

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин та національної
безпеки
Кафедра національної безпеки та політології

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра на тему:
«Роль соціальних мереж в гібридній війні Росії проти України»

Виконав студент II курсу, групи ЗМНБ-21
Спеціальності 256 Національна безпека (за
окремими сферами забезпечення і видами
діяльності)

Крижук Владислав Володимирович

Керівник — кандидатка політичних наук,
старша викладачка кафедри національної
безпеки та політології Національного
університету «Острозька академія»

Малиновська Наталія Вікторівна

Рецензент — старший викладач кафедри
політології та державного управління,
кандидат політичних наук Волинського
національного університету

Байрак Сергій Олександрович

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ.....	10
1.1 Феномен соціальних мереж.....	10
1.2 Види та класифікація соціальних мереж	15
1.3 Інформаційна війна – складова гібридної війни.	17
РОЗДІЛ 2. ПОЧАТОК ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ ТА ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДО 2017 РОКУ.	22
2.1 Використання “Вконтакті” та “Однокласники” як інструментів у інформаційній війні Росії проти України.	22
2.2 Застосування соціальних мереж і телебачення в окупації Криму.	32
РОЗДІЛ 3. ВІДКРИТА ВІЙНА РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ	38
3.1 Заборона російських соціальних мереж в Україні.....	38
3.2 Альтернативні інструменти інформаційної війни.	43
3.3 Роль Телеграму як джерела інформації у війні проти України.....	49
3.4 Готовністю України до повномасштабного вторгнення та інформаційна складова цього.	60
3.5. Протидія дезінформації у соціальних мережах	70
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	78
ДОДАТКИ.....	83

ВСТУП

Постановка проблеми дослідження. Україна з моменту набуття незалежності, була головною мішенню у сфері впливу РФ. Усі свої сили вони постійно спрямовували на те, аби наша держава обрала східний вектор розвитку і головного партнера Росію. Варто сказати, що у деякі роки їй це вдавалось, проте події 2013-2014 року і активна інтеграція в Європейське суспільство це змінили. Тоді ми чітко дали зрозуміти східним сусідам, що ми цінуємо свободу і демократію, тому обираємо саме Захід. З того моменту проти нас почала діяти жорстока гібридна війна, яка була спрямована на усі сфери нашого життя. Не малу роль було відведено і інформаційній війні, поле якої стало все більш широке у 21 столітті. Росія чітко усвідомлювала всю вагомість та вплив соціальних мереж і саме туди вона і спрямовувала усі свої сили.

В інформаційній війні, поміж ЗМІ та телебаченням, соціальні мережі також відіграють вирішальну роль. Інтернет заповнив весь світ, і як наслідок все більше людей стає користувачами соціальних мереж. За допомогою них ми можемо дізнаватись новини, шукати потрібну нам інформацію, знайомитись з новими людьми та просто спілкуватися з друзями. Через великий потенціал та всеохопленість, соціальні мережі стають інструментом впливу на їх користувачів. Великі корпорації, рекламні агенства і навіть політичні партії та особи, використовують їх у своїх потребах. Так через соцмережі нам пропонують різноманітні товари, послуги та навіть роботу. Різні держави навчилися впливати на свідомість людей за допомогою мереж впливу та не завжди правдивої інформації. На це виділяються величезні кошти з їх бюджету та карманів суб'єктів впливу.

В 21 виник новий термін під назвою «інформаційна війна», де основним інструментом стали саме соціальні мережі. В даний час будь-який конфлікт відображається в глобальній інформаційній мережі Інтернет, і часто відображення в цьому віртуальному «дзеркалі» залежить кінцевий результат протистояння протидіючих сторін. У «мережевій віртуальності» розгортаються

події вирішального значення. Активне залучення у віртуальне середовище багатомільйонної аудиторії, формування громадської думки та маніпулювання нею дає змогу впливати на процеси конфліктуючих сторін на глобальному рівні. Зміна оцінок і думок людей, чия думка визначає якість рішень, може створити умови для чіткого контролю за різними типами подій. Боротьба в інформаційній сфері за платформи та думки людей відкриває нове поле на арені сучасного протистояння з соціальними медіа, яке ми маємо розглянути тут.

На Україну, можливо, більше, ніж на будь-яку іншу країну, спрямовано усі форми російської гібридної агресії: звичайні військові напади, вбивства, дезінформаційні кампанії, кібератаки та енергетична зброя, а також смертоносне поєднання корупції. Після протестів Євромайдану у 2014 році Президентом України обрали Петра Порошенка, активність російського уряду на всіх цих фронтах зростає і продовжується інтенсивними темпами у наступні роки. Україна також стала мішенню і полігоном для російських кібератак, які переросли у прямі атаки на фізичну інфраструктуру, таку як українська електромережа. Ціль цього, унеможливити участь України у західних інституціях у майбутньому та надати російському народу ще один приклад «результатів» демократизації[1].

Актуальність теми. 21 століття створило нового гравця у полі інформаційної війни. Ним стали соціальні мережі, Росія і багато інших сильних країн це зрозуміли одними з перших, саме тому почали активно цим користуватися. Варто сказати, що війну у соціальних мережах Росія веде досить вдало і мало які країни можуть з цим результативно боротись. До недавнього часу, ми були тими хто активно поглинав її, і не ефективно цьому протистояв. Проте з часом ми все таки навчилися позначати цю гібридну агресію і навіть виробили до неї імунітет.

З моменту свого виникнення Інтернет був місцем свободи вираження поглядів, пропонуючи майже безмежні можливості для спілкування. З його розвитком з'явилися можливості та загрози. Ці небезпеки очевидні в нинішній інформаційній війні між західним світом і російською пропагандою. Ця війна ведеться насамперед у соціальних мережах, де Кремль поширює дезінформацію у

безпрецедентних масштабах. Соціальні мережі стали основним способом розповсюдження новин, дослідження каналу CNN показало, що 43% новин поширюються через такі соціальні мережі як: YouTube, Twitter, FaceBook та MySpace. За останні п'ять років все більше українців почали користуватися соціальними мережами і вони стали невід'ємною складовою їх життя. Навіть Папа Римський Бенедикт XVI, позитивно говорить про спілкування в соціальних мережах, він зазначив те що спілкування там допомагає знайти нові знайомства, сприяє обміну знаннями та діалогу культур[2].

Але тим самим усі ми стаємо об'єктами впливу для спецслужб ворожих країн, де вони вільно можуть надиктовувати свої наративи, вкидати фейки та просто красти наші дані. Також вони становлять загрозу і для сім'ї, так проведене в Британії опитування показало, що четверта частина 15-річних підлітків вважають соціальні Інтернет-мережі найважливішим що у них є.

Як і в Ефіопії, Іраку, Ізраїлі/Палестині, Лівії, М'янмі, Шрі-Ланці, Сирії та інших країнах, люди використовують цифрові платформи для документування та засудження широкомасштабних порушень прав людини під час конфліктів і війни. Звичайні люди, впливові особи, підприємства та державні установи виходять у соціальні мережі, щоб протестувати проти гуманітарної кризи та закликати міжнародне співтовариство до превентивних дій, надання допомоги та допомоги. Понад десять років платформи соціальних медіа відігравали важливу та зростаючу роль у кризах, конфліктах і війнах. Платформи також є місцями, де уряди та інші поширюють дезінформацію, підбурюють до насильства, координують дії та вербують бійців. Війна в Україні не є винятком.

Активне використання соціальних медіа сприяє швидким змінам думок і поведінки людей, перетворюючи їх на поле битви різних інтересів. Великі виклики для управління людьми та подіями створюють великі виклики для мереж. Відсутність цензури та будь-якого втручання дозволяє користувачам мережі діяти в авангарді, створюючи сприятливий ґрунт для ефективних практик як у віртуальному, так і в реальному просторі. Усе це робить мережу полем інформаційної війни. Ще до того, як Росія вторглася в Крим і розпалила конфлікт

на сході України, влада РФ займалася державною пропагандою, поширюючи згубну дезінформацію, «факти», брехню та дико сфабриковані перебільшення. До них належать необґрунтовані заяви про те, що Київ був окупований «нацистами», і загрози існуванню етнічних росіян. Це відіграло вирішальну роль у ескалації напруженості в Україні з 2014 року та ескалації конфлікту[3].

Стан наукової розробленості теми. Сьогодні історія виникнення та розвитку соціальних мереж, а також перспектив їх функціонування стала все більш актуальною темою для різних дослідників, таких як М. Кастельс, Д. Белл, А. Тоффлер, Р. Турен, Дж. Інгельгарт. Проблематику соціальної взаємодії в мережі Інтернет розкрили Г. Рейнгольда, Н. Бейма, С. Кайзлера, П. Коллока, С. Херрінга та ін. Основними вітчизняними науковцями, які займались вивченням цього питання є С. Дука, В. Іноземцев, С. Дятлов, Н. Моїсєєв.

Найактивніше тему соціальних мереж в літературі розкрив іспанський соціолог та постмарксист Мануель Кастельс. Він вважав що мережа – це колективна взаємодія, через котру волокна та ефір пов'язує в одне ціле об'єкти живої і не живої природи, котрі постійно зростають. Особливістю мереж є те, що на відмінну від форм організаційної структури, у них немає чітко виражених центрів і меж.

Теоретичні результати його досліджень одні з найбільш вдалих узагальнень інновації у соціологічній традиції теорії модерну. У своїх роздумах про мережеве суспільство він вбудовує широкий контекст технологічної революції і теорії інформаційного суспільства[4].

