щось змінювати. Звісно, вихідцям з інших регіонів України слід розуміти першопричини цього явища і намагатися толерувати український контент в ненав'язливий чи не занадто радикальний спосіб. Але такими поглядами вміло користуються пропагандисти, створюючи контент, який російськомовним вихідцям хотілося б почути. Часто вони вдаються до фейків з пригніченням прав російськомовних в інших областях, особливо маніпулюють Львовом як «містом з найбільшою ненавистю до жителів сходу», виривають з контексту певні події, які стосуються мови. Наприклад, останнім часом поширюється багато наративів про переслідування неукраїномовних громадян після інциденту в Києві за участі російськомовного таксиста, який 26 жовтня 2023 року на зауваження клієнтів про недоречність використання російської в сфері послуг згідно із законом України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» відмовився обслуговувати їх, виставивши з автомобіля. Хоча зауваження було цілком справедливим і влада неодноразово підкреслювала необхідність фіксування таких випадків, багато хто вважає це переслідуванням. Колишній радник Офісу Президента Олексій Арестович у своєму телеграм-каналі назвав це «мовним Талібаном» і багато проросійських блогерів підхопили цей наратив. Пропаганда діє на почуття цих людей, стравлює їх між собою та іншими українцями, проводить межу між ними і так званими «ура-патріотами», як вони часто називають тих, хто виступає за свідоме використання українського в суспільстві.

Варто розуміти, що психологія таких громадян доволі складна. Вони на власні очі бачать результати і наслідки впливу «російського світу»,

прихильниками якого були багато років. Логічні роздуми переконують їх в тому, що їхній світогляд формувався на основі стверджень тих людей, які після 24 лютого 2022 року почали вбивати їхніх рідних і руйнувати їхні міста через українське походження. Але довготривалі дружні контакти з росіянами, споживання ворожого контенту, можливість не замислюватись над російським впливом в сферах свого повсякденного життя, яку надавали в східних регіонах лояльні до Росії політичні партії і громадські діячі, ламають їхнє сприйняття світу, зіштовхують їх з речами, що поділяють уклад життя на «до» і «після». Ці люди досі чіпляються за минуле, звинувачуючи Україну в розвитку бойових дій, мовляв, якби Україна капітулювала, нам не довелося б обирати, думати над наслідками власної інформаційної недбалості і брати за це відповідальність. Крім того, наратив про «братні народи» досі жевріє в розумі деяких представників східних областей, і навіть зруйновані вщент міста і тисячі вбитих людей не здатні зламати те, що росіяни і їхня пропаганда будували в свідомості протягом століть. Це і стає причиною певного самообману, коли інформаційна гігієна навмисно ігнорується, аби мати здатність жити старим життям і не змінювати власних вподобань.

Недовіра до влади і державних інституцій завжди були одними з головних причин пошуку альтернативних джерел інформації, оскільки класично політичні сили полюбляють рекламувати свої здобутки і досягнення через телевізійні ЗМІ. Під час повномасштабного вторгнення соціологи зафіксували небувалий ріст довіри громадян до влади, а до певних її представників цей показник виріс втричі. Так, довіра до Володимира Зеленського станом на січень 2022 року становила трохи більше 30%, а на березень 2022 підвищилась до більше, ніж 90%. Це пояснюється рішучим протестом проти росії, яка всіма силами намагалась впливати на українців, в тому числі і через традиційну для українського суспільства невдоволеність владними структурами, проте на момент найвищої небезпеки багато людей вирішили відкласти політичні чвари і об'єднатись задля перемоги. До того ж діяльність багатьох політиків, зокрема Зеленського, була високо оцінена як і міжнародними лідерами, так і пересічними

громадянами. Вперше за десятиріччя інтернаціональний імідж України став значним, в чому дехто вбачає заслугу саме Президента, який з перших днів почав активно контактувати з очільниками інших держав, демонструючи сильний дух народу.

Однак особиста висока репутація Зеленського не змогла ліквідувати загальне невдоволення іншими проблемами української влади. Під час війни викрилися нові проблеми, серед яких і питання до військової оснащеності, яка у перші дні війни була доволі низькою, і економічна неефективність розподілу бюджетних коштів, відсутність вирішення проблем військових, серед яких проходження військової лікарської комісії і отримання статусу учасника бойових дій, та багато інших. Все це відображено на дослідженнях соціологів КМІС за жовтень 2023 року, згідно з якими довіра до Президента з 91% (станом на травень 2022 р.) впала до 76%, до уряду – з 74% до 39%, до парламенту - з 58% до 21% [46].

З недовірою до влади так само змінюється ставлення до Єдиного телемарафону, ініціатором якого стало Міністерство культури та інформаційної політики. Об'єднаний телемарафон, який відбувається за участю центральних телеканалів країни, відомий доволі цензурованою подачею матеріалів, відсутністю обговорень нагальних суспільно-політичних питань, перенасиченням ефіру патріотичними роликami, на місці яких мали б бути репортажі про реальний стан речей. Замовником телемарафону є українська влада, а отже, всі факти зміни фокусу з актуальних інфоприводів на інші речі пов'язують з бажанням центральної влади відвести погляд українців в інший бік. Згідно з опитуванням центру прав людини «Zmina», що проводилось серед українських журналістів, понад 60% з них вважають марафон одним із видів цензури інформації на телебаченні [44]. За період з травня 2022 року до жовтня 2023 року бачимо зниження довіри до «Єдиних новин» з 69% до 48%. Головний засіб комунікації влади з народом поступово стає менш популярним серед аудиторії, крім того, люди менше сприймають матеріали для марафону,

вважаючи їх не цілком достовірними та навіть певною мірою пропагандистськими.

Попередні аспекти штовхають споживачів на пошук інформації деінде, де їм стає у нагоді й телеграм з усіма його недоліками. Можливо, якби телемарафон дотримувався журналістських стандартів і виконував свої прямі обов'язки, а центральна влада не використовувала його як майданчик для просування своєї діяльності, то люди могли б використовувати його як основний засіб отримання новин. Проте, коли телеканал «Рада», який підпорядковується Верховній Раді України, займає ефірний час трансляцією засідань замість створення цікавого і важливого контенту, це не сприяє поліпшенню ситуації. Так само й інші канали, наприклад ICTV, часто вдаються до створення репортажів із залученням власника каналу Віктора Пінчука, до свого закриття канал «Україна» рекламував благодійну діяльність Ріната Ахметова, а журналісти телеканалу «1+1» намагаються взяти на поруки свого одіозного власника, олігарха Ігоря Коломойського, який знаходиться під вартою через звинувачення у корупції.

Перелічені вище фактори негативно впливають на ставлення до джерела інформації, що мало б бути головним для всіх, тому певною мірою непрофесійна діяльність журналістів стала причиною появи багатьох телеграм-каналів з проросійськими наративами, адже російські пропагандисти відслідковують настрої українців і готують для них «теплу ванну» з тезами, приємними для читання, де влада різко засуджується за різні провини, але все це лунає разом із кремлівською риторикою.

В силу обставин багато українців похилого віку стають жертвами фейків і маніпуляцій. Оскільки літні люди в основному відкрили для себе соціальні мережі в період останніх декількох років з початком настання пандемії COVID-19 вони не мають належного досвіду користування онлайн-медіа, часто сприймають за правду очевидні вигадки, адже вважають Інтернет більш солідним джерелом інформації через його, як їм часто здається, малодоступність. В телеграм-каналах періодично вдаються до обговорень певних соціальних питань, зокрема й питань пенсійних виплат і різноманітних пільг, вигадують

фейки про скасування пенсій через начебто дефіцит коштів в бюджеті, через що пенсіонери починають перейматись за своє існування. Великий обсяг інформації для людей з раніше лімітованим доступом до інтернет-джерел може стати стресом, тому що непривчений відрізнити правду від брехні розум може плутатись. Також має вплив радянське минуле цієї категорії людей, бо все своє свідоме життя вони прожили в умовах тоталітарного режиму, де всіх привчали не задавати питань і приймати будь-що, сказане центральною владою, за істину. Тому важливо займатись просвітою пенсіонерів в області інформаційної гігієни, пояснювати їм, як саме розрізнити фейки і реагувати на маніпулятивні матеріали.

Попри низку негативних чинників, що впливають на населення і його сприйняття контенту, є певні позитивні зміни. За час російської агресії українці стали прискіпливіше оцінювати медіаконтент. Дослідження громадської організації «Детектор медіа» свідчить, що кількість респондентів, які перевіряють інформацію на правдивість, зростає з 24% (2020 р.) до 47% (2022 р.) [57]. Тобто майже половина населення України почала активніше замислюватись над тим, що споживає в Інтернеті, а тому є надія, що російська пропаганда матиме менш негативний вплив на суспільство.

Таким чином, певні проблеми, серед яких і суспільно-політичні, впливають на рівень інформаційної гігієни в аудиторії. Деякі чинники продиктовані браком знань, а деколи це стає свідомим вибором. Так чи інакше, але медіаосвіта повинна розвиватись під час війни, аби протистояти зовнішньому впливу Росії.

2.3. Журналістська етика телеграм-каналів в контексті інформаційної агресії

Кодекс журналістської етики – це документ, прийнятий Комісією з журналістської етики у 2002 році для встановлення морально-етичних орієнтирів, яким має слідувати журналіст під час своєї діяльності. Цей кодекс не є офіційно імplementованим на рівні закону, але до його розробки долучилась Національна спілка журналістів України, тобто безпосередню участь брали й

самі медійники. 19 статей кодексу написані на основі прав і свобод людини, викладених у Загальній декларації прав людини, Всесвітній Хартії свободи преси ООН, Декларації принципів поведінки журналіста Міжнародної Федерації журналістів, Конституції України та чинного законодавства. Кодекс регулює етику у висвітленні чутливих тем і проводить моральні й професійні межі для журналістів в роботі з інформацією, рекламою, експертними думками тощо. Розповсюджується на всі типи медіа, зокрема, й онлайн.

Тут важливо зробити уточнення. Згідно із законом «Про медіа», введеним в дію 31 березня 2023 року, телеграм-канали можуть претендувати на звання офіційно визнаних онлайн-медіа після реєстрації на рівні Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, але це відбувається лише за бажанням, тому без реєстрації телеграм-канали вважаються приватними сторінками в соціальних мережах, хоча і їхню діяльність Нацрада планує контролювати. Але наразі навіть без визнання повноправним медіа вищі посадові особи прирівнюють вплив телеграму до класичних медіа. Наприклад, 16 жовтня 2023 року на зустрічі оффрекорд з Президентом Зеленським разом з журналістами звичайних медіа були присутні адміністратори телеграм-каналу «Труха», що збурило журналістську спільноту, адже, на їхню думку, позиція Офісу Президента толерує створення непрофесійних майданчиків з розповсюдженнями фейків та неперевіреної інформації. Але цей випадок створює прецедент, коли телеграм-канали з великою обсягом читачів певним чином репрезентують українську аудиторію, а тому їхню присутність стає складно ігнорувати навіть на найвищому рівні. Це не виправдовує всіх недоліків подібного формату медіа, але дає підстави вважати, що телеграм-канали несуть особисту відповідальність перед своїми читачами за розповсюджені матеріали, в тому числі за їхню етичність і дотримання стандартів журналістики. Саме тому вважаємо доречним розглянути діяльність телеграм-каналів з точки зору дотримання принципів журналістської етики.

Серед дев'ятнадцяти пунктів Кодексу журналістської етики ми відокремили ті, порушення яких зустрічаються в телеграм-каналах найчастіше. Найпершою доцільно обрати статтю 2: «Служіння інтересам влади чи засновників, а не суспільства, є порушенням етики журналіста». Адміністратори телеграму часто забувають про цей принцип, але під час війни не може бути місця необ'єктивним оцінкам чи замовним матеріалам. Проте багато сторінок навмисно вводять аудиторію в оману своїми дописами про досягнення того чи іншого політика.

1 червня 2023 року відбулась масована ракетна атака на Київ, в результаті якої загинула 11-річна дівчинка. Дитина разом з матір'ю намагались потрапити в укриття, але воно було зачинене, і в цей момент уламки ракети впали неподалік від будівлі зі сховищем. Правоохоронці відкрили кримінальну справу проти охоронця, що не відчинив двері до укриття, але разом з тим суспільство заговорило про відсутність оснащених і комфортних укриттів, що часто стає причиною загибелі людей, оскільки вони змушені залишатись вдома. Кияни стали масово засуджувати неефективність мера Віталія Кличка за відсутність шелтерів, попри постійні повітряні атаки протягом останніх півтора років, а центральна влада заговорила про відсторонення Кличка від посади. Одразу після цього низка телеграм-каналів стали від імені «незалежних експертів» публікувати дописи з відбіленням репутації Кличка. Канал «Україна Сейчас» (1,6 мільйонів підписників) створив ряд публікацій, присвячених цій темі: «Атака на мера Кличко – це спроба зняти вибраного мера і поставити ляльку-намісника, покінчивши з місцевим самоврядуванням в столиці, – експерт «Києво-Могилянки»; «Попри те, що в трагедії із закритими укриттями винні Попко і Ратников, влада хоче звільнити Кличка – експерт»; «Звинувачення щодо стану укриттів потрібно адресувати голові КМВА Попко – експерт». Згодом були пости, присвячені Кличку як ініціатору допомоги постраждалим від наслідків підриву Каховської ГЕС: «Київ надіслав допомогу постраждалим від підриву дамби окупантами і виділить 100 мільйонів допомоги Херсону – Кличко». Пізніше цитували Кличка в його зверненні до центральної влади: «Київрада

вимагає від центральної влади дотримуватись Конституційних гарантій прав місцевого самоврядування, - Кличко». Всі ці матеріали виходили протягом одного тижня з інтервалом у 1-2 днів, подеколи їх було декілька за добу. В публікації замовних матеріалів також помітили канали «Україна 24/7 – новини» і «Україна Online: Політика, новини». Цікаво, що дописи постійно намагаються змістити фокус уваги з Кличка на Сергія Попко, роблячи з нього головного винуватця цієї трагедії. При цьому не залишають осторонь спроби маніпуляцій тезами про автократизм центральної влади, яка лише шукає привід для звільнення Кличка. В жодному з цих матеріалів не підкреслюється відповідальність КМДА за влаштування укриттів в Києві, вона навмисно прихована або перекладена на інших. Замість обговорень суспільних питань автори цих матеріалів дозволили собі працювати політичними піарниками політика.

Наступна стаття Кодексу говорить про відокремлення реклами від інформаційних та аналітичних матеріалів відповідною рубрикацією. Телеграм-канали отримують основний заробіток через демонстрацію рекламних повідомлень, часто – сумнівного характеру. Однак канали ігнорують необхідність маркування рекламних інтеграцій відповідними підписами. Слід зазначити, що медіа, які належать до так званого «білого» списку ЗМІ, тобто дотримуються журналістських стандартів, наприклад, «Громадське» та «Українська правда», завжди позначають рекламні дописи рубрикацією на кшталт «на правах реклами» або «цей матеріал носить рекламний характер». Проте довільні телеграм-канали, що з'явилися не як логічне продовження існуючого медіа, не вважають за потрібне займатись цим.

Найчастіше «мільйонники» розміщують рекламу грального бізнесу, приватних телеграм-каналів, супермаркетів, магазинів техніки, окремо просувають політиків і бізнесменів.

Рекламу онлайн-казино та спортивних ставок найчастіше розміщують телеграм-канали «Труха», «Реальна Війна», «Инсайдер UA», «Україна сейчас», «Україна Online: Політика, новини», «Батальйон “Монако», «Телеграмна служба

новин – Україна» та «Реальный Київ». Здебільшого це інтеграції з Cosmolot та Favbet, дещо відстають Pin-up та Slots City. Рекламу часто намагається заторкнути тему війни і розповісти про матеріальну допомогу армії. Часто рекламні колаборації з онлайн-казино супроводжуються патріотичними заголовками, наприклад: «*Cosmolot перераховує частину своїх прибутків на потреби ЗСУ*» або «230 авто отримали ЗСУ за сприяння Favbet Foundation» без подробиць, яку саме частину замовник витрачає на допомогу.

Часто трапляється реклама Київського університету культури Михайла Поплавського, майже кожен великий телеграм-канал хоча б раз розміщував допис на цю тематику. ВНЗ славиться сумнівними умовами вступу без обов'язкової здачі ЗНО та НМТ.

Також рекламу в телеграмі замовляли такі відомі компанії, як «АТБ», «Розетка», «Нова пошта», «Сільпо» та «Цитрус». Їхня реклама не мала належного маркування. Єдиний канал, який використовує маркування, – це «Труха». Активно в замовних повідомленнях фігурує ім'я Ріната Ахметова, особливо часто – в телеграм-каналах «Труха» і «Україна Сейчас». В них розповідають про фонд Ахметова, який розвозить гуманітарну допомогу або лікує дітей з тимчасово окупованих територій за власний кошт. У закупці замовних матеріалів також помітили Петра Порошенка, зокрема, канал «Инсайдер UA» повідомляє про те, що політик передає на фронт «рекордну партію техніки», а також повідомляють про обговорення з міністром оборони Швеції посилення допомоги Україні.

В сучасному світі не може бути жодних упереджень проти реклами, оскільки це – один із найшвидших і ефективних засобів заробітку сьогодення. Враховуючи, що українські читачі навряд чи підтримували б улюблені канали добровільними донатами, розміщення реклами видається цілком логічним. Але її маркування набагато полегшило б споживачам процес розділення звичайних дописів від комерційних. Крім того, характер розміщеної реклами почасти викликає питання. Просування грального бізнесу, сумнівних навчальних закладів та політичний піар є доказом, що адміністратори телеграм-каналів рідко

замислюються над інститутом репутації і співпрацюють з деструктивними організаціями.

Класичні онлайн-медіа давно практикують створення нативних проєктів – це рекламна колаборація з певною компанією, проте викладена у вигляді лонгріду через призму діяльності під час війни і задля перемоги. Компанія розповідає, чим саме корисна їхня праця для України, і такий матеріал ще на початку маркується як комерційний, аби читач розумів характер наступного тексту. Телеграм-каналам слід спробувати цей формат створення реклами і її рубрикації.

Стаття 9 Кодексу говорить про відокремлення фактів, суджень і припущень одне від одного. Очікувано для телеграму, цей принцип також ігнорується. Автори телеграм-каналів звикли в перебільшено емоційній формі описувати ті чи інші події, ретранслюючи читачеві власні думки. Легко зрозуміти нервову збудженість всіх українців під час війни, однак попри все має бути збережений принцип неупередженості.

Канал «Телеграмна служба новин» так відреагував на російський обстріл зупинки громадського транспорту в Харкові 1 серпня 2022 року: «Обстрілювати зупинки громадського транспорту стає системою країни-агресора. Горить у пеклі, русяві мерзоти!». А так описав новину про рішення витратити 800 тисяч доларів на ремонт пішохідного мосту в Ужгороді: «Мабуть, по ньому йде дуже важлива логістика, яка наближує нашу перемогу». А ось реакція на новину про вихід Росії з договору про заборону ядерних випробувань»: «Знову ядеркою лякатимуть»? Подібні судження і коментарі на цьому каналі можна зустріти регулярно, вони публікуються поруч з новиною, що може вплинути на думку читача, який підсвідомо почне пов'язувати цю інформацію з коментарем адміністратора.

Не відстає від колег і канал «Україна Online». У дописі про відео з показовими псевдозвільненнями Білгородської області Росії від «Легіону свободи Росії», що зайшли на територію у травні 2023 року, автор не втримався від саркастичного коментаря: «Їм потрібно знімати індійське кіно». У пості з повідомленням про створення петиції на сайті Президента щодо накладення

санкцій на компанії, які співпрацюють з РФ, звучить наступне: «Починаємо гнати тварюк з нашої України. Раз так хочуть працювати зі свинособаками, то хай йдуть в рашастан».

В статті 11 Кодексу йдеться про неприпустимість вибіркового цитування соціологічних досліджень, яке призводить до викривлення змісту. Телеграм-канали періодично публікують результати різних соціологічних досліджень, найчастіше, це дослідження таких відомих соціологічних інституцій, як КМІС, Центр Разумкова, «Socis» та інші організації, що входять до Соціологічної асоціації України і славляться достовірністю досліджень. Проте подеколи з'являються соціопитування від груп, які були помічені в роботі на певних кандидатів і політичні партії, викривленні даних і визнані соціологічною спільнотою як ненадійні. Крім того, навіть ці опитування часто намагаються вирвати із контексту. Канал «Україна Сейчас» у жовтні 2023 року написав про дослідження групи «Соціополіс», в якому спитали про політиків, що, на думку українців, найбільш негативно впливають на ставлення до центральної влади. Автори згадали лідера списку Данила Гетьманцева, нардепа, голову комісії з питань фінансів, податкової і митної політики, і решту свого повідомлення присвятили лише його особистості, оминувши увагою інших політиків зі списку. З цього може виникнути враження, що автор навмисно хоче зафіксувати увагу саме на Гетьманцеві через власну упередженість проти нього.

Канал «Україна Online» опублікував дослідження соціологічної групи «Градус», згідно з яким 59,2% не хочуть бачити Андрія Павелка очільником Української асоціації футболу, а 54,7% не погодилися із твердженням, що Андрій Павелко є компетентним президентом Української асоціації футболу. Слід зазначити, що довільний пошук соціопитування на сайті «Градуса» не дав результатів, такого дослідження вони не виставляли. А глобальний пошук в гуглі показав велику кількість сумнівних онлайн-ЗМІ, які зробили матеріали на цю тему, але не вказали ні гіперпосиланням, ні іншими засобами першоджерело. З цього можна зробити висновок, що це або фейкове дослідження, або спеціально замовлене у компанії приватне опитування без загального звіту і подане у вигляді

зображення, походження якого складно відслідкувати. За багатьма ознаками це може бути замовний матеріал проти Павелка.

Стаття 12 каже про обов'язок зробити все можливе для виправлення будь-якої поширеної інформації, якщо виявилось, що вона не відповідає дійсності. Вибачення за фейки і їхнє виправлення – одна з тих тем, яка є найбільш актуальною для телеграму, але водночас не стоїть на порядку денному для авторів, що у гонитві за швидкими прибутками і реакціями готові публікувати будь-що. Щоденно телеграм поспішає з написанням дописів з викривленою або неуточненою інформацією, аби бути оперативнішими за класичні ЗМІ, проте, як це часто трапляється, багато з їхнього контенту виявляється дезінформацією.

Адміністратори майже ніколи не роблять нових дописів з вибаченнями за неправдиву інформацію. Найчастіше вони просто редагують новину. Наприклад, канал «Труха» опублікував таке повідомлення: «Документи у «Дії» більше не прийматимуть на пропускних пунктах України, – Держприкордонслужба. Співробітники ДПСУ почали все частіше виявляли факти підробки додатку та фальшиві документи в ньому». Через декілька годин допис був перероблений з поміткою «UPD» - від англ. update, що означає оновлення: «UPD: в ДПСУ зазначили, що з е-паспортом у Дії ніколи не можна було перетнути кордон». Такої ж помилки допустились і канали «Україна Online», «Україна Сейчас», «Телеграмна служба новин» і ряд інших.

«Труха» як лідер серед телеграм-каналів часто намагається вражати своїх читачів шок-контентом. Ось приклад: «Друге самогубство за день у Києві. Що взагалі відбувається? В мене просто немає слів...», - так адміністратори підписали фото, на якому зображено людину, що впала з даху багатоповерхівки без контексту. Згодом з'явилась класична для цього каналу аббревіатура «UPD»: «У поліції Києва заявили, що виклику стосовно цього інциденту НЕ було. Фото фейкове. Приношу свої вибачення». Автори як завжди поспішають з публікацією фото, і хоча цього разу вони вибачились перед аудиторією за розповсюдження

неточної інформації, проте знову відредагували повідомлення замість повноцінного нового допису з усіма роз'ясненнями.

Як приклад правильного ставлення до аудиторії і спростування фейків, візьмемо телеграм-канал «Українська правда». У березні 2022 року канал повідомив, що Міжнародний суд ООН постановив, що РФ має припинити військові операції на території України, проте рішення суду не є обов'язковим до виконання. Пізніше окремим повідомленням, посилаючись на твіт Володимира Зеленського про обов'язкове виконання розпорядження Міжнародного суду ООН, автори виправились: «Наказ є обов'язковим до виконання згідно з міжнародним правом. Перепрошуємо за неточність». Отже, у телеграм-каналів все ще є приклад правильного поведіння у вигляді офіційних медіа, які ознайомлені з принципами роботи журналіста і чітко їй дотримуються.

Нарешті, остання стаття, яку найчастіше порушують телеграм-канали це висвітлення питань, пов'язаних з дітьми. Діти є найчутливішою категорією населення, тому закон України «Про медіа» встановлює низку обмежень у створенні матеріалів щодо дітей. Телеграм-канали не відрізняються великою делікатністю в моментах, пов'язаних з неповнолітніми, дозволяючи собі навіть доволі кровожерливі коментарі. Наприклад, «Україна Сейчас» написав допис про дітей Бурятії, одягнених у військові балаклави, які у дитячому садочку долучились до плетіння маскувальних сіток для окупаційних військ. Автор дозволив собі наступний коментар: «Скоро на росії із пологових будинків будуть випускати новонароджених одразу у військовій формі». Така нетактовність до російських дітей, з одного боку, продиктована характерним для всіх українців гнівом на ворожий народ, але, з іншого боку, подібні вислови є неприпустимими, адже приховують натяки на ймовірну майбутню смерть новонароджених через політику росії.