Ще одним визначним дослідником в галузі соціальних мереж є С. Івашньов. Основною його думкою було визначення соціальних мереж, як якогось віртуального майданчику, в якому забезпечується різними засобами спілкування підтримка, створення та розбудова соціальних контактів, при цьому здійснюється безпосередній обмін даними між різними користувачами, обов'язковою умовою має бути наявність облікового запису. Такої ідеї притримувався і А. Назарчук, розширивши це поняття до «абсолютно нової соціальної комунікації, що стрімко трансформує інститути і практики сучасного суспільства» [5].

Часто дослідники при аналізі соціальних мереж доходять до висновку, що одним з основних механізмів формування мереж є Інтернет і жоден з традиційних інститутів не може з ними змагатися у створенні таких великих та різних мережових спільнот. Саме поняття «мережа» кожними дослідником пояснюється по-різному, той же М. Кастельс інтерпретує це «сукупністю вузлів що пов'язані між собою» [6].

А от Ж. Дельоз пояснює цей термін як «ризомна» освіта, яка має широку структуру, але без центральної осі. Терміном «ризомна» автор описує сучасний світ, де немає структурованості, симетрії та центру. Мережа це конгломерати об'єктів, це там де можна взаємодіяти за допомогою повідомлень. Основна ідея сучасних мереж це комунікація, через яку передається інформація, котра є самостійною реальністю, де смислові навантаження відходять на останній план.

Це поняття створило майже самостійний напрям, який називається «мережовий підхід» прихильниками якого є С. Вассерман, Б. Веллман, Л. Фріман та ін. Але після появи в Інтернеті таких нових типів сайтів як «соціальні мережі» виник новий термін веб-сервіс, через який можуть комунікувати велика кількість людей, при цьому об'єднуватися в різні спільноти за інтересами. Тут вже самі користувачі наповнювали їх змістом та могли вільно поглинати медіа-контент та активно вести соціальне та політичне життя[7].

Багато хто з дослідників пробує прогнозувати майбутнє соціальних мереж, а саме Д. Арmano каже що вони ставатимуть все більш популярними та набуватимуть ще більш глобального масштабу. Але виділяють такі можливі наслідки:

1. Самі мережі будуть все менш «соціальними», коли різні групи почнуть відкидати «лишніх» користувачів.
2. Великі компанії будуть активніше боротися за користувачів цих мереж, адже там можна легше та результативніше обробляти потенційних клієнтів.

Основу українських вчених, які займаються дослідженням питання інформаційної війни та соціальних мереж як інструменту ведення складають Рабінович І., Фельдман Д., Бебик В., Литвиненко О. та інші. Важливу роль в

вивченні інформаційної політики та безпеки відіграли праці Почепцова Г, де він здійснив глибокий аналіз інформаційної безпеки та політики в провідних країнах світу.

Метою дослідження є виявлення впливу та значущості соціальних мереж під час гібридної війни Росії в сторону України, на основі цього обґрунтувати необхідність можливих заходів з усунення викликів та загроз.

В межах проведення дослідження автор ставив перед собою такі завдання:

1. Дослідити вплив контенту який створюється з метою формування політичної та соціальної думки в користувачів
2. Порівняти роль соціальних мереж в різні проміжках часу на різних етапах.
3. З'ясувати наскільки ефективні соціальні мережі в гібридній війні РФ до України.
4. Виявити ефекти впливів в соціальних мережах на користувачів, як наслідок вплив на політику України.
5. На основі висновків, які будуть отримані в дослідженні, дати практичні рекомендації котрі зможуть нівелювати вплив соціальних мереж на соціальні групи.

Об'єктом дослідження є соціальні мережі та різноманітні інтернет ресурси, які популярні та мають вплив на території України.

Предмет дослідження є вплив соціальних мереж на користувачів різних ресурсів під час інформаційної війни Росії проти України.

Методологічна база дослідження. Обрані в даному дослідженні методи обирались відповідно до поставлених завдань.

Оскільки дана тема є досить актуальною, але мало дослідженою та висвітленою в науковій спільноті, то залучалися абсолютно різні методи та матеріали, сюди відносяться роботи з соціології, історії, політології, інформатики, психології та ін. Тут був задіяний інформаційно-селективний метод, котрий включає вибір різних джерел, що відповідають тематиці дослідження. Також було

використано такі методи як аналіз, дедукція, синтез, співвідношення, та узагальнення.

Основу дослідження склали методи аналізу, порівняльно-психологічний метод, інституціональний аналіз та прогностичний метод.

Наукова та практична значущість роботи. Новизна даного дослідження полягає в вивченні даної теми в двох основних проміжках часу. Фокус направлений на вплив та ефекти від соціальних мереж в гібридній війні. Сама тема стала все більш актуальною та буде предметом обговорення та вивчення в майбутніх наукових працях. Вона є не розкритою та має багато відгалужень, котрі окремо заслуговують на увагу.

Обґрунтування структури роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів з підрозділами, висновку, списку використаної літератури та додатків.

РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ.

1.1 Феномен соціальних мереж

Сучасне спілкування між людьми спростилося до максимального рівня. Сьогодні великі відстані між людьми не є перешкодою спілкуванню. Це стало можливим завдяки тотальній діджиталізації та інформатизації суспільства та появі Інтернету в кожному будинку. А соціальні мережі стали активно розвиватись саме на основі цих чинників. Сьогодні без соціальних мереж важко уявити наше повсякденне життя. Кожного дня кількість користувачів збільшується та вже вимірюється мільярдами.

Термін «соціальні мережі» був введений у 1954 році соціологом з Манчестерської школи Джеймсом Барнсом під час лекцій та зустрічей у спільноті на острові Норвегія, яка увійшла до збірки Human Relations. У другій половині 20 століття термін «соціальна мережа» став дуже популярним серед західних соціальних дослідників і почав використовуватися більше в англійській мові.

В Інтернеті важко контролювати «потік» інформації. Як зазначалося вище, традиційні медіа мають систему фільтрації інформації на кількох рівнях: інформаційне агентство, головний редактор, менеджер програми, в Інтернеті доступ до системи фільтрів працює лише в Інтернеті та не працює з політиками вище зв'язки з громадськістю мережі, а не особистих облікових записів користувачів. Інтернет-реклама часто змушена включати ту чи іншу подію «позапланово», тому що вона широко поширюється в соціальних мережах, інакше сайт швидко втратить свою аудиторію. Тому завдання створення «порядку денного» в інтернет-просторі не працює так, як у традиційних ЗМІ. З цієї причини ми часто бачимо головну тему дня в традиційних ЗМІ та інтернет-просторі зовсім по-іншому, коли головною темою традиційних ЗМІ може стати ухвалення бюджету країни на наступний рік або засідання парламенту. В інтернеті: інформація про дачу майбутнього чиновника за мільйони доларів.

З самого початку процес створення соціальних мереж передбачав комунікативно-інформаційну функцію[8]. Сам термін «соціальна мережа»

з'явився за довго до появи інтернету. Він означав тісні взаємовідносини між двома людьми та більше. Зараз ми спостерігаємо, що соціальні мережі стають все більшим інструментом впливу на свідомість людей у різних сферах життя, від бізнесу до політики.

Це обумовлено присутністю в мережах конкретної цільової аудиторії і можливістю тісно спілкуватися з живими людьми. Сьогодні історія виникнення та розвитку соціальних мереж, а також перспектив їх функціонування стала все більш актуальною темою для різних дослідників, таких як М. Кастельс, Д. Белл, А. Тоффлер, Р. Турен, Дж. Інгельгарт. Проблематику соціальної взаємодії в мережі Інтернет розкрили Г. Рейнгольда, Н. Бейма, С. Кайзлера, П. Коллока, С. Херрінга та ін. Основними вітчизняними науковцями, які займалися вивченням цього питання є С. Дука, В. Іноземцев, С. Дятлов, Н. Моїсєєв. Мережа інтернет набуває головного значення в впливі мережевих технологій та суспільство[9]. Вона діє на усіх трьох рівнях: локальному, регіональному та глобальному відповідно. На найменшому рівні, користувачі обмінюються інформацією, даними та просто комунікують між собою. На наступному рівні вони мають більше можливостей та стають провідниками мережевого простору, вони диктують умови для локального рівня. Глобальний рівень об'єднує два попередніх та займається задоволенням інтересів широкого кола користувачів та спільнот[10].

До появи інтернету з усіма його ресурсами, у тому числі й соціальними мережами, суспільство черпало інформацію з екранів телевізорів, а до цього отримувало з газет, які свого часу мали великий попит та були основним джерелом інформації. А тепер інтернет відтіснив інші ЗМІ, внаслідок того, що він надає користувачеві бути не тільки пасивним глядачем, який отримує інформацію з деякою затримкою, внаслідок обробки її, але й дає можливість у вільному доступі до об'ємів інформації.

Соціальні мережі – це унікальне явище двадцять першого століття, яке міцно увійшло в життя людей. Середній вік користувачів варіюється від 7 до 48 років, а час, проведений у віртуальному, вигаданому світі порахувати просто

неможливо. Під соціальною мережею (від англ. socialnetworkingservice) розуміється платформа, онлайн-сервіс чи веб-сайт, призначені для побудови, відображення та організації соціальних взаємовідносин, візуалізацією яких є соціальні граfi[11]. Сучасні соціальні мережі виконують низку завдань, пов'язаних не тільки з комунікацією. Вони допомагають спілкуватися, ділитися новинами з друзями, вести блог, публікувати різні матеріали, слухати музику, вступати до спільнот за інтересами та створювати свої власні, залучаючи в них аудиторію за допомогою реклами, грати в ігри, проводити прямі трансляції та стежити за своїм здоров'ям - все це лише основна частина можливостей, що надаються користувачеві.