Восени 2023 року Києвом прокотилась хвиля підліткових самогубств, в якій загинуло до десятка школярів. Обставини досі з'ясовуються правоохоронцями і дитячими психологами. Багато хто одразу почав шукати за цим російський слід або активізацію так зваг «груп смерті» - спільнот, які

вербують підлітків в скрутних життєвих становищах і нав'язують їм думки про суїцид. Під час висвітлення цієї теми телеграм-канали почали оперативно публікувати фото та відео з моментами трагедій без належного маркування про чутливий контент. Особливо цим відрізнялись канали з тематикою про життя в столиці – «Реальний Київ», «Киевский движ» і «Київ Ірпінь Буча». Також канали поширюють подробиці особистостей жертв, їхнє місце навчання, сімейні обставини та іншу приватну інформацію. Згідно із законом, ніхто не має право публікувати інформацію про дитину, що може її ідентифікувати, без письмової згоди батьків або законних опікунів. Чи є такі дозволи в адміністраторів телеграм-каналів наразі неможливо дослідити.

14 липня минулого року внаслідок ракетного удару по Вінниці загинули більше 20 людей, в тому числі і 3-річна дівчинка Ліза, фото якої облетіли увесь світ. Ще до того, як мати Лізи, Ірина Дмитрієва, дізналась про смерть своєї доньки, телеграм-канали стали активно розповсюджувати фото з особистого інстаграму жінки, де вона розповідала про виховання дитини із синдромом Дауна, ділитись подробицями особистого життя родини і активно використовувати емоційні вислови, висказуючись про смерть Лізи. Згодом трапилось те, що медійна спільнота назвала актом цілковитої неетичності і грубістю. Попри рекомендації лікарів не казати Ірині Дмитрієвій, яка на той момент знаходилась в реанімації з численними ушкодженнями, про втрату дитини, вона дізналась про це з Інтернету, в тому числі з телеграм-каналів. Згодом з'явилось відеоінтерв'ю активіста Антона Кудінова, який працював фіксером італійського телеканалу RAI News 2, з Іриною, де вона дивиться на відео останніх хвилин життя своєї доньки одразу після переведення до палати і не може втримати сліз. Низка телеграм-каналів, серед них і мільйонник «Труха» підхопили й поширили (і досі не видалили) цей матеріал. Комісія з журналістської етики різко засудила авторів відео за зйомку жінки в такий скрутний момент. Слід зазначити, що і перша леді України Олена Зеленська запостила відео з новорічними привітанням, де брала участь Ліза, в якому повідомила про смерть дівчинки раніше, аніж про це дізналась її мати. Звичайно,

приховувати акт вбивства дитини від спільноти було б недоречним, оскільки ще до того виклали безліч фото закривавленого візочка Лізи, однак це був сумний урок і для адміністраторів телеграм-каналів, і для професійної журналістської спільноти у модеруванні власного контенту і нагадування про те, що співчуття до чужого горя має бути головнішим за пошук ексклюзивних матеріалів.

Крім того, Комісія з журналістської етики попереджає, що під час висвітлення певних катастроф чи нещасних випадків слід утриматись від деталізації причин смерті, опису сцен жорсткості чи інших подробиць, які можуть відповідати критеріям чутливого контенту. Але і тут телеграм-канали ігнорують цю норму. Ось, як «Труха» описує непогоду в Києві із сильним вітром: «Жахливі наслідки непогоди на Київщині: вже двоє загиблих! У столиці масово падають дерева, відомо про щонайменше двох загиблих. В одному з районів дерево впало на кіоск з людьми. Ще одного водія просто проткнула гілка, він живий, але втратив багато крові». Цілком достатньо написати про певну кількість загиблих від наслідків негоди, не вдаючись до розбору всіх причин смерті та поранень. Проте у гонитві за реакціями треба тиснути на емоції читачів, до чого і вдаються адміністратори телеграм-каналу.

Отже, стандарти журналістської етики ігноруються спільнотою телеграм-каналів, хоча вони й намагаються заявити про себе як рівноправного члена медіаспільноти, беручи участь в закритих зустрічах з першими особами держави. Читач стає свідком щоденних порушень, які навіть не має змоги відрізнити в загальному потоці новин без належних знань про медіаосвіту.

Висновки до розділу 2

Telegram є майданчиком з нестабільним моніторингом контенту, адже власник платформи Павло Дуров виступає проти цензури каналів і за можливість всім сторонам конфлікту виражати свою думку. Цим часто користуються терористичні організації, проросійські сили та інші пропагандистські структури.

Попри це популярність телеграму серед українців стала неабиякою високою, затьмаривши традиційні медіа. Соціологи відмічають стабільний зріст

аудиторії, деякі канали вже сягнули позначки більше мільйону підписників, що в умовах телеграму є колосальним числом.

Telegram-канали українського сегменту поділяються на проукраїнські та проросійські, і якщо перші поширюють ворожі наративи помилково, то другі цілковито співпрацюють з російською пропагандою, поширюючи фейки та маніпулятивні матеріали на користь росії, в яких звинувачують Україну в початку бойових дій та загибелі українського народу.

Питання інформаційної гігієни стоїть на порядку денному у зв'язку з постійною інформаційною агресією і необхідністю відповідати на виклики, які ставить перед собою боротьба з російською пропагандою. Є безліч факторів недостатньої медіаграмотності українців, зокрема, відсутність освітніх програм і забезпечення відповідною літературою, вікові чинники, недовіра до влади, неспроможність професійних журналістів працювати з аудиторією на основі стандартів і принципи медіа тощо.

Журналістська етика в середовищі телеграм-каналів – явище доволі рідкісне, оскільки адміністратори ігнорують цю сферу, адже вона змушує переглянути якість свого контенту, робити матеріали менш шокуючими і наповненими емоціями. Більшість статей Кодексу журналістської етики грубо порушуються телеграм-каналами, проте на контрасті можемо прослідкувати ефективність традиційних медіа, які своїм прикладом доводять, що в телеграмі цілком можливо дотримуватись етичних норм.

РОЗДІЛ 3

МЕТОДИ ПРОТИДІЇ ІНФОРМАЦІЙНІЙ АГРЕСІЇ В ОНЛАЙН-МЕДІА В ПЕРІОД ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ

3.1. Нормативно-правові документи, що регулюють роботу інтернет-ЗМІ

На фоні збільшення популярності телеграму виникає питання регулювання його роботи, особливо цим стали задаватись після повномасштабного вторгнення. До 2023 року законодавство України регулювало роботу друкованих ЗМІ, телебачення і радіомовлення, наразі всі окремі закони втратили дійсність, адже їх замінив новостворений згідно з рекомендаціями Європейського Парламенту закон «Про медіа». До документа також додалися пункти про регулювання онлайн-медіа і це поняття офіційно закріплене законом, чого раніше не було.

Згідно із текстом, суб'єктом у сфері онлайн-медіа вважається особа, що здійснює редакційний контроль щодо створення або добору, організації та поширення масової інформації у формі онлайн-медіа [54]. Фактично, уточнення щодо характеру медіа, наприклад, сайт або група у соціальній мережі, немає, тому отримати статус онлайн-медіа може будь-який суб'єкт, що веде свою діяльність на теренах Інтернету.

Водночас закон говорить, що особа, яка регулярно поширює масову інформацію під своїм редакційним контролем через власні облікові записи на платформах спільного доступу до інформації, не є суб'єктом у сфері онлайн-медіа, крім випадків, коли така особа добровільно зареєструється як суб'єкт у сфері онлайн-медіа. Тобто сторінка особи в соцмережі не вважатиметься онлайн-медіа, якщо її власник не захоче зареєструватись.

Онлайн-медіа мають право на добровільну реєстрацію, проте покарання за порушення закону розповсюджуються і на ті, що не реєструвались. При

вирішенні питання, чи є онлайн-медіа суб'єктом, який поширює інформацію з використанням мережі Інтернет, Національна рада з питань телебачення і радіомовлення застосовує критерії, встановлені органом спільного регулювання. Обговорення щодо створення цього органу у процесі, а критерії ще тільки проходять етап розробки, тобто карати незареєстровані онлайн-медіа за цим законом поки що доволі складно, тому що не створені передбачені законом суб'єкти регулювання.

Користуючись усіма існуючими знаннями про онлайн-медіа, можна зробити висновок, що телеграм-канали як сторінки в месенджері не вважаються онлайн-медіа доти, поки не отримають цей статус, якщо внесуть дані про себе і виконають усі передбачені законом дії. Водночас, на них так само розповсюджуються усі адміністративні і кримінальні провадження у разі порушення пунктів закону «Про медіа».

Можемо побачити, що закон досі має суттєві прогалини, оскільки хоч і пропонує карати будь-який суб'єкт онлайн-медіа, проте досі не визначено яким чином. Це залишає безліч лазівок для власників телеграм-каналів, які не зареєстрували свої ресурси, для подальшого безкарного поширення фейків, дезінформації і пропаганди. Залишається очікувати дієвих рішень щодо регулювання діяльності онлайн-медіа, які розробить Національна Рада.

Дебати щодо регулювання телеграму йдуть не лише в зрізі закону «Про медіа», але й як окрема нагальна потреба для інформаційного простору. Секретар Ради національної безпеки і оборони України Олексій Данилов вважає телеграм дуже небезпечним та вразливим і розмірковував над можливістю певних обмежень у діяльності програми в Україні. Данилов визнає телеграм «системою впливу, де люди за гроші починають просувати ті чи інші речі». *«З точки зору національної безпеки це дуже-дуже небезпечна річ. Я не проти того, щоб існували месенджери, але я би хотів, щоб за кожним цим ніком була цілком зрозуміла людина»*, — сказав очільник РНБО. Щодо заборони телеграму, Данилов зауважив, що *«якщо до нас надійдуть документи відповідних служб, які мають на це право, — повірте, за нами не забариться»* [45].

Національна рада з питань телебачення і радіомовлення разом із профільними відомствами активно працює над питанням встановлення контролю діяльності телеграму, про що заявила голова Нацради Ольга Герасим'юк під час публічного обговорення запобігання в медіа проявам мови ворожнечі й дискримінації. За її словами, заблоковані за проросійську діяльність медіа, в тому числі журналісти заборонених телеканалів «112 Україна», «NewsOne» і «ZIK», активно працюють на цій платформі. Герасим'юк повідомила, що Нацрада вже намагалась зв'язатись з офіційним представництвом телеграму щодо співпраці через електронну адресу, але відповіді так і не отримали.

Головною проблемою Герасим'юк вважає небажання голови телеграму Павла Дурова налагоджувати тісний контакт з офіційними представниками влади, проте керівниця запевняє, що й цю кризу можна оминати. Вона навела приклад Бразилії, де телеграм також користується великим попитом, але до суду дійшла справа щодо розповсюдження через месенджер шкідливого контенту. Влада Бразилії поставили вимогу перед телеграмом, згідно з якою, якщо вони не будуть реагувати та виходити на діалог, суд може розглянути питання про блокування додатку. Згодом Дуров особисто звернувся до президента країни, з яким вони обговорили всі претензії. Враховуючи, що Україна – другий найбільш прибутковий ринок телеграму після Росії, Герасим'юк не виключає можливості вирішити питання шляхом переговорів з Дуровим.

Голова комітету Верховної Ради з питань гуманітарної та інформаційної політики Микита Потураєв говорить про невідворотність процесу регуляції соціальних мереж. Чинивник розповів, що Європейський парламент прийняв так званий Digital Services Act - Закон про цифрові послуги. Одразу, як тільки почнуться переговори щодо вступу України до ЄС, це стане одним із найважливіших актів, які Україні доведеться імплементувати. Цей документ спрямований на контентну регуляцію соцмереж на території Європейського Союзу. Так само в цю категорію потрапляють й месенджери, які надають послуги колективного спілкування та розповсюдження інформації, зокрема і

телеграм. Потураєв повідомив, що до адміністрації месенджеру вже зверталися представники СБУ і Національної поліції з проханням реагувати на ворожі вкиди, що ставлять під загрозу територіальну цілісність України, а відповідно до закону «Про медіа», Національна рада з питань телебачення та радіомовлення стає уповноваженим від держави представником, який може звертатися до адміністраторів соціальних мереж і месенджерів з вимогою прибрати шкідливий контент. Після прийняття Digital Services Act цей процес буде проходити набагато легше, однак введення в дію закону вимагає багато часу, від трьох до п'яти років, а зараз розробляються тимчасові рішення від Нацради і Міністерства цифрової політики з пропозиціями до кураторів телеграму про конструктивну співпрацю. Однак він не виключає, що у разі відмови з боку месенджера, можливо слід буде замислитись над іншими механізмами, аж до заборони.

Окремі незалежні громадські організації, що спеціалізуються з медіа, так само на рівні з державними установами намагаються запропонувати механізми вирішення проблеми контролю за телеграмом. Головний редактор ГО «Детектор медіа» Наталія Лігачова вбачає вирішення цієї проблеми розроблення стратегії, де українські телеграм-канали з власної волі стають прозорими щодо власників, навіть якщо їхня назва є анонімною. Це і пропонує новий закон «Про медіа», проте наразі лише на добровільних засадах. Якщо канал позиціонує себе як український, то він має надати про себе і своїх власників вичерпну інформацію, навіть попри збереження анонімної назви, вважає Лігачова.