Соціальні мережі активно використовуються підприємцями для просування своїх товарів та послуг, політичними діячами для зв'язку з громадськістю, ЗМІ для публікації новин, громадськими діячами для трансляції своєї думки на широку аудиторію. Президентські вибори в США у 2020 році, показали, що соціальні мережі це ефективний політичний інструмент, за допомогою якого політичні суперники можуть боротися за виборця.

Є зв'язок між терміном соціальна мережа та поточним цифровим світом. Сьогодні цей термін переважно використовується для позначення онлайн-ЗМІ. Інтернет дав людям можливість знаходити та спілкуватися з тими, кого вони ніколи раніше не зустрічали. Онлайн-соціальні мережі покладаються на технології та Інтернет. Користувачі можуть отримати доступ до соціальних мереж через комп'ютер, планшет чи смартфон. Більшість соціальних мереж працюють на основі даних з можливістю пошуку, які використовують передові мови програмування, такі як Python, для організації, зберігання та отримання даних для полегшення розуміння. Наприклад, Tumblr використовує продукти та послуги Google Analytics, Google Workspace та WordPress для своєї повсякденної роботи[12].

Для чого потрібні соціальні мережі та яка їх головна мета:

1. Обмін. Користувачі можуть спілкуватися на відстані та обмінюватися інформацією, оновленнями, фотографіями та відео. Соціальні

мережі дозволяють людям зустрічатися з іншими людьми зі схожими інтересами чи розширювати існуючі соціальні мережі.

2. Навчання. Соціальні мережі стають відмінною платформою для навчання. Користувачі можуть миттєво отримувати новини, інформацію про друзів та сім'ю або дізнаватись, що відбувається в їхній країні

3. Спілкування. Спілкування за допомогою соціальних мереж, руйнує бар'єри часу та відстані та покращує взаємодію з користувачем. Технології хмарного відеозв'язку, такі як WhatsApp або Instagram Live, дозволяють людям проводити особисті зустрічі з будь-ким по всьому світу.

4. Реклама. Маркетологи можуть використовувати соціальні мережі для просування продуктів серед користувачів веб-сайтів, підвищення залучення клієнтів та коефіцієнта конверсії, а також підвищення впізнаваності бренду (див. Додаток 1).

Одним з постійних показників популярності соціальних мереж є збільшення їх користувачів, поява нових сервісів та глобалізація. Позитивним аспектом їх, є використання соціальних мереж у сфері бізнесу, навчання та освіти. Варто сказати що вони набули зараз рис повноцінних ЗМІ та новинних джерел.

Такі платформи, як Facebook, Instagram та TikTok збирають все більше інформації про своїх користувачів, значно впливаючи на їхню поведінку та доступ громадян до інформації. Це призвело до того, що соціальні підприємства можуть вільно маніпулювати поведінкою користувачів та впливати на їхню думку. Це є серйозною загрозою для користувачів. На додаток до збору величезних обсягів даних про користувачів, гіганти соціальних мереж розробляють все більш складні алгоритми штучного інтелекту для аналізу нашої поведінки в Інтернеті. Тобто йдеться вже не про комунікацію, а про фіксацію реакції користувачів з метою отримання прибутку. Цей механізм викликає багато патологій. Сферу застосування технології отримання прибутку компанії обирають самі, і основним її змістом є корпоративність, а не безконтрольність філій. Алгоритми штучного інтелекту все частіше використовуються на платформах соціальних мереж, фокусуючись на контенті, який максимально взаємодіє з користувачами. Тому ми

зосереджуємося на основному «продукті», який продає спільнота соціальних мереж. Головним чином з цієї причини, реалізація безпеки даних користувачів не може бути підірвана внутрішньо в руках технологічного співтовариства. Бо це єдине, що має значення і викликає у глядача міркування, - автентичність змісту, переданого другому користувачу. Ці висновки були використані багатьма організаціями та соціальними мережами для поширення дезінформації і, в разі успіху, представляються «фейковими повідомленнями» та глобальною проблемою. Агресія Росії проти України та пов'язана з нею кібернетична війна лише посилюють це явище. Це найбільш помітно у сфері політики. За оцінками, протягом трьох місяців після виборів у США 2016 року фейкові новини на користь Дональда Трампа були розміщені у Facebook близько 30 мільйонів разів, а на користь Гіллари Клінтон - близько 8 мільйонів разів. Такі дії мали реальний вплив на електоральні рішення громадян та спричинили серйозні аномалії в демократичних механізмах багатьох країн. Крім того, цим відкрито користується російський державний апарат, поширюючи пропаганду та дезінформацію про агресію Росії проти України.

Соціальні мережі стали популярним інструментом для проведення інформаційних кампаній та інших видів діяльності в Інтернеті, таких як збір інформації, пропаганда, дезінформація, шахрайство, а також вербування та збір коштів для певних компаній. Соціальні мережі також є корисним інструментом для швидкого розповсюдження взаємопов'язаних текстів та зображень, які підтримують певний наратив, а також для їх вільного та легкого відтворення.

Існує багато прикладів спроб російської держави контролювати соціальні медіа у зв'язку з кризою в Україні. Наприклад, були спроби заблокувати доступ до проукраїнських ресурсів та мигання інформації про прихильників Євромайдану в соціальній мережі «ВКонтакте». Відомі випадки звільнення редактора популярного російського новинного сайту Lenta.ru та каталогу «ВКонтакте» і заміни їх на людей, пов'язаних з Кремлем. Російська держава продовжує вживати заходів для обмеження свободи преси та свободи вираження поглядів в Інтернеті, вона досягла повного успіху в боротьбі з окремими особами, незалежними

організаціями або засобами масової інформації, які продовжують представляти альтернативні погляди в Росії. Російська правляча еліта культивує велику кількість блогерів і тролів у соціальних мережах в адміністрації президента, щоб поширювати інформацію, яка сприяє російському наративу, і змушувати їх замовкнути. Наприклад, у 2012 році газета «Гардіан» повідомила, що «прокремлівська група керує мережею інтернет-тролів, намагається купити улесливе висвітлення діяльності Президента Володимира Путіна і планує дискредитацію опозиційних активістів та ЗМІ. The Guardian повідомила, що під час кризи в Україні спостерігається зростання активності прокремлівських тролів, найбільше з яких було зафіксовано у лютому 2014 року. Незалежне російське видання журналістських розслідувань «Новая газета» повідомило про діяльність в Україні так званої «ферми тролів» у вересні 2013 року. За їхніми словами, масовий набір тролів розпочався у серпні того ж року. Журналісту, який хотів влаштуватись тролем, сказали, що він має розраховувати на 100 інтернет-коментарів на день. Тролінг також передбачає ведення декількох акаунтів у Facebook та Twitter, залучення нових підписників та участь у дискусіях.

1.2 Види та класифікація соціальних мереж

Найпопулярніші та найпоширеніші соціальні медіа є «соціальні мережі для спілкування». До них відносяться Twitter, Facebook, Вконтакте, Однокласники, LinkedIn. І хоча цей вид соціальних медіа не з'явився першим, він став визначальним для всієї галузі. Цей формат соціальних медіа є одним із перших хто запропонував користувачам створити безкоштовний персональний міні-сайт, який пізніше став відомим як профіль. Мережі взаємовідносин намагаються запропонувати користувачам максимум можливостей у межах однієї платформи. Їх можна поділити на наступні категорії:

1. Мережі персональних контактів
2. Професійні мережі, яскравим представником є LinkedIn та Xing
3. Сайти знайомств, такі як Tinder, Badoo

Наступний вид це «Соціальні мережі для обміну медіа-контенту». Вони дозволяють обмінюватись фото та відео-контентом. Такими є Instagram, Flickr,

YouTube, Snapchat, Vimeo. Тут головний принцип полягає в поширенні інформації та ненабридливій рекламі. Тут відмінність полягає в масштабі контенту, наприклад коротенькі відеоролики або можливість створювати свій власний відео канал.

Незвичними соціальними мережами є «мережі для відгуків та оглядів». Наприклад в основі соцмереж Yelp та Urbanspoon лежить можливість лишати відгуки та рекомендації про локальний бізнес, а також геолокацію. Саме вони мають велику базу знань та рекомендацій, які допомагають користувачам збирати інформацію про прийняття рішень щодо покупок. Існує ще кілька видів соціальних мереж, але вони цікавлять нас менше[12].

Оскільки люди проводять більше часу у соціальних мережах, кількість досліджень також збільшилась. Багато з цих досліджень мають негативну картину впливу соціальних мереж на психічне здоров'я. Деякі припускають, що інтенсивне використання соціальних мереж може сприяти розвитку депресії.

Однак причинно-наслідковий зв'язок між використанням соціальних мереж та розвитком депресії ще потрібно чітко встановити, оскільки це класична дилема курки та яйця: люди, які страждають на депресію, більше використовують соціальні мережі чи використання соціальних мереж породжує у людей депресію?

Університет Арканзасу та Пітсбурга провів дослідження, у якому взяли участь 1289 учасників віком від 18 до 30 років протягом шести місяців. На початковому рівні 990 осіб не повідомляли про симптоми депресії. Через шість місяців ці симптоми з'явилися у 95 (9,6%) із цих людей. Виявлено значний зв'язок між інтенсивністю постійного використання соціальних мереж та початком депресії через 6 місяців. У людей, які найбільше використовували соціальні мережі, ризик розвитку депресії був у 2,8 рази вищим, ніж у людей з найменшим використанням соціальних мереж. Російську пропаганду поширюють не лише путінські тролі, а й феки, що стоять за «реальними людьми». Хоча національне та державне телебачення здебільшого орієнтоване на старше покоління, існують десятки патріотичних соціальних медіа-каналів та соціальних мереж, таких як Telegram, що мають сотні тисяч підписників, здебільшого зорієнтовані на молоде покоління[13]. В наступних розділах ми більш детально про них поговоримо.