Міністерство культури та інформаційної політики разом зі своїми колегами розробляє тактику регулювання телеграму, а також намагається оцінити його взаємодію з державою. Колишній міністр Олександр Ткаченко назвав телеграм закритою від суспільства спільнотою, тоді як інші медіа є відкритими, відомі їхні власники, є певна звітність тощо. Ткаченко теж відкинув заборону телеграму, протиставивши їй регулювання на основі діалогу з адміністрацією, але наголосив, що власникам «це не цікаво, тому що вони перебувають поза зоною регулювання». Іншими проблемами месенджеру він назвав відсутність зворотного зв'язку, на відміну від, наприклад, соцмережі

«Фейсбук» і «Х» (колишній «Твітер»), і крім того, що телеграм-канали збирають кошти і невідомо, чи платять вони податки. Серед інших викликів – прозорість і питання співпраці з суспільством. Також міністр прокоментував чутки про зв'язок з російськими спецслужбами: «Переконатися в тому, що там є слід ФСБ, чи ще чийсь, досить непросто. Але той факт, що комунікації з телеграмом немає, викликає багато запитань і сумнівів».

Між тим, функцією реєстру онлайн-медіа через Нацраду вже скористались 24 суб'єкти різних напрямків. Серед них канали, акаунти та відеохостинги соціальних мереж. Зараз серед зареєстрованих — шість телеграм-каналів. Це «Blacklist Вінниця», «Від села до міста», «Вигода. Інфо», «Ми — Полтава», «Теза Одещини», «Резидент». Поки що не бачимо ажіотажу з боку інших телеграм-каналів з анонімних джерел ставати цілком публічними і брати відповідальність за розповсюджуваний контент, що свідчить про те, що у Нацради попереду багато роботи в області регулювання контенту. Реєстрація виводить цей сегмент медіа із тіні, але при цьому зареєстровані телеграм-канали так само не завжди вказують на своїх сторінках повну інформацію про власників та робітників, оскільки ці питання поки що не регулюються. Можливо, саме орган співрегулювання буде здатен створити правила для цієї сфери.

Однією з причин для тих небагатьох зареєстрованих телеграм-каналів та інших сторінок в соціальних мережах є захист у випадку зламу сторінки. Державна реєстрація засвідчуватиме право на сторінку в комунікації з платформами, що може допомогти захистити себе та показати реєстр, каже член Нацради Олександр Бурмагін.

Аби зрозуміти, чому врегулювання роботи соціальних мереж і платформ є переважно складним процесом, потрібно усвідомлювати, що найбільші мережі не знаходяться в українській юрисдикції і в'яло йдуть на контакт з українською владою, навіть попри війну і всі виклики інформаційної агресії, яку вона за собою тягне. Більш прихильні платформи готові йти на зустріч і вирішувати питання полюбовно, але загалом вони ставлять свої пріоритети вище, ніж питання інформаційної безпеки в Україні. Алгоритми гуглу і соціальних мереж

корпорації «Мета» видаляють або не просувають контент про російсько-українську війну, подеколи зносять пости з волонтерськими зборами. Ютуб заблокував репортаж каналу «Суспільне», в якому прозвучала фраза одного з опитуваних про його ставлення до так званих «хороших росіян» про те, що «хороший росіянин – це мертвий росіянин». Каналу довелось доводити, що це думка людини, а не редакції чи журналістів, які займались підготовкою матеріалів, і вони лише робили опитування. В інстаграмі були випадки видалення дописів про полк «Азов» через їхню символіку, яку модератори сприймали як нацистську. Навіть блогери зіштовхнулись з проблемою несприйняття контенту про війну з боку провідних платформ. Засновниця ютуб-каналу «Рагулівна» Тетяна Микитенко стикнулась з блокуванням свого ресурсу, через що їй довелось клопотати про відновлення каналу через службу підтримки хостингу. Вона розповіла, що провела прямий ефір про те, як російська пропаганда мімікрує під об'єктивні джерела інформації через так звану ліберальну журналістику, зокрема через фільм Іллі Варламова про Україну. Він робив випуски про пострадянські республіки і толерував думки про спільне з Росією майбутнє. Канал без попереджень був заблокований, і згодом, як пояснили Тетяні в службі підтримки, це сталося через мову ворожнечі, хоча, на її думку, це були лише фрази, що характеризували особливості цієї війни, пояснювали небезпеку блогерів, що вдають ліберальних, але просувають російські наративи.

Як приклад, ми не бачимо ситуації з тотальним блокуванням будь-якого, навіть нейтрального контенту, у випадку ізраїльсько-палестинського конфлікту, коли у перший день протистоянь обидві сторони конфлікту публікували доволі чутливий контент з елементами насилля, вбивств, зображень загиблих і поранених, проте соціальні мережі не блокували його, що часто трапляється зі спробами українських блогерів викладати наслідки війни в наших містах. Вони так само не видаляють мову ворожнечі із закликами до розправи або погрози з обох боків. З різних причин, зокрема й політичних, збройний конфлікт між Росією та Україною часто стає об'єктом маніпуляцій та шантажу, де прихильні

до держави-терористки діячі лобіюють інтереси РФ в просуванні своєї пропаганди і навмисному блокуванні української точки зору на війну. У питанні телеграму все стає ще заплутанішим, адже месенджер є певним анархічним засобом, який нікому не підпорядковується. Часто через телеграм навіть виконуються дії протиправного характеру, як-от, продаж наркотиків, поширення порнографії тощо. Незалежна позиція Дурова від усіх форм регулювання з боку державних установ створює багато проблем для нормального функціонування медіа.

Інтеграція до Європейського Союзу в найближчому майбутньому змушує нас вже зараз замислюватись над питаннями покращення якості надання медіапослуг, що відповідатимуть журналістським стандартам, проте, з іншого боку, не тиснутимуть на свободу слова та плюралізм думок. Для цього Європарламент проголосував за прийняття Акту свободи медіа, який проголошує захист і підтримку вільних, плюралістичних та незалежних ЗМІ, посилює боротьбу з дезінформацією та іноземним втручанням. Він також розширює регуляторну співпрацю та конвергенцію за допомогою інструментів транскордонної координації та висновків і вказівок на рівні ЄС, що сприятиме послідовним підходам до медіа-плюралізму та незалежності медіа, а також забезпечуватиме ефективний захист користувачів медіасервісів від незаконного та шкідливого контенту, у тому числі в Інтернеті, і щодо постачальників послуг (зокрема з третіх країн), які не дотримуються медіа-стандартів ЄС. До цього переліку цілком можливо може додатись і телеграм, який не користується великим попитом в європейських державах, однак має вплив на держави-майбутніх кандидатів на вступ, наприклад, Україну та Молдову. Крім того, у відповідь на виклики плюралізму ЗМІ та свободі ЗМІ в Інтернеті деякі держави-члени вжили регулятивних заходів, а інші держави-члени, ймовірно, зроблять це пізніше.

Згідно з європейським законодавством, на цифровому медіа-ринку постачальники платформ для обміну відео або дуже великі онлайн-платформи можуть підпадати під визначення постачальника медіапослуг. Загалом такі

постачальники відіграють ключову роль в організації контенту, в тому числі за допомогою автоматизованих засобів або алгоритмів, але не несуть редакційної відповідальності за контент, до якого вони надають доступ. Останні тенденції в розповсюдженні та споживанні медіа, зокрема в онлайн-середовищі, спонукали держави-члени розглянути закони, спрямовані на регулювання надання медіаконтенту.

Великі платформи виступають для багатьох користувачів як шлюз для доступу до медіа-сервісів. Провайдери медіа-послуг, які несуть редакційну відповідальність за їхній контент, відіграють важливу роль у поширенні інформації та здійсненні свободи інформації в Інтернеті. Виконуючи таку редакційну відповідальність, очікується, що вони діятимуть старанно та нададуть інформацію, яка заслуговує на довіру та поважає основні права, відповідно до регулятивних вимог або вимог саморегулювання, яким вони підпорядковані в державах-членах. Таким чином, також з огляду на свободу інформації користувачів, коли провайдери великих платформ вважають, що контент, наданий такими провайдерами медіа-послуг, є несумісним з їхніми положеннями та умовами, хоча він не сприяє системному ризику, зазначеному в статті 26 Закону про цифрові послуги Європейського Союзу, вони повинні належним чином враховувати свободу та плюралізм засобів масової інформації та надати якомога раніше необхідні пояснення постачальникам медіа-послуг як їхнім бізнес-користувачам у поясненні причин відповідно до Регламенту (ЄС) 2019/1150 Європейського Парламенту. Щоб мінімізувати вплив будь-якого обмеження цього вмісту на свободу інформації користувачів, соціальні мережі та інші платформи повинні докласти зусиль, щоб подати заяву про причини до того, як обмеження набуде чинності, без шкоди для своїх зобов'язань. Зокрема, цей Регламент не повинен перешкоджати постачальнику платформи вживати швидких заходів проти незаконного вмісту, що поширюється через його сервіс, або з метою пом'якшення системних ризиків, спричинених поширенням певного контенту через його сервіс. Таким чином, певна відповідальність лежатиме не лише на регуляторі від держави, але й на адміністраторах платформ, які мають

належним чином слідкувати за тим, аби контент відповідав всім нормам закону держави, в якій розповсюджується, і в разі порушень одразу видаляти його, а також надати пояснення регулятору з приводу причин появи такого контенту на своїй платформі. Очікуємо, що після імплементації Акту свободи медіа в Україні це змусить телеграм підкорятись законам і відповідати за розповсюджені матеріали за всіма законодавчими нормами.

До того ж, ЄС запровадив закони на основі грошового регулювання, і в разі невиконання вимог соціальні мережі можуть бути повністю відключені від монетизації за рахунок реклами і заблоковані, що для платформи виливається у великі втрати, які рахуються мільярдами. Така стратегія, за словами Олександра Бурмагіна, буде вводиться і в українське законодавство, і в майбутньому цифрове медійне середовище в Україні так само буде регулюватись за допомогою органів спеціального призначення, що слідкуватимуть за цими процесами, а також блокуванням шкідливого контенту на вимогу регулятора, який за законом муситиме йти на зустріч, щоб не втратити свій ринок користувачів.

Проте найбільшою проблемою споживання шкідливого контенту в телеграмі та інших соціальних мережах є, в першу чергу, безвідповідальне ставлення самих користувачів. Люди не аналізують прочитане і це є проблемою, яку не здатне вирішити жодне, бодай навіть найефективніше, законодавство. Проблеми регулювання діяльності телеграм-каналів є тимчасовим явищем, бо різноманітні органи влади об'єднуються, щоб взяти під контроль діяльність соціальних мереж. Проте навіть тотальний контроль телеграму і його можливе блокування залишає багато викликів для українців. Ворог відслідковує наші основні вподобання, і якої б це не стосувалось платформи, можна бути певними, що російська пропаганда знайде свій шлях і способи впливу на свідомість громадян України. Ті наративи, які росія насаджувала в нашому колективному розумі, досі продовжують жити. Так само рф добре знається на національному менталітеті та інших особливостях, зокрема, постійному невдоволенні владою і бажанням так чи інакше її реформувати, тому вона неодмінно скористається

мистецтвом популізму і використає всі пропагандистські засоби, аби через низьку довіру до влади або інших організацій намагались просувати своїх діячів, деструктивних та проросійських. Не залишилось жодної соціальної мережі, де у російських пропагандистів не було б своїх каналів мовлення. Вони активно розвивають всі напрямки, досліджують аудиторію і адаптують контент під потреби тієї чи іншої соціальної групи. Головною мішенню росіян на всіх платформах незмінно залишаються українці, чия ментальність є повною протилежністю російській. Але водночас знищення українців дуже потрібне росіянам для маскування слідів свого українського походження, що в свою чергу руйнує ряд міфів про «Древню Русь», «російських князів» та інші вигадки. Росіянам добре відоме їхнє українське коріння, без якого їхня держава не могла б почати існування і свою багатовікову політику пригноблення інших народів. Майже всім, що вона має, росія зобов'язана Україні, і цей процес вже ніколи не змінити. Тому вона не залишатиме спроб роз'єднати українців і зробити їх слабшими, особливо через середовище медіа, оскільки це дешевше і дієвіше, аніж вести збройну агресію, в якій армія РФ не здатна досягнути успіхів.

Все ці фактори вимагають негайної розробки комплексу заходів щодо створення ефективної системи захисту та протидії інформаційній агресії у онлайн-середовищі. Це і подальше удосконалення законодавства в сфері забезпечення інформаційної безпеки з врахуванням сучасних трендів розвитку глобального інформаційного простору. В контексті нормативно-правових документів є потреба в детальному тлумаченні такої дефініції як онлайн-медіа, бо на сьогодні, на жаль, не існує чітко визначених розумінь цього явища. Додатково слід сприяти розвитку вітчизняних інформаційних засобів, забезпечити їхнє пріоритетне, в порівнянні з альтернативними, поширення на українському ринку, слідкувати за їхньою правильною роботою, аби підвищити довіру користувачів до професійних медіа, а не сумнівних джерел з анонімним походженням. Доцільною є й якнайскоріша імплементація законів європейського зразка, де моніторинг і контроль за роботою платформ доступу до інформації налагоджений вже давно і чітко працює на користь споживачів, при

цьому не обмежуючи права медіа на засадах свободи слова і плюралізму думок. Розробка форм покарання для власників соціальних мереж також повинна бути присутньою, аби вони дотримувались законів і були готові до комунікації з регуляторними органами. Слід пам'ятати, що під час ведення інформаційної війни треба пильно слідкувати за всіма каналами комунікації, особливу увагу приділяючи тим, що мають репутацію непідконтрольних і розповсюджують будь-яку інформацію без цензури і перевірки на правдивість, як-от, телеграм.

Отже, нормативно-правові документи мають фундамент у вигляді відпрацьованих механізмів контролю за роботою медіа, однак не можна назвати їх бездоганними. В законодавстві України досі є багато прогалин в сфері контролю за інформацією в соціальних мережах, зокрема, в телеграм-каналах, тому український інформаційний простір все ще вразливий до російського впливу.

3.2. Практичні рекомендації щодо протидії інформаційній агресії в онлайн-медіа

Як для споживачів, так і для журналістів дуже важливо вміти розрізняти засоби інформаційної агресії. Журналісти особливо відповідальні за те, який контент вони розповсюджують, тому не буде зайвим сформулювати перелік практичних порад з рекомендаціями щодо протидії проявам ворожої пропаганди в Інтернет-просторі. Це допоможе пересічним користувачам краще орієнтуватись в інформації, а працівникам медіа – аналізувати створюваний і розповсюджуваний контент. Так само цей перелік стане в нагоді адміністраторам телеграм-каналів, оскільки розкриє їм необхідність фактчекінгу, дотримання мінімальних стандартів у створенні новинних та аналітичних матеріалів тощо.

Для зручності розмежуємо окремо практичні рекомендації для споживачів і працівників, що мають справу з інформацією і відповідальні за її створення, оскільки за ними закріплюються дещо різні обов'язки і необхідні знання.

Пересічний користувач телеграм-каналу або інших засобів розповсюдження інформації нерідко допускається помилки, коли не перевіряє

інформацію в інших джерелах. Сприймаючи все, що повідомляють через ці анонімні ресурси за правду, він заводить себе в глухий кут, стає жертвою дезінформації, дуже часто розповсюджує неправдиву інформацію далі шляхом пересилання повідомлення своїм рідним і друзям. Це коло фейків та іншої шкідливої інформації можна розірвати, перевіривши інформацію в традиційних ЗМІ, що мають гарну репутацію і славляться своїм високим професіоналізмом. Для цього Інститут масової інформації щороку складає «білий список» ЗМІ – це перелік найякісніших і найвідповідальніших українських онлайн-медіа. Медіа проходять двоетапну перевірку на основі визначених критеріїв і набирають бали за результатами оцінки дотримання професійних стандартів, показниками маніпуляцій, замовної і прихованої реклами, фейків, мови ворожнечі, чорного піару, порушень етики тощо. До того ж ЗМІ перевіряють за дотриманням стандартів балансу думок, достовірності, відокремлення фактів, наявності на сайті контактів, редакційної політики, даних про власника, інформації про людей і відповідальних за контент. У 2023 році найвищих показників професійності – понад 95% - досягли наступні медіа: «Суспільне», «Дзеркало тижня», «Еспресо», «Громадське», «Бабель», «Українська правда», «Ліга.нет», «Укрінформ» та «НВ». Усі ці ЗМІ мають вебсайти з повною інформацією, а для зручності вони також створили філіали в соціальних мережах, де публікують короткі дописи про останні новини. У разі небажання окремо переходити на вебсайти, можна підписатись на соціальні мережі цих медіа і відслідковувати інформацію через них. Це гарна альтернатива анонімним телеграм-каналам без визначеного автора. Крім того, навіть у разі поспішної публікації неточної інформації, ці ресурси одразу виправляють її у новому дописі і перепрошують за допущену помилку, що навряд чи робитиме інше непрофесійне джерело.

Важливо розуміти, що під час інформаційної агресії, яка виникла через бойові дії, ворог постійно намагатиметься вдарити по нашим емоціям, нанести нам психологічної шкоди і спробує залякати певними негативними сценаріями. На жаль, до цього часто залучаються навіть іноземні медіа, які підхоплюють

істеричні настрої окремих «експертів» і починають дискусії на предмет мирних переговорів не на користь Україні, створюють ряд фейків про розкрадання коштів, виділених на допомогу українській армії, проводять сумнівні соціологічні опитування серед європейців з питанням доцільності перебування українських біженців на своїх територіях тощо. Все це має чіткий маніпулятивний підтекст, який слід вміти розгледіти і зрозуміти. Потрібно зберігати холодний розум, оцінювати ситуації з точки зору логіки, зіставляти дійсність з пропонованими в матеріалах ідеями. Наприклад, коли в джерелах йде розмова про можливе проведення переговорів щодо капітуляції України, то варто розуміти наступне: по-перше, це лише бажання чи маніпуляції окремих, найчастіше проросійських, журналістів, які в якості аргументів наводять експертні думки сумнівних особистостей з посередньою репутацією. Їхня позиція жодним чином не ретранслює офіційну позицію командування ЗСУ, Президента і Ставки загалом. По-друге, ключовим ініціатором будь-яких переговорів має бути Україна, але лише з врахуванням бажання народу проводити перемовини і лише на своїх умовах. По-третє, для Росії маніпуляції навколо переговорів – це лише спроба виграти декілька років часу для нарощення боєздатності, адже офіційна статистика, в тому числі і незалежних оглядачів, доводять, що військові досягнення рф за останній рік були мізерними і ніяк не можуть компенсувати величезні особові втрати і фінансові вкладання, що, як результат, привели до захоплення декількох незначних в стратегічному плані населених пунктів. Лише для спроб штурму Бахмута та Авдіївки були задіяні сотні тисяч військових, втрати в цих боях склали більше 200 тисяч, навіть за підтримки солдатів ПВК «Вагнер». Всі тези про мирні переговори вигідні в першу чергу Росії, і ніякі заяви, в тому числі доволі публічних особистостей, як-от бізнесмена Ілона Маска чи експрадника Офіса Президента Олексія Арестовича, яких останнім часом цитують багато ресурсів, про необхідність перемовин через «неможливість виграти війну з рф» і «прояв гуманності до української молоді, що гине на фронті» неспроможні довести протилежне.

Так само Інтернетом несеться хвиля маніпулятивних матеріалів на тему конфлікту Зеленського і Залужного, які нібито не можуть розділити між собою сфери впливу. Недобросовісним журналістам додали ентузіазму новини про раптове звільнення Зеленським командувача ССО Хоменка, який повідомив, що про втрату посади дізнався зі ЗМІ. Можливо, у Зеленського і головнокомандувача ЗСУ дійсно склались певні протиріччя в деяких питаннях, проте це не впливає на основну мету їхньої діяльності, яка залишилась незмінною – це одержання перемоги. Але зупинити потік дописів на тему суперечки ключових осіб стало складно. Пізніше навіть з'явилося відео, спроектоване нейромережею, з нібито Залужним, який звинувачує Зеленського у підготовці замаху на нього та оголошує початок державного перевороту. Тому у такому потоці інформації, до якої додалися ще й розроблені штучним інтелектом матеріали, слід пам'ятати, що ворог постійно намагається ухопитись за будь-який національний чи політичний конфлікт в Україні, аби впливати на аудиторію.

Загальна втома психіки від війни робить нас ще більш вразливими. І якщо в перші дні війни будь-які, навіть незначні перемоги, тішили українців, то зараз, без особливих просувань на фронті, люди впадають в депресивні, подеколи навіть панічні настрої. Думки про те, що ця війна може продовжуватись багато років, робить нас песимістично налаштованими і змушують вірити інформації, що відповідає нашим настроям, тобто російській пропаганді, яка готова давати нам можливість розмірковувати над найлегшими шляхами поведіння під час бойових дій: капітуляцією, переїздом, незаконним перетином кордону для чоловіків, припиненням допомоги ЗСУ, відмовою від явки у військомати тощо. Така позиція робить нас слабкими і нездатними відстояти незалежність, ламає нашу самоповагу і змушує наш мозок наївно гадати, що і без нашої особистої участі в перемозі можна досягти цілі, або ж принаймні прожити комфортне життя без взяття на себе відповідальності. Саме тому треба оточувати себе правильною інформацією, яка доносить реальність об'єктивно, без прикрас, але й без тотального викривлення в бік негативу. Виграти війну складніше, ніж

здавалось у перші дні війни, але цілком реально, якщо розуміти, що саме необхідно для перемоги, і як саме кожен з нас може бути корисним на своєму місці.

Аби зрозуміти, чи працює інформація на користь споживача або вона лише хоче нанести йому шкоди, потрібно поставити матеріалу такі запитання: який підтекст містить це повідомлення, тобто в чиїх інтересах воно розповсюджене? Чи приводить ця інформація до зваженої і адекватної оцінки реальності, або вона просто використовує мої емоції і емпатичне мислення, щоб через них мати вплив? Чи можу я перевірити цю інформацію в інших джерелах? Чи не виглядає цей матеріал як особиста думка автора, яка подається як факт? Ці запитання допоможуть краще розібратись в запропонованій інформації і не потрапити на гачок оціночного судження. Також корисним буде вміння порівнювати інформацію з тим, що бачиш навколо, адже своїми власними очима можна побачити більше, ніж через призму чужого сприйняття. Наприклад, якщо в телеграм-каналах повідомляють про ракетні атаки в Києві, але мешканець столиці знає, що в місті навіть не оголошена повітряна тривога, то вочевидь, він повірить тому, що бачить сам, а не написаному в соціальних мережах. Не зайвим буде спитати в очевидців подій серед своїх знайомих, якщо ви точно знаєте, що вони мають всі знання про те, що сталося, адже стали свідками. Наприклад, про те, що відбувалось на деокупованих територіях слід дізнаватись від мешканців цих областей, а не з сумнівних джерел, які часто позиціонують розповіді про катування і вбивства мирних громадян як постановку і фабрикування.

Надважливо дбати про розвиток критичного мислення, головний засіб в протидії впливу ворожої пропаганди і багатьох інших упереджених речей. Є низка принципів, які відповідають концепції критичного мислення: усвідомленість, самостійність, здатність до рефлексивності, або самоаналізу, цілеспрямованість, обґрунтованість, контрольованість, самоорганізованість та інші. Досліджувати треба не лише інформацію, але й свою реакцію на неї, тому що це і є метою пропаганди. Як приклад, якщо ви читаєте про політика, до якого ставились з критикою на основі відомих вам фактів його протиправних дій або

інших негативних відомостей з його біографії, але після ознайомлення з матеріалом про нього ви почали применшувати вагу його злочинів через позицію автора про «корисність діяльності цього політика» або маніпуляцій на кшталт «інші поводять себе ще гірше», то скоріше за все, вашими емоціями скористались, аби нівелювати кепську репутацію цього діяча шляхом наведення суб'єктивної думки про нього від зацікавленої людини.

Інструментів критичного мислення існує безліч, однак, на нашу думку, найбільш дієвими є:

- презумпція хибності – усе, що ми почуємо, прочитаємо чи побачимо, повинно піддаватись сумнівам і сприйматись як можлива дезінформація;
- відмова від суб'єктивного сприйняття світу на основі своїх суджень - потрібно розуміти, що світ не сконцентований на ваших вподобаннях і думках, в ньому є місце для інших точок зору і можливо, навіть більш правильних, ніж ваші особисті. Слід знатись на когнітивних викривленнях і не давати їм впливати на вас;
- вміння ставати на місце опонента. Задумайтесь, чому люди з протилежною думкою мислять саме так, спробуйте знайти логічні аргументи, аби спробувати довести їхню правоту, і в разі, якщо у вас не вийде, сконцентруйте, що саме стало цьому на заваді – об'єктивна відсутність здорового глузду в їхній позиції чи ваша впертість.

Найчастіше на заваді критичного мислення стають категоричність у сприйнятті інформації, адже ми думаємо, що «все може бути тільки так, а все інше неправильно». Ми навмисно вирішуємо не довіряти традиційним ЗМІ через їхню «продажність», натомість сприймаємо телеграм-канали як достовірне джерело, адже вони не на кого не працюють. Ми боїмось нового досвіду і навмисно створюємо для себе теплу ванну з тезами, що дозволяють нам жити в зоні комфорту. Ми віримо в певні авторитети, що будуються на ієрархії. Якщо людина, яка заслужила нашу довіру, щось говорить, то навіть якщо це нісенітниця, ми намагаємось повірити їй. Джерело, що користується нашою

повагою, теж стає для нас вирішальним чинником в роздумах про те, чи слід нам вірити в його інформацію. Критичне мислення допомагає позбутись цього, навчитись шукати лише правду і задовольняти інтерес в аналізі.