1.3 Інформаційна війна – складова гібридної війни.

Інформаційна війна є основною складовою гібридної війни. Про це можна переконатись на практиці, наприклад, кордони почали стиратись через швидкий розвиток системи масової комунікації, це дозволило здійснювати маніпулятивний вплив на свідомість та насаджувати свої ідеї на користувачів країни-суперниці. Так основною ідеєю боротьби в інформаційному просторі Росії проти України є так званий «руський мир». Це Російська ідеологія часів путінізму, ідеєю якої є відновлення Радянського союзу. Історично, інформаційне протиборство виникло як складова збройної боротьби. Причинами його виникнення стало прагнення нападника підняти дух своїх воїнів і послабити волю ворога. Подібним чином вона позбавляла останньої здатності до активного опору, сприяла його швидшому знищенню, зменшувала власні матеріальні та фізичні втрати, у тому числі – втрати трудових і матеріальних ресурсів, що завойовуються для себе. Рання з відомих форм впливу на противника не бойовими засобами – залякування його своєю (іноді уявною) бойовою міццю. Під час бою, в стані страху, коли тверезо важко обдумувати свої дії, часто суперник просто приймав рішення здаватись. Історично першою формою інформаційного протиборства було використання духовного впливу на противника з метою ослабити його моральний дух та бойову спроможність. Основним об'єктом впливу як на ранніх так і на сучасних етапах інформаційної війни є психіка людини. Ще в четвертому столітті до нашої ери, Арістотель виокремив основні складові психіки людини, які і досі є головними об'єктами інформаційного впливу, це усвідомлення, воля та почуття людини. Тоді способи інформаційного впливу були обмежені на основі вербальних методів, таких як релігійні промови, дезорієнтація, виступи ораторів та ін. Головними витоками інформаційного протиборства можна вважати стародавні часи, коли правителі намагалися без фізичного впливу управляти масами людей. Вже тоді розуміли важливість психологічного протиборства, прикладом цього є погляди єгипетських та сирійських воєначальників, як безпосередньо пов'язували між собою психологічний стан бійця та розвиток подій на полі бою. В той час впливом на психічний стан воїнів вважали релігію, обряди, традиції та ритуали. Разом з

тим, вже тоді розуміли важливість психологічного впливу і на противника, так наприклад великий полководець Олександр Македонський, розповсюджував слухи про перевагу в кількості та силі свого війська, тим самим вводив військо противники в оману. Активно використовував дезінформацію, для того аби забезпечити раптовий напад на противника і тим самим забезпечити собі перевагу на полі бою. Гарним прикладом дезінформації є «троянський кінь», за допомогою якого греки змогли виграти у троянській війні і розділити сфери впливу між грецькими племенами. Саме через нього греки змогли увійти в місто та в подальшому вщент знищити Трою. Цей вираз в майбутньому став основним професійним терміном для розвідників різних країн, як позначення операції з дезінформації противника.

Методами інформаційного протиборства вирішувались задачі не тільки військові, а і мирні. Так наприклад в Шумерських пам'ятках згадується інформаційно-психологічна «війна Нервів», де правитель Руку спеціально залякував та систематично пускав страшні плітки проти мешканців та правителя Аратта, багатого дорогоцінними металами, тим самим без фізичних впливів заставив їх платити шумерам велику дань[14].

З часом з'явилась потреба не тільки в практичному, а й в теоретичному осмисленні інформаційної війни. Першими офіційно задокументованими працями, були роботи китайських дослідників. До них відносяться Конфуцій та Сунь-Цзи, підходи яких і досі використовуються провідними державами світу та їх спецслужбами в проведенні інформаційно-психологічних операцій. Сунь-Цзи поставив психологічний вплив на противника на основне місце в військовому протиборстві.

Сучасні дослідники приділяють все більше уваги інформаційній війні, вивчаючи її усі аспекти та можливості. У книзі Георгія Почепцова «Сучасні інформаційні війни», введено нове поняття «сміслової війни» та аналізується її роль у сучасному світі. У ній автор виокремив основні методи, через які можна не піддатися інформаційному впливу та маніпуляціям, а також вміти розрізняти брехню. Зараз стає все більш зрозуміло, що функції та можливості інтернету

змістились, якщо на початкових етапах він був джерелом інформації, то тепер він використовується в пропагандистських та агітаційних цілях, де ясно почала проглядуватись агресивність дій[15]. Інтернет для ЗМІ стає основною платформою подачі інформації і інструментом впливу на свідомість людей. Саме така інформація є дуже затребуваною, швидкою в подачі та важливою. Управління свідомістю людини, її світоглядом а також ставленням до тих чи інших процесів в державі, є основною метою інформаційної війни. Усе це стало можливим за допомогою «м'яких» засобів. Варто зазначити, що такий спосіб часто є сильнішим та небезпечнішим для людини, ніж жорсткий. Тут людина не розуміє усіх наслідків та несвідомо піддається впливу і примусу. Часто це доходить то моменту коли вже пізно і змінити це вже не можна. Така зброя має масовий характер ураження, і тому це є великою проблемою для спецслужб країн проти яких це спрямовується. Потік такої інформації може впливати на політичну та соціальну стабільність у країні, що призводить до негативних наслідків, або аж до революційних вибухів та повалень влади.

Під час президентської виборчої кампанії у США у соціальних мережах широко розповсюджувалися повністю або частково неправдиві пости. Метою було дискредитувати Гіллари Клінтон та зруйнувати віру американців у демократію, щоб допомогти обрати Дональда Трампа. Своєю популярністю ці «фейкові новини» завдячують сенсаційному контенту, який викликав хвилю обурення. Група незалежних дослідників PropOrNot здійснює моніторинг понад 200 російських пропагандистських сайтів та охопила понад 15 мільйонів американських читачів під час президентської кампанії. Ця стратегія базується на "доктрині Герасимова», яка стверджує, що війна проти західного панування повинна вестися за допомогою дезінформації, яка є ідеальною зброєю війни, оскільки Захід, особливо Європа, має серйозне відставання в цій галузі. Однією з головних цілей Кремля є дестабілізація Європейського Союзу, де зростання популізму сприяло утвердженню ультраконсервативного та націоналістичного дискурсу. Від Марін Ле Пен, яка високо оцінила дії Путіна в Сирії, до Найджела Фараджа, який виступав на російському телебаченні і критикував роль

Європейського Союзу у врегулюванні української кризи, - взаєморозуміння між популістськими партіями і російською владою очевидне. Оглядачі розглядають цей проросійський виступ як своєрідного «троянського коня» в Європі, мета якого - підірвати довіру європейських громадян до демократії та послабити НАТО. Росія також використовувала «фейкові новини» для посилення свого впливу в Європі. У серпні 2016 року, наприклад, Кремль здійснив поширення неправдивої інформації в соціальних мережах, щоб не допустити вступу Швеції до НАТО.

Клаузевіц представив природу війни як «чудову трійцю». Одну з трьох складових він описав як «ненависть» і «ворожнечу», які він відніс до актора народу, тому що – так ідеться в його стандартній роботі – «пристрасті, які повинні спалахнути на війні, повинні вже бути присутнім серед людей» Якщо ми подивимось на війни з цієї теоретичної точки зору, ми помітимо, що населення, часто лише меншини чи окремі верстви населення, залучається до інформаційних війн і стає мішенню через постійну пропаганду[16]. Це відбувається задовго до початку збройного конфлікту і навіть до участі там збройних сил.

Експерти здебільшого погоджуються з тим, що нинішні форми війни здебільшого не є чимось новим. Деякі методи Росії в Україні, наприклад, дезінформація, відомі, наприклад, з Радянського Союзу та його секретної служби КДБ. Новим є, наприклад, технологічний бік, цифрове інформаційне середовище, яке об'єднує людей у величезну глобальну мережу та робить безмежний обмін легшим, ніж будь-коли раніше в історії людства. Розповсюдження мобільних телефонів і доступу до Інтернету, а також зростання масштабів їхнього використання наражає суспільство на небезпеку з боку кіберпростору. Згідно зі статистичними даними Міжнародного союзу електрозв'язку, сім мільярдів людей (або 95 відсотків населення світу) проживають у районах, охоплених мережами стільникового зв'язку. 84 відсотки населення світу живуть у регіонах з мобільними широкосмуговими мережами (3G або більше), які забезпечують доступ до Інтернету. У Європі лише 21 відсоток населення офлайн, а поширення доступу до Інтернету та дешевих смартфонів призведе до різкого збільшення кількості користувачів в інших частинах світу в найближчі роки. Вразливість

населення до цифрової пропаганди, мови ненависті чи теорій змови зростає так само.

РОЗДІЛ 2. ПОЧАТОК ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ ТА ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ДО 2017 РОКУ.

2.1 Використання «Вконтакті» та «Однокласники» як інструментів у інформаційній війні Росії проти України.

Важливим компонентом інформаційно-психологічних операцій є робота в соціальних мережах. Це можна прослідкувати у війнах останнього десятиліття, психологічна обробка населення невід’ємна складова успіху у кампаніях чи то в Іраку, чи то агресія РФ проти України на Донбасі, а в подальшому і проти цілої України. Важливість такого впливу на цивільне населення і солдатів країни-суперниці, не потребує пояснення.

У цьому розділі ми будемо аналізувати соціальні мережі, через які Росія активно просувала свою пропаганду та наративи. Саме вони відіграли ключову роль у інформаційній війні проти нашої країни, за допомогою них агресія змогла перейти від інформаційної операції до відкритої збройної[17]. Основними соціальними мережами в Україні впродовж до 2017 року були «Вконтакті» та «Однокласники», вони обидві були створені в ворожій для нас країні, саме вони і будуть об’єктом нашого дослідження[18].

ВКонтакті, VK або ВКонтакте(рос. ВКонтакте) – головна російська соціальна мережа, яка станом на 2014 рік посідала друге місце у Європі після FaceBook. Популярності вона набула в таких країнах як Росія, Україна, Білорусія, Казахстан та інші російськомовні країни. Того ж року нею користувалось 239 мільйонів користувачів, 55 мільйонів з них відвідували її щодня. Засновано її було у 2006 році, як копію американського FaceBook, ідеєю було спілкування у ній російських студентів та випускників вузів[19].

Однокласники (рос. Одноклассники) – російська соціальна мережа, яка належить вищезгаданій Вконтакті, станом на 2013 рік, кількість зареєстрованих користувачів становила 205 мільйонів, де 40 мільйонів щоденно відвідували її.

Ці два сервіси, в першу чергу загроза для державного сектору, а тоді вже для громадян. Саме через них російські спецслужби здійснювали негативний інформаційний вплив на українських користувачів. Особливий пік їхньої

активності саме під час важливих політичних подій в житті України. Вони могли активізовуватись під час виборів Президента, депутатів та органів місцевого самоврядування, так само вони можуть красти персональні дані громадян. Як приклад, російське ФСБ може отримувати дані поштової скриньки Mail.Ru або Yandex через постанову суду або під час оперативно-розшукових дій. Особливістю таких двох сервісів є можливість сортування потенційних об'єктів впливу, адже вони складаються з користувачів, спільнот, соціальних груп за різними інтересами. Це все спрощує роботу при виборі цільової аудиторії[19]. Наприклад під час виборів в парламент або президента вікова категорія до 18 років відсіюється, адже вона не може брати участь в такому голосуванні. Так само урізання виплат різним верствам населення або позбавлення соціальних пільг чітко виокремлює одну вікову групу або навіть соціальну верству. Усі російські сервіси досить чітко продумані, вони мають багато привабливих рис, які заставляють користувачів ними користуватись, цим самим роблячи себе мішенню впливу.

Окрім використання фінансованої державою багатомовної телевізійної мережі, керування різноманітними новинними веб-сайтами, які підтримують Кремль, і роботи з кількома підтримуваними Росією організаціями «громадянського суспільства», Росія використовує витончену кампанію в соціальних мережах, коментарі без авторства веб-сторінки, облікові записи тролів і ботів у соціальних мережах, а також фальшиві хештеги та кампанії у різних соціальних мережах. Ніде ця загроза не є такою очевидною, як в Україні у 2014 році. Ніде ця загроза не є більш відчутною, ніж в Україні, яка є активним полем пропагандистської боротьби з часів української революції 2014 року. Інші країни регіону спостерігають за діями Росії та анексією Криму і усвідомлюють необхідність приділяти пильну увагу наступальній пропагандистській кампанії Росії.

В Україні та інших сусідніх державах Кремль прагне створити розбіжності між етнічним і російськомовним населенням та урядами країн, що їх приймають в НАТО і Європейський Союз. Більше того, Кремль прагне досягти політичного

паралічу, сіючи плутанину, нагнітаючи страх і підриваючи довіру до західних і демократичних інститутів[20].

Враховуючи значну присутність Росії в українському медіа-просторі та популярність російських соціальних мереж, Росії вдалося активно використовувати соціальні мережі для збору підтримки, поширення дезінформації та ненависті, а також спроб дестабілізувати ситуацію в Україні. У соціальних мережах були створені сотні тематичних груп, які стали засобом дезінформації, залучення та впливу на громадську думку. У жовтні 2014 року в Києві було організовано антиурядову акцію протесту, в якій взяли участь військовослужбовці внутрішніх військ. Детальне дослідження показало, що «протестувальники були мобілізовані через різні групи в соціальних мережах "ВКонтакте» (ВК), якими керували громадяни Росії («Беспорядки под Радой собрали граждан РФ в соцсети "ВКонтакте», 2014). На початку 2016 року українські журналісти викрили мережу з десятків груп у соціальних мережах, у тому числі «Патріоти України», на різних координованих Москвою соціальних платформах. Ці групи використовували символічну націоналістичну та проукраїнську риторику для підриву довіри до української влади та мобілізації населення на «Третій майдан» (Самохвалова, 2016). Соціальні мережі також використовуються для поширення неправдивих чуток з метою деморалізації українського війська або дискредитації армійського керівництва («СБУ порушила кримінальну справу за розповсюдження антиукраїнських чуток про українських військових», 2015; «Штаб АТО», 2014). На додаток до соціальних мереж, українські солдати та люди, які живуть поблизу лінії фронту, іноді стають мішенню для повідомлень служби коротких повідомлень, що надсилаються на їхні мобільні телефони, можливо, російськими системами радіоелектронної боротьби.

У 2016 році інформаційні операції Кремля продовжували здійснюватися одночасно в традиційних і нетрадиційних ЗМІ. Наприклад, у січні 2016 року автоматизовані скарги, надіслані ботами соціальних мереж, змусили Twitter заблокувати акаунти проукраїнських користувачів. Пізніше того ж року, у грудні 2016 року, російський новинний сайт Lenta.ru неправдиво повідомив, що Україна

запропонувала прийняти мігрантів з Близького Сходу «в обмін на безвізовий режим з ЄС» - сфабрикована історія, яка була швидко перекладена і підхоплена чеським новинним сайтом Nová republika.

Є кілька помітних випадків навмисної фальсифікації інформації, використання фальшивих ідентифікаційних даних та поширення чуток з метою створення страху або ненависті. Вигадка «Лікаря з Одеси». Радіо Свобода повідомило про випадок використання тролем фейкового облікового запису у Facebook після трагічної пожежі в Будинку профспілок в Одесі. Пост у Facebook нібито був створений Ігорем Росовським, лікарем, який намагався потрапити до палаючої будівлі для надання допомоги. Однак проукраїнські екстремісти нібито відмовили йому у вході та знущалися над ним.

«Привіт. Мене звати Ігор Росовський. Мені 39 років, я живу в місті Одеса, 15 років працюю лікарем швидкої допомоги. Вчора, як ви знаєте, в нашому місті сталася страшна трагедія, одні вбили інших людей. Вони вбили їх по-звірячому, спаливши живцем, не в п'яному стані, не задля отримання бабусиного спадку, а тому, що вони поділяють політичні погляди націоналістів. Вони спочатку жорстоко били своїх жертв, а потім спалювали їх живцем. Як лікар, я кидаюся на допомогу тим, кого можна врятувати, але бойовики мене зупинять. Мене не пускають до поранених. Один з них сильно штовхнув мене і пообіцяв, що мене та інших євреїв чекає така ж доля. Був один молодий чоловік, якого можна було б врятувати, якби відвезти його до лікарні, але кілька спроб вмовити закінчились ударом в обличчя і втратою окулярів. У моєму місті, навіть у найстрашніші моменти нацистської окупації, такого не було. Цікаво, чому світ мовчить?»

Російська соціальна мережа «Вконтакте» зібрала більше 5000 поширень цього посту протягом першої доби його публікації. Це пост оперативно переклали англійською, німецькою та болгарською мовами. Дослідивши цю історію глибше, виявили що фотографія профілю доктора Розовського - це фотографія північнокавказького стоматолога, використана в рекламному буклеті Усть-Джегмиської стоматологічної клініки. Невдовзі після відкриття Радіо Свобода в

акаунті Розовського у Facebook раптово з'явилося повідомлення про те, що «цей контент більше не доступний».

Ще один яскравий приклад фейку:

Фотографія вагітної жінки, задушеної проукраїнськими екстремістами на місці трагедії в Одесі, широко поширювалася в соціальних мережах, поки KyivPost не опублікував розслідування інциденту і не довів, що вона не відповідає дійсності. Олена Рибковцева, журналістка з Москви, під час свого розслідування поставила під сумнів чому не було офіційного запису про смерть вагітної жінки та чому не має обурення з боку родичів. Лікар у лікарні чітко прокоментував, що це фотографія літньої жінки, яку сфотографували спеціально в такій позі аби створити даний допис. Також було зроблено запит, чи є дана жінка серед загиблих, у відповідь отримали лист спростування від офіційних джерел.

Соціальні мережі заповнили чутки про звірства, які готують проукраїнські екстремісти: отруєні водопроводи, концтабори, що будуються під Донецьком, фашистські снайпери, що ховаються в лісі, проукраїнські циркуляри з отрутою, що всмоктується через дотик. Нещодавній репортаж російського державного телебачення «Первый канал» показав розповідь очевидця про катування та розп'яття 3-річного хлопчика українською армією на публічній площі у Слов'янську. Згідно з репортажем, жінка на ім'я Галина Пишняк стверджувала, що була свідком звірств разом з іншими мешканцями Слов'янська, яких українська армія примусово вивела на центральну площу міста, щоб вони спостерігали за публічною стратою. Вона розмовляла з Першим каналом з табору для біженців у Ростовській області Росії. Відео отримало широке розповсюдження в соціальних мережах і одразу ж супроводжувалося контррепортажами журналістів-розслідувачів (у тому числі незалежного російського телеканалу «Дождь»), які оскаржували цей репортаж або доводили його неправдивість. Російський журналіст «Новой газеты» Євген Фельдман виїхав на місце ймовірного інциденту і розпитав місцевих жителів, чи чули вони коли-небудь про подібні звірства. У дев'ятихвилинному відео, розміщеному на YouTube, місцеві жителі Слов'янська неодноразово заперечували будь-яку інформацію про такий інцидент.