Поступово слід привчати себе до вживання інформації з достовірних джерел, відмовляючись від соціальних мереж і месенджерів. Це займає трохи більше часу і потребує додаткових пошуків в Інтернеті, але послуговуючись «білим списком», можна швидко зорієнтуватись, в яких медіа краще читати новини та інший контент. Вебсайти дозволяють дізнаватись багато додаткової інформації, адже мають широку рубрикацію. Кожна рубрика наповнюється майже щоденно, тому дефіциту в контенті ніколи не буває. Крім того, традиційні медіа вказують ім'я автора, окрім випадків навмисної анонімності, на яку журналіст має право згідно із законом, і в разі питань і скарг на матеріал можна адресувати їх безпосередньо до відповідальної особи або ж до управління редакції. Читач має гарантії, що матеріал перед ним не містить елементів маніпуляцій, фейкових і неперевіраних деталей, пройшов перевірку на достовірність. Можливо, знадобиться час, аби звикнути до вебсайтів, тому як перехідний період можна спробувати використання офіційних соціальних мереж професійних медіа, де інформації менше, проте вона теж фільтрується.

Заохочення до читання традиційних ЗМІ зменшує ризики вживання дезінформації, робить практично неможливим вплив російської пропаганди, окрім випадків споживання інформації з проросійських онлайн-медіа, що мімікують під професійні, підвищують здатність розрізняти правдивих фактів від брехні. Це також є великою підтримкою українських професійних журналістів, які щоденно якісно виконують свою роботу і не заохочують аудиторію швидкою інформацією, але неперевіреного характеру.

Медіаграмотність – одна із дисциплін, яка вкрай необхідна кожному користувачу Інтернету сьогодення. Впевнені знання з моніторингу засобів масової інформації роблять людину освіченою, здатною попіклуватись про власну кібербезпеку, наділяють її навичками правильного користування соціальними мережами. Під час повномасштабного вторгнення почали

розвиватись десятки нових проєктів, присвячених медіаграмотності, які мають безкоштовний доступ і простими словами пояснюють сутність цієї теми. До цього процесу залучається і керівництво країни. Портал державних послуг «Дія» створив освітній серіал «Very Verified: онлайн-курс з медіаграмотності» за підтримки Посольства США та Посольства Великої Британії в Україні, у партнерстві з Міністерством освіти та науки України та Академією української преси. Він складається з десяти серій і фінального тесту, де можна перевірити свої знання. Інші громадські організації і освітні платформи, як-от, «Prometheus», «Освіторія» та «EdEra», створили власні вебіари. Вищі навчальні заклади часто проводять майстер-класи за участю фахівців в сфері журналістики для студентів, які бажають знати навички інформаційної гігієни. Особливу увагу на подібні заходи слід звернути увагу студентам-журналістам, викладачам, працівникам медіа та SMM-спеціалістам, які ведуть соціальні мережі. До процесу вивчення медіаграмотності можна залучитись самостійно, придбавши відповідні книги і навчальні посібники, які пояснюють основні принципи цієї сфери. Більшість з цих книг написані іноземними авторами, але вони активно перекладаються українською мовою.

Загальна навичка, яка допоможе відрізнити не лише інформаційну брехню, а й історичну та культурну, – це вміння відрізнити російські наративи в різних контекстах. росія має перелік тем, які вона бажає популяризувати у власному, українському та міжнародному медіапросторі. Сюди відносимо спільне історичне коріння росії та України, що є лише частково правдою, ностальгію за Радянським Союзом і натяки на перспективу об'єднання в нову альтернативну державу колишніх республік під егідою рф, походження української мови як діалекту російської, підтримку українськими повстанцями гітлерівської політики в часи Другої світової війни, маніпуляції на тему переходу Криму до складу України в часи правління Микити Хрущова. З тем новітньої історії бачимо міфи про вільний Донбас і його незалежну від української історію, пригноблення вихідців сходу, який став початком улюбленого пропагандою наративу про «вісім років», нелегітимну владу і так звану «київську хунту»,

небезпеку з боку НАТО для росії і, звичайно, нацизму серед українців. Періодично до цього переліку додаються теми українського антисемітизму, ксенофобії і утисків вірян, під якими мають на увазі прихожан частково забороненої в різних куточках України православної церкви Московського патріархату. Через ці питання найчастіше з'являються фейки про вину України в сьогоdnішній війни, адже, як це хоче виправдати пропаганда, «Україна сама провокувала початок денацифікації», «росія звільняє народ Донбасу від фашистів», «є небезпека розширення кордонів НАТО» і так далі. Інформаційні фейки, які створюють російські пропагандисти, цілком зрозумілі і найчастіше їх легко відрізнити, проте у випадку історичного та культурного контексту маємо ряд складнощів.

По-перше, багато українців десятиліттями вірили в ці міфи, і лише з початком Революції гідності почали замислюватись над їхньою абсурдністю. Через це ми спостерігали картину тотального зросійщення, коли говорити російською вважалось престижним й інтелектуальним, а українська мова виконувала роль сільського діалекту, яким послуговувались неосвічені люди. До інших стереотипів можна віднести постійні лякання Євроінтеграцією та вступом до НАТО, завдяки якому до України прийдуть «аморальні» західні цінності. Українські митці допомагали рф створювати шкідливі і деструктивні медіапродукти, на кшталт фільмів і серіалів про гарних росіян, де завжди були присутні здебільшого негативні персонажі українського походження, виконуючі роль такого собі «клоуна», вони говорили російською з «сільським» українським акцентом і надавали перевагу горілці та салу. Нас змушували вірити в наративи про «молодшого брата», який повинен заглядати до рота розумнішому старшому і ніколи не сперечатись з його баченням світу. Всі погляди росіян автоматично мали ставати і поглядами українців без права на оскарження. Українські культурні традиції, від святкувань до благоустрою будинків, постійно висміювались Росією через кінопродукти, ставали стереотипно незграбними і протиставлялись як «несмак» тонкому почуттю стилю росіян. Прикладів такої поведінки є безліч. Дехто досі чіпляється за російське минуле, відмовляючись

переходити від управління московського патріархату до Православної церкви України, не здогадуючись, що це результати впливу історичних наративів і інформаційної агресії. Відсутність тотальної відмови від цих формулювань в своїй свідомості ставить під загрозу подальше існування української держави, оскільки допоки ми дозволяємо цим речами існувати в наших життях, доти вони матимуть владу над нами.

Усвідомлення всіх цілей російсько-української війни дає перевагу в боротьбі не тільки з військовим впливом ворогу, але і перемогою над ним на інформаційному фронті. Починаючи з 24 лютого 2022 року українські та міжнародні експерти з геополітики намагаються зрозуміти істинні причини війни в Україні, яку розпочав російський народ. Пропонувались найрізноманітніші, подеколи вкрай абсурдні і нереалістичні. Але з динаміки сьогоденних подій не маємо жодних сумнівів, що першою причиною цієї війни є спроба тотального винищення українського народу шляхом цілеспрямованого геноциду. Так звані виправдання росіян щодо винищення лише військових об'єктів і центрів прийняття рішень нікого не вводять в оману, адже щоденно помирають десятки простих українців, які знаходяться в своїх будинках, робочих місцях, лікарнях, місцях відпочинку та інших. Вони не несуть жодної загрози територіальній цілісності росії, проте заочно отримали звинувачення в нацизмі і дестабілізації національної безпеки рф. Країна-агресорка руйнує українські міста, не жалкуючи мирне населення, створює техногенні катастрофи, навмисно залишає без комунікацій. Люди на окупованих територіях щоденно переживають утиски, вигнання з власних будинків, переслідування з боку окупаційної влади, стають жертвами катувань та інших злочинів за свою проукраїнську позицію, а подеколи і просто так, за фактом походження.

З цього випливає, що росіянам цілком достатньо, аби українець просто був українцем, щоб скалічити або вбити його. Інша мотивація для воєнних злочинів створюється лише для виправдання перед своєю і міжнародною аудиторією, а також як причина для ескалації конфлікту. Будь-яка спроба відновити стосунки с росіянами – це лише коротка відстрочка перед подальшими спробами ворога

знищити наш народ. Держава-терористка ніколи не захоче добровільно налагоджувати дружні стосунки, багатовікова історія гноблення України підтверджує цей тезис. Люди, які продовжують навмисно вживати проросійський контент, сповідувати ідеї «російського світу» на теренах України та відрікатись від свого коріння наражають на небезпеку і себе, і своїх рідних, і громадян своєї країни, споріднення з якою вони так сильно хочуть спростувати. Громадяни, які тягнуть в інформаційний простір представників з ворожою ідеологією, мають розуміти, що наслідки постійної російської присутності в українських медіа вилились в систематичне викорінення ідеї націоналізму та патріотизму в нашій суспільній свідомості, стало початком помилок у виборі політичних партій і, як наслідок, призвело до втрати територій. Якби суспільство відреагувало на російську експансію в популярній культурі та журналістиці ще в перші роки незалежності, можливо, ми б уникнули прикрих помилок, за які щоденно розплачуємось життями тисяч воїнів і цивільних. Але ще не пізно виправити зроблене. Треба лише мінімізувати кількість споживання неперевіреного контенту, через який росіяни дуже часто намагаються робити вигляд друзів України, що хочуть їй допомогти, або через який відверто брешуть, розповсюджуючи брехню. Також не буде зайвим задуматись над переходом від російського телеграму до альтернативних месенджерів, як-от, американський ватсап. Звісно, це не змінить докорінно ідею функціонування анонімних каналів, проте принаймні зменшить вірогідність впливу російських спецслужб на український Інтернет-простір.

Не менш важливим є і зважене просування важливості самоідентифікації. Українці мають твердо знати, хто вони, до якої держави належать, чиї права мають відстоювати. Необхідно просувати ідею того, що бути українцем – не значить бути неправильним росіянином. Це окрема нація з довгою історією, яка створила колись могутню державу Київську Русь, що започаткувала появу низки сучасних країн. Український народ дав світу безліч винаходів й наукових відкриттів. Українці не гірші і не менш освічені за росіян, яких декілька поколінь наших співгромадян вважають ледве не еталоном. Саме тому сьогодні вони легко

ведуться на пропаганду і стають жертвами ворожих медіа. Коли українці припинять цуратись свого походження, вони припинять шукати інформації абиде і вестись на російські маніпуляції.

Журналісти мають свої окремі обов'язки під час виконання своєї роботи. Це, зокрема, вміння розрізнати правдиву інформацію від фейків, які стали дуже поширеними за останні декілька років. Візуальні фейки, тобто відео- та фотоматеріали, поділяються на три категорії: постановка, редагування і виривання з контексту. Вікторія Романюк, редакторка сайту StopFake, що займається тлумаченням і розвінчанням російських фейків, наводить приклад з відеороликом про хлопчика, що став жертвою так званої української агресії, який у 2014 році публікували російські ЗМІ як доказ українських військових злочинів. На відео хлопчик начебто заблукав без мами в одному із міст Донбасу. Відео було максимально емоційним, і підпис свідчив, що це результат обстрілів ЗСУ. Але насправді це було постановний кліп терористів, які намагались підіймати бойовий дух своїх солдатів і накрутити аудиторію проти України.

Методика редагування фото – це його зміна за допомогою спеціальних програм, завдяки яким можливо домальовувати і кадрувати фото. А виривання з контексту – це включання правдивого зображення в інший контекст. Часто ці методи змішують, і вириваючи фото або відео з контексту, і допрацьовуючи у програмі. Все це спрямовується на те, щоб привернути увагу і спровокувати сплеск емоцій. З розвитком штучного інтелекту з'явився ще один вид візуального фейку — це дипфейк. Це методика синтезу зображення людини на основі нейромережі. Найвідомішим прикладом є відео, на якому Володимир Зеленський у перші дні повномасштабного вторгнення начебто закликає українців скласти зброю і капітулювати перед росіянами. Відрізнити дипфейк доволі легко, адже штучний інтелект не завжди здатен врахувати всіх особливостей зовнішності людини, яку накладає на інше відео. Наприклад, на відео із Зеленським колір шиї набагато світліший, ніж колір обличчя. Проте, штучний інтелект щодня удосконалюється, тому можна очікувати більш якісних і продуманих фейків у майбутньому. Слід не реагувати і не вірити сумнівним

речам одразу, уважно придивитись і подумати, чи може це повідомлення бути правдивим.

Таким чином, практичні поради в боротьбі з інформаційною агресією складаються з багатьох чинників. Це і поверхнева перевірка джерел інформації, поступовий перехід від соціальних мереж до вживання професійної журналістики, і більш складні процеси, наприклад, переформатування національної свідомості і ліквідація комплексу меншовартості. Журналісти також мають бути обачними під час публікації тих чи інших речей, перш за все переконавшись в їхній правдивості.

Висновки до розділу 3

Методи протидії інформаційній агресії в сфері онлайн-медіа умовно можна поділити на правничі і практичні. Правничі стосуються створення особливих нормативно-правових документів, які контролюватимуть функціонування цього типу медіа. Закон «Про медіа», введений в дію в 2023 році, лише частково вирішує цю проблему, оскільки пропонує загальний механізм виведення онлайн-медіа із тіні шляхом їхньої реєстрації в Національній раді з питань телебачення і радіомовлення, але на добровільних засадах, таким чином залишаючи незареєстрованим медіа можливість утримувати статус анонімних. Закон надає можливість для введення системи адміністративної відповідальності і для незареєстрованих, але для цього треба створити орган регулювання і розробити критерії, за якими вони можуть бути притягнуті до відповідальності, але наразі вони знаходяться на стадії розробки. Тобто телеграм-канали й інші анонімні ресурси продовжуватимуть свою діяльність, розповсюджуючи фейки.