Соціальні мережі дуже спростили роботу для спецслужб з вербування людей. Якщо раніше для того аби завербувати людину, спеціалісту треба було безпосередньо встановити з нею контакт та спілкуватись з нею, то зараз усе це робиться дистанційно, за допомогою саме таких сервісів. Тепер людину можна вивчити ніколи не бачивши її, це можуть робити навіть не професіонали, які спеціально цього навчаються. Варто лише відвідати профіль в таких соціальних мережах і відразу стає зрозуміло що це за особистість, які у неї погляди і світогляд, її цінності, психологічний стан та вподобання. Це все складає портрет людини з усіх її сторін і допомагає визначити на скільки вона цікава вербувальнику. Наприклад людина висловлює свою політичну позицію, показує невдоволення. Після цього визначається, як ця людина може бути корисна і на що вона здатна[21]. Важливим тут є її соціальний статус, посада, її можливості. Далі вивчається її психологічний профіль, визначається психотип людини. Вже тоді розроблюються вербувальні підходи і те яким чином її можна використати. В таких моментах перевагу мають люди які одержимі якимись ідеями, наприклад політичними системами, патріотизмом, жагою справедливості і навіть фінансами. Якщо у людині знаходять таке почуття як гнів, то вона стає ідеальним кандидатом і їй роблять певну пропозицію. Якщо людина має приховану образу або почуття помсти, то їй не прямо, поступово пропонують це реалізувати. Важливо тут є робити це повільно та поступово. В кінці це все розвивається за сценарієм тих хто його пише і людину доводять до кримінальної справи, коли вона вже розуміє що більше шляхів відступити немає. В кінці вона просто стає маріонеткою в потрібних руках і робить те що їй наказують робити, тим самим вона завербована. Основною причиною того що користувачі легко піддаються інформаційним впливам і пропаганді є інформаційна гігієна, а саме її відсутність. Безпечність та не обізнаність в такому просторі вбиває в людини імунітет до інформаційних загроз, вона стає незахищена.

У 2010-2014 рока активно почали розвиватися спільноти з вербування добровольців у так звану ПВК «Вагнера» , головними сервісами були саме ВК та Однокласники (див. Додаток 1). Подібних випадків ставало все більше, російські

спецслужби створювали канали там і через них просували інформацію про набори на службу, в подальшому це було використано у війні проти України. Варто зауважити, що такі методи використовуються і зараз і ці мережі надалі стають джерелом потенційного добрива для української землі.

Методи розгортання «інформаційної війни» в інтернет-просторі абсолютно відрізняються від традиційних методів впливу на ЗМІ. Це пояснюється тим, що Інтернет надає більше інформації про політичні події та суспільство загалом, ніж телебачення чи преса, і створює багато комунікаційних каналів для залучення аудиторії. Однією зі складнощів ведення «інформаційної війни» в Інтернет-просторі є нездатність до кінця зрозуміти завдання. В Інтернеті майже завжди можна знайти інформацію про подію з першоджерел, шукаючи відео або відгуки людей, які дивляться подію в Інтернеті. Тому можливості очищення інформації, її редагування, встановлення відповідних налаштувань в соціальних мережах дуже обмежені.

Схожий випадок був у Луцьку, коли через одну з відомих місцевих спільнот, кликали студентів на «антиєвропейський» мітинг. Їм пропонувати по 150 гривень та поїздки до Києва, щоб взяти участь у демонстрації проти підписання Європейської угоди (див. Додаток 2).

Цікавим і є той факт, що під час Революції Гідності, одні з найбільших проукраїнських спільнот в соціальній мережі Вконтакті, були заблоковані, а антиукраїнські навпаки продовжували рости та збільшувати аудиторію. Наприклад такий паблік як «Українська революція», який нараховував понад 500 тисяч користувачів був заблокований через петицію Роскомнадзора. Це показовий момент і наглядний приклад використання цих сервісів проти України.

21 століття диктує нові умови ведення війни, тепер в магазинах ворожуючих країн не тільки свинцеві, але і інформаційні кулі. Така зброя є дуже небезпечною, адже вона дозволяє змінювати ставлення до подій. Якщо телебачення це зброя малого калібру, яка пробиває інформаційну броню тільки старшого покоління, то інтернет аналог крупнокаліберної зброї націленої на потужну оборону молодого покоління. Саме вплив Росії на дві соціальні мережі Вконтакті і Однокласники,

становив пряму загрозу для національної безпеки України аж до 2017 року. Телевізійна зброя Російської Федерації, яка була запущена для розмиття поглядів на історію та соціальне становище України виявилась надпотужною. Цільова аудиторія, а саме ті кому за тридцять років з легкістю повелась на ідею повернути «ковбасу» по двадцять копійок. Наша держава не була готова дати гідну відсіч агресору, як наслідок телевізійну війну в Криму та на Донбасі ми програли. Поки існував такий міф, що існує така країна як Росія, яка допоможе жити краще і вона не порівнюється з «голодною» Україною, то війна на цьому фронті була не на нашу користь. Виграючи війну віртуально, Росія починає війну реальну. Факт присутності «зелених чоловічків» на території України, як за ширмою Росія приховує телевізійною картинкою. Проте, одного лише телебачення для переконливої картинки виявилось недостатньо, тому паралельно з ним в хід пустили крупнокаліберну інформаційну зброю – Інтернет. Існують спеціальні підрозділи хакерів та блогерів, які працюють під парасолькою спецслужб Росії котрі знаходяться на усій території країни агресорки. Засланих ж козачків Кремль відправив задовго до війни на Донбасі, і тільки у 2014 році українські хакери змогли вільно сказати що соціальні мережі Вконтакті, Однокласники, Mail.ru і Yandex, розробка ФСБ Росії. Але невже ФСБ змогло самотужки розробити по справжньому ефективну схему інтернет війни?

Успіх «арабської весни» організований американськими спецслужбами, в ході якої якої Лівійці розправились з Каддафі, а в Єгипті скинули Хасіма Барека, надихнув Росію взяти на озброєння вдалий план організацій переворотів через всесвітню павутину ненависної та ворожої країни США. Аналізуючи досвід «арабської весни», механізми застосування соціальних мереж і так званих “нових медіа” і їхня роль у знесенні диктаторських режимів у цих країнах і в Україні була величезною. Сама схема досить проста, проте дуже ефективна, інформація яку користувачі Вконтакті чи Однокласниках, у вигляді мільйонів особистих сторінок самі охоче доставляють російським спецслужбам на обробку, дає можливість без зусиль і великих затрат обробляти їх самих. Як вже згадувалось вище, там є багато вербувальних центрів, які набирають молодь як в Росії так і в Україні. Адже саме

активна молодь може вийти на вулиці чи навіть піти війною на нав'язаного владою ворога. Справжнім першопрохідцем в поширенні дезінформації та сепаратистських настроїв в Вконтакті, українські хакери вважають групу «Антимайдан»(див. Додаток 4). Їхній пост може розлетітись протягом п'яти хвили на аудиторію понад п'ять мільйонів користувачів. За поширення там вигідної інформації від кураторів, адміністратори отримують грошову винагороду безпосередньо з бюджету Російської Федерації. Варто сказати, що правди в таких групах не знайти. Відтепер ті хто клонув на інформаційний гачок ФСБ, замість того аби зупинити ненаситну Росію, ідуть захищати обмежених російськомовних громадян від українськомовних фашистів. Російсько-українська війна показала, як фальшиві особи та облікові записи використовувалися для поширення наративів через соціальні мережі та блоги. (Доповіді журналістів-розслідувачів довели існування в містах Росії так званих «ферм тролів» (рос. фабрика тролли), тобто людей, які займаються поширенням дезінформації в Інтернеті. Незважаючи на великий вплив на стан громадської обізнаності, тролінг залишається маловивченим явищем. Його вплив ще не виміряно через те, що платних тролів важко відрізнити від людей, які просто висловлюють свою думку. Деякі дослідники стверджують, що тролінг мотивується увагою, помстою, задоволенням і бажанням заподіяти комусь шкоду через агресію та обман. Російська троль-ферма з Санкт-Петербурга, відома як «Ольгінські тролі» (рос. «троллии з Ольгино» або «ольгинские тролли»), або мережеві бригади (рос. Веб-бригады) - одна з найбільших груп користувачів -провокаторsd, які за гроші, використовуючи спеціально обладнані кабінети, створюють пости та коментарі, спрямовані на поширення російської пропаганди в соціальних мережах, інтернет-виданнях чи на інших ресурсах мережі. Ольгіно, де розташовані офіси «Агентства інтернет-досліджень» (рос. Агентство интернет-исследований), - це історичний район Санкт-Петербурга, поруч із залізничним вокзалом. Коментатори, які працюють там і в багатьох інших центрах, із провокаційними спотвореними текстовими та графічними повідомленнями стали одним із елементів широкої інформаційної війни Росії проти України. Ферми тролів - одна з найбільш