Безліч політиків пропонує різні вирішення проблеми телеграму, однак майже всі сходяться у думці, що лише відкритий діалог з власниками платформи здатен змінити атмосферу. Допоки Павло Дуров не погодиться на співпрацю з українською владою, ризик негативного впливу телеграму на аудиторію залишається надвисоким. В такому разі питання регулювання телеграму може

зайти в глухий кут і єдиним виходом залишиться лише блокування на території України.

Практичні рекомендації для пересічних користувачів онлайн-медіа є наступними: перевірка новини з телеграму та інших джерел в професійних медіа, як варіант – з «білого списку», розвиток критичного мислення і медіаграмотності, розуміння всіх цілей росіян у цій війні, усвідомлення характеру бойових дій, які в першу чергу мають ознаки геноциду. Для досягнення мети винищення українського народу найлегшим шляхом є дезінформація, поширення маніпуляцій і розбрату українців у ключових темах, чим ворог активно користується через телеграм та інші майданчики.

Журналісти, виконуючи свої обов'язки, мають зосереджувати свою увагу на специфічних рисах, якими характеризуються аудіовізуальний фейк. Він може містити редагування сторонніх програм, вплив штучного інтелекту чи виривання з контексту.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження ми дійшли таких висновків:

Інформаційна агресія – це комплекс дій інформаційно-психологічного характеру, що спрямований на негативний вплив на медійний простір ворога під час певних політичних або інших конфронтацій, наприклад, війни. До інформаційної агресії відносять створення пропаганди, розповсюдження наративів, які налаштовують аудиторію потрібним чином, використання новомови, мови ворожнечі, дезінформації, введення в інформаційне середовище фейків, які витісняють реальні факти зі свідомості і так далі. Інформаційна агресія має мету послабити позиції ворога, не вдаючись до великих фінансових затрат, оскільки це швидше і дієвіше.

В зрізі російсько-української війни на передній план виходить російська пропаганда, яка вміло використовує всі доступні засоби інформаційної агресії. Росія багато десятиліть проводила інформаційно-психологічні операції різного характеру, особливо концентруючи увагу на східних і південних областях України, де класично мала панівне поширення. Користуючись близьким розташуванням своїх кордонів вона навмисно розвивала антиукраїнські настрої серед вихідців Донбасу та інших областей з метою довести рівень несприйняття свого українського походження за допомогою розвитку в них комплексу меншовартості. Для цього були залучені не лише засоби класичної пропаганди, але й попкультурні медіапродукти: фільми, телесеріали, передачі тощо. В них образи українців зображувались карикатурно і комічно, на противагу образам росіян, яких описували розумнішими і кмітливішими. До того ж, росія часто використовувала історичні факти, що стосуються України, аби маніпулювати ними на свій лад, таким чином піддаючи сумніву приналежність Криму до України, створюючи фейки про нацистів і так далі. Все це привело до розгойдування політичного життя в нашій державі, контроверсійним думкам в

розумі багатьох українців, що призвели до появи і подальшої популяризації проросійських партій, які впритул до дня повномасштабної війни продовжували свою діяльність.

Ворог працює через майже всі відомі нам засоби розповсюдження масової інформації, однак найбільшої популярності з них набув телеграм. Різні статистичні групи наводять результати досліджень, де телеграм став лідером 2023 року серед українців в читанні новин, залишаючи позаду раніше традиційні телебачення і вебсайти. Сплеск популярності телеграму можна пояснити простим інтерфейсом, який полегшує роботу і читачам, і авторам. Для останніх великою перевагою є статус анонімності. В телеграмі неможливо ідентифікувати адміністратора каналу і це стає гарною можливістю для пропаганди. За останні півтора року навіть ті телеграм-канали, які мали невеликий обсяг аудиторії, досягли позначок принаймні вдесятеро більше, ніж довоєнні. Деякі ресурси мають обсяг аудиторії в декілька мільйонів читачів. З одного боку, телеграм виконував роль інформатора в перші дні війни, через нього повідомляли про евакуаційні коридори, повітряні тривоги, надавали інформацію про допомогу біженцям. Однак, після перших декількох місяців війни він перетворився на джерело дезінформації, де ніким немодерована інформація почала циркулювати серед користувачів, приводячи подеколи до негативних наслідків. Одна частина телеграм-каналів розповсюджує неперевірену інформацію з причини відсутності знань з медіаграмотності, інші роблять це цілеспрямовано, знаючи який результат хочуть отримати. Розрізнити ворожі канали та проукраїнські подеколи стає дуже складним, адже пропагандисти пристосувались до зовнішніх чинників і стали маскувати свої думки за більш нейтральними формулюваннями, через що багато читачів вважають їх цілком проукраїнськими, але такими, що не схвалюють владу. Але вони засуджують Україну у війні, звинувачують Збройні сили в провокуванні жертв серед цивільних і всіляко виправдовують Росію за будь-які воєнні злочини, починаючи від ракетних атак і закінчуючи повномасштабним геноцидом народу.

Поява телеграму відкрила очі на проблеми інформаційної гігієни серед читачів, тому що, як виявилось, українці мають труднощі з класифікацією контенту на ворожий і свій. Популярність окремих проросійських діячів серед українських користувачів телеграму доводить наступне: по-перше, в Україні низький рівень медіаграмотності, і, по-друге, низка українців досі сповідують проросійські настрої. Проведені соціологічними групами опитування серед громадян доводять, що хоч і не така велика, як раніше, але кількість проросійських налаштованих українців досі присутня. Ці проблеми вимагають вирішення, і якщо питання медіаграмотності вирішується шляхом створення спеціалізованих курсів, написанням посібників і викладанням окремих дисциплін в школах і вищих навчальних закладах, то питання результатів багаторічного впливу Росії на мешканців України й досі залишається відкритим. Доведеться вкласти зусилля в те, аби ці громадяни, в тому числі жителі так званих Донецької і Луганської народних республік та Криму, відчули себе повноцінними українцями, а не «неправильними росіянами», в чому їх намагались переконати російські пропагандисти.

Так само телеграм зробив очевидною прірву в дотриманні журналістських стандартів між професійними медійниками і адміністраторами анонімних каналів. Автори контенту телеграм-каналів постійно ігнорують всі загальновідомі принципи журналістської етики, розроблені відповідною комісією. Це лише доводить, що хоч адміністратори цих каналів мають амбіції бути прирівняними до традиційних ЗМІ і мати з ними одні права, однак вони мають над чим працювати, аби досягти їхнього рівня. Але попри кричущий непрофесіоналізм ігнорувати телеграм-канали стає доволі складніше, і тому навіть вищі владні органи, наприклад, Офіс Президента, роблять акцент на пріоритетності месенджера в обсязі аудиторії і тому запрошують власників найбільших ресурсів на закриті зустрічі з питань функціонування медіа під час війни. Це обурює професійну журналістську спільноту, але ставить питання революційних змін в інформаційну полі, де саме альтернативні ЗМІ мають більший вплив на користувачів.

Питання неконтрольованого поширення шкідливої інформації через месенджер підводить владу до питань регулювання телеграму, адже хоч Конституція та інші закони не обмежують українців в пошуку інформації з різних джерел, проте зараз гостро стоїть питання національної безпеки і, на думку ряду високопоставлених чиновників, телеграм є головною загрозою для інформаційного простору України. Власник додатку Павло Дуров з початку заснування месенджеру виступав противником близької співпраці з представниками влади, хоча, звичайно, є і виключення. Його позиція щодо розвитку телеграму – це відкритість для всіх думок і можливість виражатись для кожного. Це часто призводить до рішень, які викликають обурення, як, наприклад, відмова видаляти телеграм-канали з російською пропагандою попри тисячі скарг. Принциповість Дурова штовхає владу на думки про заборону месенджеру, але припускають, що це не дасть результату, і тому все ще сподіваються і продовжують спроби вести діалог з власником.

Як напівміра, що має частково дати можливість вивести телеграм-канали з тіні, Верховна Рада прийняла закон «Про медіа», в якому вперше за всю історію українського законодавства піднімається питання існування поняття онлайн-медіа і прописується механізм регулювання їхньої роботи. Для цього всі онлайн-ресурси, від вебсайтів до сторінок в соціальних мережах, можуть зареєструватись в Національній раді з питань телебачення і радіомовлення, надавши інформацію про своїх власників. Це здійснюється добровільно, тобто примусового характеру немає. Крім того, для введення покарань для порушників закону потрібно мати створеного Нацрадою регулювальника, який наразі відсутній. Тому, хоч закон і введений в дію, і телеграм-канали мають змогу деанонізуватись, проте цією можливістю скористались лише переважно непопулярні регіональні ресурси, в той час, як вплив на інформаційний простір мають великі канали, які продовжують зберігати анонімність.

Аби не стати жертвою російської пропаганди, читачам слід дотримуватись практичних рекомендацій, які складаються з суто інформаційних і більш складних, що торкаються теми переформатування свідомості на новий лад.

Інформацію в телеграм-каналах слід перевіряти в інших ресурсах, найкраще це робити у професійних медіа. Вони дотримуються принципів якісної журналістики і навряд чи навмисно опублікують неперевірену інформацію. Існує список медіа, які мають гарну репутацію і за багатьма критеріями класифікуються як ті, що заслуговують на довіру. Спеціалісти з медіа щороку оновлюють список, перевіряючи кандидатів, тому можна бути певними, що туди не потраплять неякісні ЗМІ. Найкращим варіантом є споживання інформації не з телеграму, а з вебсайтів професійних ЗМІ, або, принаймні, з їхніх офіційних сторінок в соціальних мережах. Важливо пам'ятати, що росія користується всіма доступними їй засобами впливу на свідомість українців, адже так простіше досягнути своїх цілей на війні, тому вона буде залякувати нас, роз'єднувати в ключових питаннях, забирати в нас почуття єдності і національної ідентичності. Слід бути твердо впевненим в своєму корінні, історії та культурі, виховувати людей в ідеї правильної самоідентифікації, щоб вплив російської пропаганди був якомога меншим.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк В. Інформаційна війна в структурі сучасного геополітичного протиборства: нові контексти та інтерпретації. *Державне управління: удосконалення і розвиток*. Київ: «ДКС Центр», 2021. №7. С. 1-8.
2. Баглікова М. Інформаційні війни та Україна. *Науковий вісник Ужгородського університету: Серія: Політологія. Соціологія. Філософія*. Ужгород: «Говерла», 2010. Випуск 4. С. 158 – 161.
3. Гапій В. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. Київ: «Молодий вчений», 2018. С. 636-642.
4. Гребенюк А. Антиукраїнська пропаганда: характерні риси та поняття. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*, 2021. Вип. 61. С. 128-139.
5. Григор'єв В. Вплив на людську свідомість – психологічні війни. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. Київ: Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2015. №3. С. 97-101.
6. Денисюк Ж. Пропаганда і контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського*, 2021. Т.32, №2. С. 46-51.
7. Драбюк С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді. *Аналітично-порівняльне правознавство*. 2022. №1. С. 153-157.
8. Жарков Я. Історія інформаційно-психологічного протиборства. Київ: Науково-видавничий відділ Національної академії СБ України, 2012. 212 с.
9. Звоздецька О. Дезінформація як загроза національній безпеці Європейського Союзу: проблеми та підходи. *Історико-політичні проблеми*

сучасного світу: збірник наукових статей. Чернівці: Чернівецький національний університет, 2021. С. 30–39.

10. Землянська О. Пропаганда як зброя сучасної війни. *Всеукраїнська науково-методична конференція «Проблеми охорони праці, промислової та цивільної безпеки»*. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. С. 73-76.

11. Зозуля О. Моделі та методи оцінки ефективності інформаційно-пропагандистського забезпечення: теоретичний аспект. *Науковий часопис Академії національної безпеки*. Львів: Національна академія сухопутних військ імені П. Сагайдачного, 2018. № 3/4. С. 88–101.

12. Іваницька Б. Основні методи пропаганди в російському інтернет-ЗМІ pradva.ru. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2018. Вип. 896. С. 54-58.

13. Караман О. Інформаційно-психологічна війна на сході України: сутність та механізми. *Соціологія та соціальна робота в умовах національних та регіональних викликів: матеріали доповідей та повідомлень міжнародної науково-практичної конференції*. Ужгород: ТОВ «РІК-У», 2019. С. 36-37.

14. Кіндратець О. Психологічна війна як елемент гібридної війни. *Політичне життя*. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2021. №1. С. 84-88.

15. Коруц У. Поняття пропаганди війни: історико-правовий аспект. *Південноукраїнський правничий часопис*. Одеса: «Олді плюс», 2019. Т.1, №4. С. 118-121.

16. Криськов А. Гібридна війна. Вплив російської пропаганди на українців. *III Міжнародна наукова конференція «Воснні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки»*. Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2023. С. 100-102.