швидкозростаючих сфер суспільного життя в Росії. За даними російських ЗМІ, наприкінці 2017 року один із петербурзьких офісів змінив місцезнаходження, збільшивши корисну площу втричі. Станом на 2018 рік Федеральне інформаційне агентство (ФАН) має 16 новинних сайтів із понад 30 млн переглядів на місяць. FAN об'єднує 12 інших компаній (у різних місцях, у тому числі за кордоном), відповідальних за розробку матеріалів про ситуацію в різних західних країнах, необхідних для розпалювання внутрішніх протиріч і розколу в суспільствах. Тролі – це особи на замовлення, які отримують винагороду за виконану роботу, яка полягає в розміщенні повідомлень і коментарів, показі певних людей і подій з точки зору Кремля, використовуючи вибрані, модифіковані факти, показані у відповідному підібраному контексті. Так звані «корисні ідіоти», які регулярно і не усвідомлено коментують події, поширюють дезінформацію в різних профілях, на сайтах соціальних мереж та/або в особистих блогах, де публікують «бажані» з точки зору російської політики тексти. Росія масово поширює брехливу пропаганду через свої телеканали та ферми тролів, про що йдеться в Резолюції Європарламенту від кінця листопада 2016 року. У документі, серед іншого, вказується, що російська пропаганда є загрозою для Європейського Союзу і має на меті «спотворити правду, посіяти сумніви і розбрат між країнами ЄС, паралізувати процес прийняття рішень, дискредитувати інституції ЄС і трансатлантичне партнерство, пробудити страх і невпевненість серед громадян ЄС». Операції з використанням цих методів у масовому масштабі проводяться російською владою проти України. Російський теоретик інформаційної війни, професор Дипломатичної академії МЗС Росії Ігор Панарін наголошував, що успіх геополітичних планів давно пов'язаний з перемогою в інформаційній війні. Робота в інтернет-агентствах, тобто на фермах тролів, доступна кожному, хто добре говорить і пише російською, а заробіток тут набагато вище, ніж у звичайних журналістів (45 тис. рублів). Завдання троля — щодня створювати 20 робіт (статей, новин тощо) і розміщувати їх на підконтрольних агентству сайтах. Більшість працівників – освічені люди, які приїхали з інших міст, де не змогли знайти роботу, і добре розуміють, до чого вони причетні. Умова збереження

роботи – уникати запитань про справжні цілі роботодавця. Лише деякі тролі виконують свої завдання, вважаючи, що таким чином борються з «фашистськими повстанцями»[22].

2.2 Застосування соціальних мереж і телебачення в окупації Криму.

Інформаційна кампанія Росії відіграла вирішальну роль у підготовці підґрунтя для операції в Криму та подальших дій на сході України. Вона має кілька особливостей: глибокий аналіз цільової аудиторії; домінування в інформаційному просторі за рахунок швидкого виробництва та ефективного розповсюдження великих обсягів інформації; блокування або порушення роботи ворожих інформаційних каналів; використання асиметричного підходу для заперечення впливу більш потужного інформаційного суб'єкта; ефективна багатоканальна доставка повідомлень; реалізація процесів прихованого управління в країні-об'єкті через соціальні, політичні, економічні та ментальні зміни, що досягаються шляхом маніпулювання; отримання привілеїв шляхом несподіваних нападів; розвиток інформаційних джерел до рівня, що дозволяє конкурувати з іншими країнами в інформаційному полі (наприклад, телеканал RT, колишня назва Russia Today); зловживання відсутністю чітких визначень та обмежень на міжнародну інформаційну діяльність у мирний час, на яку вони впливають. Однак, інформаційна кампанія не була б настільки успішною і не могла б дати таких швидких результатів, якби не добре підготовлені російські сили спеціальних операцій (так звані «ввічливі люди»), які діяли за стратегією зменшення кількості крові та кровопролиття і реалізація стратегічних комунікаційних цілей.

З моменту початку російської операції по анексії Криму, ця подія стала центральною та хітовою для всіх дослідників, як українських, так і іноземних. Дослідженню цієї теми присвячено багато уваги та часу, майже в усіх з них червоною ниткою проходила ідея, що РФ було ефективно реалізовано спеціальна інформаційна операція з використанням соціальних мереж, але нажалі точних фактів які б підтверджували цю думку не було.

Починаючи з 27 лютого 2014 року, усе що відбувалось на території Криму було великою несподіванкою для всіх, особливо те як «неопізнані» люди в зеленій формі зайняли адміністративні будівлі Криму і почали зі зброєю захоплювати Крим. Але в дослідженнях українських науковців стверджувалось, що це була спланована операція і дуже добре підготовлена, таку позицію підтримували і іноземні дослідники. До 2014 року якоїсь активної підготовки формування інформаційних інструментів та платформ для реалізації операції впливу не спостерігалось. Російське вторгнення в Крим у 2014 році було насамперед пропагандистським успіхом. Систематичне та постійне заперечення присутності російських військ («зелених чоловічків» без національних знаків розрізнення) призвело до того, що як НАТО, так і журналісти спочатку недооцінили військову окупацію півострова. Генерал-майор Гордон Девіс, тодішній заступник начальника штабу з операцій і розвідки у вищій штаб-квартирі НАТО, визнав, що він і його колеги не відразу зрозуміли розмір і масштаб переміщення російських військ через заперечення Росії. У цифровому інформаційному середовищі також (про)російські актори створювали мережу альтернативних уявлень, пропагандистських наративів і дезінформації.

Анексія Криму продемонструвала Європі та світу те, що було відомо давно, але рідко демонструвалося настільки яскраво останнім часом: сама інформація є ціллю та засобом ведення війни. Від Середньовіччя до наших днів на населення та солдатів противника впливали за допомогою психологічної війни, а отже й інформації. Однак підривна діяльність і розміри можливостей, які доступні для психологічної війни завдяки сучасним технологіям, є поворотним пунктом. Дедалі більш нечітка різниця між війною та миром також має особливо критичний вплив на це. Сучасним суспільствам іноді дуже важко розпізнати ворожу пропаганду як таку. У цифровому інформаційному середовищі постійно діють російські «тролі» та «боти». Актуальним прикладом є російська пропаганда в країнах Балтії, спрямована насамперед на російські меншини, які там проживають; там є потенціал загострити існуючу напругу в балтійських

суспільствах, розділивши їх між проросійськими групами та тими, хто бачить майбутнє в Європі.

Говорячи про події після 2014 року, то постійно спостерігаються спроби спецслужб Росії організації впливу через соціальні мережі в Інтернеті. Українські спецслужби, а саме СБУ постійно блокують акаунти, які створюються з метою деструктивного впливу, також спроби їх розвинути сепаратистські групи. Це відбувається постійно і систематично, постійно це присікається і з цим борються. Особливо активно таким займаються на території окупованих територій з метою підтримки градусу напруги необхідного російській владі. Всі ці інструменти були використані та гарно вивчені ще у 2011 році. Тоді під керівництвом Адміністрації Президента Росії Володіна звернули велику увагу на соціальні мережі і тоді почалось випробування технологій впливу на стан суспільної думки населення в Росії. Судячи по спаду активності протестного руху, який був в РФ, який зараз ми так і не спостерігаємо, Інтернет перестав бути там інструментом і місцем домінування опозиції. Там ситуація максимально рівноправна, адже в опозиції не має якогось ексклюзивного права працювати в соціальних мережах. Зараз влада там дуже добре з цим працює і ті технології які були випробувані в 2011 році в Росії, спробували використовувати на території України. Станом на осінь кількість кримчан, які користувалися соціальними мережами було 38% і цей тренд постійно ріс. Якщо казати про 2014 рік, серед основних джерел інформації яку отримували мешканці Криму, була мережа Вконтакті (див. Додаток 6). За рівнем інтернет проникності Крим займав друге місце після Києва. За рівнем соціальної активності, це створення груп і пабліків, реєстрація нових акаунтів він також був на другому місці. В цьому плані півострів був дуже передовий і динамічний регіон. Варто також підмітити, що анексія співпала з моментом кризи традиційним джерелам донесення інформації, такі як телебачення, радіо та ЗМІ, тому люди звиряли ту інформацію яку вони отримували з традиційних джерел, з інформацією яку вони отримували з соціальних мереж яким вони більше довіряли. А довіряли вони їм більше, тому що це близьке коло друзів і знайомих. За

опитуваннями 68% кримчан на перше місце за рівнем довіри ставили думку саме близьких і знайомих.

Особливістю Криму було глибоке розповсюдження Інтернету. Обсяг охоплення населення інтернетом сягав 50%, більший показник був лише в місті Київ. Жителі півострову постійно створювали там різні групи та спільноти для обговорення різних проблем, вони були локальними та діяли на регіональному рівні. Згідно з соціальним опитуванням компанії Research & Branding Group, в жовтні 2013 року, 42.8% кримчан хоча б раз в день заходили в соціальні мережі. 50% з них користувалися Однокласниками, 48.3% - Вконтакті, 21.1% - Facebook, і лише 19.8% не були зареєстровані там[23].

Напочатку Російської агресії в Криму, окрім Севастополя, ніде не спостерігалось антиукраїнських настроїв. Навпаки, опитування які проводились владою автономії показували протилежне. Там зростало, особливо серед молоді позитивне ставлення до НАТО та ЄС. Севастополь завжди ж був проросійським, це була його відмінність від решти Криму[24]. Розташування там Чорноморського флоту ВМС Росії, мало великий вплив там на мешканців цього міста. Саме тому всі зусилля в інформаційній війні були на правленні на Севастополь найменшу, саме він був готовий до вторгнення більше за всіх.