17. Лефтеров В. Різновиди і методи психологічного тиску, неприпустимі в кримінальному судочинстві. *Соціологічний аналіз актуальних*

проблем сучасного суспільства. Одеса: Одеська юридична академія, 2022. С. 242-246.

18. Лизанчук В. Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни. *Теле- та радіожурналістика: збірник наукових праць*. Львів: Львівський національний університет імені І. Франка, 2018. Вип. 17. С. 22-51.

19. Львова О. Мова ворожнечі: теоретико-правовий аналіз понять. *Проблема теорії держави і права (опорні конспекти)*. Тернопіль: «Економічна думка», 2016. С.71-79.

20. Маркова М. Інформаційно-психологічна війна проти населення України як сучасна реальність: стан проблеми і шляхи подолання наслідків. *Інтегровані комунікації*. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка, 2016. Випуск 2. С. 73-85.

21. Мельникова-Курганова О. Засоби інформаційного впливу під час війни: типи, трансформація, тенденції. *«Авіація в ХХІ столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології»*. Київ: Національний авіаційний університет, 2022. С. 154-157.

22. Мельникова-Курганова О. Нелінійні методи стратегічних комунікацій у смислових та пропагандистських війнах. *Journalism, Advertising and PR: European Development Direction*. Латвія, Рига: Baltija Publishing, 2021. С. 57-60.

23. Мудра І. Інструменти інформаційної війни проти України в Інтернет-ЗМІ. *Журналістські науки*. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2017. Випуск 883, №1 1. С. 42-47.

24. Некрасов А. Пропаганда як предмет дослідження. *Молодіжна наука КНУКіМ – 2021. Культурно-мистецька освіта у викликах часу*. Київ: Київський національний університет культури і мистецтв, 2021. С. 116-120.

25. Нестайко І. Вплив воєнних конфліктів на психіку людини (польський досвід). *I Міжнародна наукова конференція «Воєнні конфлікти та техногенні катастрофи: історичні та психологічні наслідки» (до 35*

роковин аварії на Чорнобильській АЕС). Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2021. С. 44-46.

26. Павлов Д. Засоби здійснення пропаганди у внутрішньополітичному вимірі. *Гілея: науковий вісник*. Київ: Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, 2018. Вип. 131. С. 405–411.

27. Патлашинська І. Сучасна російсько-українська війна: завдання, методи та особливості використання. *Наукове фахове видання «Регіональні студії»*. Ужгород: «Гельветика», 2022. №28. С. 84-87.

28. Полторак В. Пропаганда та її місце в процесі ведення інформаційних війн. Основні форми пропагандистського впливу. *Епістемологічні дослідження у філософії, соціальних і політичних науках*. Дніпро: Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, 2020. Т. 3, № 1. С. 126–138.

29. Странніков А. Психологічна війна. Роль міфологізації та символічного мислення. *Актуальні проблеми психології*. Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2013. Випуск 25. С. 440-449.

30. Таркін П. Пропаганда як метод інформаційно-психологічної війни: політичний контекст. *Правове життя сучасної України: Міжнародна науково-практична конференція*. Одеса: «Гельветика», 2020. Т.1. С. 251-254.

31. Торічний В. Дослідження пропаганди як інструменту інформаційного забезпечення державної безпеки. *Право і державне управління*. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2019. Вип. 3, т.2. С.183-187.

32. Тюріна В. Вплив військових конфліктів на психічне здоров'я людини: короткий огляд зарубіжних досліджень. *Особистість, суспільство, війна*. Харків: Харківський національний університет внутрішніх справ, 2022. С.116-121.

33. Чалабієва М. Дезінформація в електронних засобах масової інформації. *Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної*

конференції «Протидія кіберзагрозам та торгівлі людьми». Харків: Харківський національний університет внутрішніх справ, 2019. С. 145-146.

34. Чмир Я. Інформаційна війна як ключова загроза демократичному державотворенню України. *Державноуправлінські студії*. Харків: Харківський національний університет внутрішніх справ, 2019. № 10. С. 1–11.

35. Шевців М. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Південноукраїнський правничий часопис*. Одеса: «Олді плюс», 2019. Т.1. С. 119-122.

36. Шпилик С. Інформаційна війна, пропаганда і PR: такі схожі і такі різні... *Галицький економічний вісник*. Тернопіль: Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя, 2014. Т.47. № 4. С. 178-188.

37. Юринець Ю. Контрпропаганда vs пропаганда в умовах широкомасштабного збройного вторгнення Російської Федерації в Україну. *Юридичний науковий електронний журнал*. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2022. №6. С. 224-230.

38. Яфонкін А. Інформаційна війна проти держави та інформаційна безпека України. *Форум права*, 2017. № 5. С. 466–472.

39. Bhan R. Information War: (Dis)information will Decide Future Wars. New York: Educreation Publishing, 2017. 200 p.

Електронні ресурси:

40. Аналіз базових положень закону «Про медіа» щодо онлайн-медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/206006/2022-12-15-analiz-bazovykh-polozhen-zakonu-pro-media-shchodo-onlayn-media/> (дата звернення: 02.11.2023).

41. Більше телеграму, менше телебачення: USAID та Internews презентували результати соцдослідження про споживання медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/218820/2023-11-01-bilshe-telegramu-menshe-telebachennya-usaid-ta-internews-prezentuvaly-rezultaty-sotsdoslidzhennya-pro-spozhyvannya-media/> (дата звернення: 10.11.2023).

42. Більшість українців дізнаються новини із соціальних мереж за допомогою смартфонів — дослідження USAID-Internews. URL: <https://detector.media/infospace/article/218808/2023-11-01-bilshist-ukrainsiv-diznayutsya-novyny-iz-sotsialnykh-merezh-za-dopomogoyu-smartfoniv-doslidzhennya-usaid-internews/> (дата звернення: 10.11.2023).

43. Бурмагін: Найбільший недолік закону «Про медіа» в тому, що він не регулює телеграм. URL: <https://detector.media/rinok/article/219284/2023-11-13-burmagin-naubilshyy-nedolik-zakonu-pro-media-v-tomu-shcho-vin-ne-regulyuie-telegram/> (дата звернення: 01.11.2023).

44. Виклики для свободи слова та журналістів в умовах війни: соціологічне дослідження. Центр прав людини «Zmina». URL: https://zmina.ua/wp-content/uploads/sites/2/2023/05/freedomofspeechandjournalistsatwar_socialresearchua_web.pdf (дата звернення: 01.11.2023).

45. Данілов вважає телеграм «дуже-дуже небезпечною річчю» для національної безпеки. URL: <https://detector.media/infospace/article/218901/2023-11-03-danilov-vvazhaie-telegram-duzhe-duzhe-nebezpechnoyu-richchyu-dlya-natsionalnoi-bezpeky/> (дата звернення: 07.11.2023).

46. Динаміка сприйняття напрямку справ в Україні та довіри до окремих інституцій між травнем 2022 та жовтнем 2023. URL: <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1321&page=1> (дата звернення: 01.11.2023).

47. Допис Олексія Арестовича в телеграмі від 5 жовтня 2023 року. URL: https://t.me/O_Arestovich_official/4472 (дата звернення: 05.10.2023).

48. Допис Тетяни Монтян в телеграмі від 7 серпня 2023 року. URL: <https://t.me/montyan2/5830> (дата звернення: 05.10.2023).

49. Допис телеграм-каналу «Картель» від 31 жовтня 2022 року. URL: https://t.me/ZE_kartel/6238 (дата звернення: 05.10.2023).

50. Допис телеграм-каналу «Легитимний» від 29.12.2022.
URL: <https://t.me/legitimniy/14417> (дата звернення: 16.10.2023).

51. Допис Анатолія Шарія в телеграмі від 28 червня 2023 року.
URL: <https://t.me/ASupersharij/9923> (дата звернення: 05.10.2023).

52. Дослідження громадської думки для консультативної місії Європейського Союзу в Україні. URL: https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20231026_r/AReport_PublicSurvey_EUAM_sept2023_ukr_public.pdf (дата звернення: 30.10.2023).

53. Дослідження «Практика використання «мови ворожнечі» (hate speech) українськими ЗМІ». URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/14140/2015-09-08-doslidzhennya-praktyka-vykorystannya-movy-vorozhnechi-hate-speech-ukrainskymu-zmi/> (дата звернення: 26.10.2023).

54. Закон України «Про медіа». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 01.11.2023).

55. Іжutowa I., Лібікі М. Що таке інформаційна війна? Військо України. 2014. URL: <http://viysko.com.ua/texnologiji-voyen/martin-libikishho-take-informacijna-vijna/> (дата звернення: 20.09.2023).

56. Індекс сприйняття російсько-української війни: результати телефонного опитування, проведеного 19-24 травня 2022 року. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1113&page=1> (дата звернення: 31.10.2023).

57. Інформаційна гігієна в месенджері Viber: як розпізнати фейки та обмежити неприйнятний контент. URL: <https://ms.detector.media/it-kompanii/post/32971/2023-09-16-informatsiy-na-gigiiena-v-mesendzheri-viber-yak-rozpoznaty-feyku-ta-obmezhyty-nepryunyatnyu-kontent/> (дата звернення: 31.10.2023).

58. Костюшко І. Критичне мислення як необхідна складова професійної компетентності сучасного вчителя.

URL: <https://www.ukrlogos.in.ua/10.11232-2663-4139.10.22.html> (дата звернення: 31.10.2023).

59. Куляс І. Як розпізнати пропаганду у ЗМІ.
URL: https://detector.media/php_uploads/files/books/propaganda.pdf (дата звернення: 01.05.2023). (дата звернення: 25.10.2023).

60. Обман зору: як журналістам (і не тільки) розпізнати дезінформацію на фото і відео. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/33397/2023-11-05-obman-zoru-yak-zhurnalistam-i-ne-tilky-rozpiznaty-dezinformatsiyu-na-foto-i-video/> (дата звернення: 10.11.2023).

61. Онлайн-казино ввійшли до трійки лідерів замовників джинси – аналітик ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/news/onlajn-kazyno-uvijshly-do-trijky-lideriv-zamovnykiv-dzhynsy-analityk-imi-i56374> (дата звернення: 02.11.2023).

62. Онлайн-медіа, що стали найкращими: моніторинг ІМІ. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymu-monitoring-imi-i51820> (дата звернення: 26.10.2023).

63. Підрозділи психологічних операцій російської армії. URL: <https://mil.in.ua/uk/articles/pidrozdily-psyhologichnyh-operatsij-rosijskoji-armiyi/> (дата звернення: 10.10.2023).

64. Понад 70% українців відчувають стрес або знервованість і лише 2% звертаються до фахівця. URL: <https://ukurier.gov.ua/uk/news/ponad-70-ukrayinciv-vidchuvayut-stres-abo-znervova/> (дата звернення: 10.10.2023)

65. Пропаганда: основні риси. Теоретичний аспект. Академія української журналістики. URL: https://www.aup.com.ua/ml/Gubina_Dodatok_1.pdf (дата звернення: 01.10.2023).

66. Психологічна війна: поняття, методи, засоби і цілі. URL: <https://presa.com.ua/psykholohiia/psykholoichna-vijna-ponyattya-metodi-zasobi-i-tsili.html> (дата звернення: 09.10.2023).

67. Рейтинг сайтів Kantar: Telegram наздоганяє Facebook за розміром аудиторії. URL: <https://ms.detector.media/trendi/post/29617/2022-06-06-reytyng->

saytiv-kantar-telegram-nazdoganyaie-facebook-za-rozmirom-audytorii/ (дата звернення: 17.10.2023).

68. Рекомендація № R (97) 20 Комітету міністрів Ради Європи державам-учасницям з питань «розпалювання ненависті» від 30 жовтня 1991 р.

URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/994_093 (дата звернення: 02.10.2023).

69. «Хлопки» та «жесты доброй воли». Як Росія використовує новояз у війні проти України.

URL:<https://web.archive.org/web/20221104224455/https://detector.media/infospace/article/204518/2022-11-03-khlopky-ta-zhesty-dobroy-voly-yak-rosiya-vykorystovuie-novoyaz-u-viyni-proty-ukrainy/> (дата звернення: 09.10.2023).

70. Чи реєструвати як онлайн-медіа сайт про геймінг, як регулювати телеграм, чи можуть етика і стандарти стати критерієм реєстрації. Дискусія National Media Talk. URL: <https://detector.media/rinok/article/218224/2023-10-18-chy-reiestruvaty-yak-onlayn-media-sayt-pro-geyming-yak-regulyuvaty-telegram-chy-mozhut-etyka-i-standarty-staty-kryteriiem-reiestratsii-dyskusiya-national-media-talk/> (дата звернення: 02.11.2023).

71. Claire Wardle, Hossein Derakhshan. Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making (2nd edn, CoE 2008).

URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77> (дата звернення: 01.10.2023).

72. Disinformation and freedom of opinion and expression: Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression, Irene Khan (2021). URL: <https://undocs.org/A/HRC/47/25> (дата звернення: 03.10.2023).