Починаючи з осені 2013 року, Кремль делегував військові повноваження цивільному підряднику. Російській владі потрібно було реагувати на усі дії Євромайдану, почалась спроба створення впливу на соціальні мережі за тими ж технологіями, які були відпрацьовані вже раніше. В цьому ж році було створено «Новинне агенство Харків»(НАХ), яке транслювало порядок денний Кремля в Україні. Ідейним творцем агенства був Євгеній Пригожин. Створенням сайту займалось Агенство інтернет-досліджень з Санкт-Петербурга, відоме як «Ольгінська фабрика тролів». Головним містом за ідеєю НАХ мав стати Харків, адже як вони вважали, Донецьк і Луганськ на цю роль не підходили. Варто зауважити, НАХ і досі працює і транслює думку Росії. В столиці Криму Сімферополі працювала філія даного агенства, там їх працівники навчали жителів працювати в соціальних мережах, створювати проросійські спільноти та

наповнювати їх. Головною мережею тоді були Однокласники. Через неї поширювали різні заклики до повалення законної влади та лозунги, що в Києві до влади прийшли фашисти, які хочуть заборонити російську мову в Криму. Туди залучали такі групи як «Антимайдан», «Политическая марешка», «Армия Новороссии» та інші. Використовувались навіть такі непопулярні сервіси як Twitter, через які створювали акаунти різних фейкових людей. В плані розгортання всезагальної антиукраїнської кампанії в соціальних мережах і на телебаченні, це зіграло важливу роль в налаштуваннях проросійських поглядів. Саме через активне використання цих ресурсів кримчанами та їх готовність до споживання такого контенту, вдалось підготувати підґрунтя для анексії Криму[25].

Варто також зауважити, що головну роль в зміні свідомості населення Криму, зіграли не тільки соціальні мережі, адже більшість груп були створені саме в 2014 році і вони ще не встигли набрати потрібну кількість учасників та набрати потрібні оберти. До цього дуже ефективним інструментом були російські телеканали, ще до 2014 року там розгорнулась активна антиукраїнська позиція та пропаганда. Україну показували в найгірших кольорах та прививали населенню позитивне ставлення до Росії[26]. Без такого інструменту в руках Кремля, такий вплив на людей соціальні мережі не мали б. Коріння антиукраїнської діяльності прорізалось ще на початку 2000-х років. Тоді на форумах вже лунали сепаратистські теми: «Чи потрібен Крим Україні», «А що, якщо Крим стане частиною Росії?», «Української держави не існує», «Україна притісняє російськомовне населення». Такі теми були гарячою дискусією на різних соціальних статусах.

Отже, українська держава мало зробила для того, аби втримати Крим в своїх руках! Не було ніякої державної політики інтеграції різних частин України. Проблема була у тому, що мешканці Криму майже не виїжджали на материкову частину, вони жили в «Інформаційній бульбашці» і довіряли російській пропаганді. Так тривало досить довго і тоді РФ використала свій головний інструмент – армію. Паралельно вона також використовувала різні методи

гібридної війни, які і вливали на свідомість людей. Саме тому ці події є унікальними, ніде більше їх не вдалось повторити, ні на Донбасі, ніде інде[27].

РОЗДІЛ 3. ВІДКРИТА ВІЙНА РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ ТА СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ

3.1 Заборона російських соціальних мереж в Україні.

У травні 2017 року президент України ввів у дію рішення Ради національної безпеки і оборони (РНБО) про введення економічних санкцій проти 468 російських компаній. Під заборону потрапила, зокрема, найбільша російська соціальна мережа «ВКонтакте» (VK). Минулого року українські аналітики НАТО StratCom проаналізували понад 300 тисяч українських профілів користувачів VK, щоб визначити результати та ефективність заборони. На тлі триразового скорочення кількості активних користувачів аналітики у своїй доповіді дійшли ще одного несподіваного висновку: решта користувачів VK стали більш взаємозв'язаними, радикалізованими та антиукраїнськими[28]. Справа важлива для розробки інших більш ефективних політик протидії російській пропаганді та дезінформації.

У Законі України «Про санкції» зазначено, що санкції введені з метою «захисту національної безпеки та територіальної цілісності України, протидії тероризму, запобігання порушенням прав, свобод та інтересів громадян, суспільства та держава Україна». До найбільших інтернет-компаній, які потрапили під заборону, входять російські соціальні мережі «ВКонтакте» (ВКонтакте) і «Однокласники», пошукова компанія «Яндекс» (включно з її сайтами в домені .ua) і поштовий сервіс Mail.ru. За даними SimilarWeb, в результаті заборони аудиторія VK в Україні скоротилася більш ніж на 60%[29].

Введення санкцій щодо російських соцмереж, мовників та порталів у 2017 році було правильним кроком і дало позитивний ефект. Один із головних наслідків заборони російських соцмереж в Україні - це злам стереотипів. Багато людей в Україні, які працювали на різних офісних посадах, роками звикли, що вони приходили та включали настільний комп'ютер та заходили до «Однокласників» або «В контакті».

Багато провідних українських експертів вважають, що рішення української влади було необхідним, адже це один із ефективних інструментів в інформаційній війні проти Кремля.

Крім того, раніше спецслужби РФ часто отримували в такий спосіб інформацію про місця розташування українських військових. Завдяки тому, що ці соцмережі заборонені, ми побачили, що інформація у ФСБ доходить значно важче і менше.

Блокування російських соціальних мереж було потрібне. Це було зроблено для того, щоб запобігти заподіяння шкоди компаніями «Mail.ru Group», якими володіє друг Путіна Алішер Усманов та "Яндекса" - вважають експерти «Інституту постінформаційного суспільства».

Експерти вважають, що відкриття цих сайтів для громадян України було б небезпечним, оскільки російські спецслужби матимуть змогу легко стежити за українцями за допомогою їхніх публікацій, публікацій членів родини. Ще однією небезпекою є поширення необхідних РФ наративів навіть через пісні відомих музикантів. Це не дуже складно, адже такі операції російські спецслужби проводять на пострадянських територіях. На жаль, ми також є місцем, на яке вони хочуть впливати.

До заборони «ВК» і «Однокласники» були найпопулярнішими соцмережами в Україні з охопленням 67% і 29% відповідно. Хоча заборона все ще діє, деякі українці все ще використовують їх за допомогою VPN. Тоді виникає питання: чи ефективно це? Навіть більше, чи актуально це?

Після указу президента Порошенка деякі західні ЗМІ та громадські організації «додали» Україну до списку країн, які обмежують доступ до Інтернету. Деякі порівнювали Україну з Китаєм, Росією, Північною Кореєю та іншими.

Випадок з Україною інший: країні потрібно відповісти на справжній виклик російської інформаційної війни. Ця війна виявилася надзвичайно ефективною для підкорення сердець і розумів людей на пострадянському просторі та допоміжним інструментом військової та політичної експансії Росії.

Будь-які обмеження мають бути відповідно до закону, тому «указ Президента є питанням національної безпеки: Конституція України гарантує свободу слова, але також пояснює, що ця свобода може бути обмежена, якщо існує загроза національній безпеці. Закон чітко окреслює ці загрози».

Після санкцій українські резиденти ВК і ОК перейшли на Facebook. Це зробило Facebook найпопулярнішою соцмережею в Україні.

Зараз Facebook стикається з великою кількістю критики в усьому світі за нездатність регулювати себе та захистити користувачів; але в порівнянні з ним багато чого Вконтакте виглядає гірше. Давайте подивимося на обидві мережі. Основними маркерами порівняння є управління контентом, безпека та захист даних, відносини з урядами та бізнесом. Це порівняння здійснюється з огляду на український контекст.

Усім відомо, що ВК проросійська соціальна мережа, оскільки там відсутня українська думка. Згідно з аналізом, проведеним UkraineWorld та Internews Україна, Вконтакте є розсадником мови ворожнечі, проросійських та антиурядових (сепаратистських) повідомлень. Проукраїнський контент часто блокується модераторами, зазвичай без пояснення причин. Після Революції Гідності дві найбільш проукраїнські спільноти ВК «Правий сектор» і «Євромайдан» були заблоковані на вимогу Федерального медіаконтролю. Цей випадок не є винятком. Після того, як громадськість висловила свої почуття, спільноти знову розблокували.

З точки зору Facebook, українці можуть говорити самі в спільноті, яка не є споконвічно проросійською. ВК наповнений антиукраїнськими флюїдами, тому українським користувачам довелося докласти величезних зусиль, щоб їхній голос був почутий у цій спільноті.

Правила та процедура ВК розпливчасті, а це означає, що є простір для маніпуляцій. Федеральний медіанагляд також опікується російським контентом. Після суїцидальної гри у ВК для підлітків модератори розробили алгоритм, який може видаляти відповідний контент. Водночас є випадки, коли у ВК видаляли антипутінські повідомлення. Найвідоміша – про надгробку із зображенням

Путіна. Коли користувачі помітили, що модератори постійно видаляють картинку. У ВК пояснили, що фото фейкове і його необхідно видалити. Правда в тому, що картина реальна: активісти поставили цей надгробок як акт свого протистояння Путіну. Можна припустити, що у ВК є алгоритм, здатний виявляти контент, пов'язаний з Путіним. У ВК є явні ознаки управління контентом, що суперечить думці Кремля, що порушує свободу слова та вираження поглядів.

Соціальні мережі стали головним майданчиком для впливу на громадську думку. Фейсбук не є винятком: фейкові облікові записи, боти та мова ненависті є тут. На відміну від VK, Facebook більш відкритий для громадськості; правила та процедури є прозорими та доступними. Це логічно: Facebook спочатку був популярний серед західних спільнот, де поважають права споживачів та інтелектуальну власність. Павло Белоусов, експерт Школи цифрової безпеки UkraineWorld, пояснює: “Facebook не потребує піратського чи порнотрафіку. Навпаки, VK нарощував свою аудиторію, надаючи доступ до піратської музики та відео. Група Mail.ru не зацікавлена в західних ринках, тому їй байдуже до інтелектуальної власності”.

Ще одним аргументом на користь підходу Facebook є те, що він покращується. Facebook засвоїв урок після кількох кіберзломів і справи Cambridge Analytica. Facebook покращується, тоді як підхід до VK залишається в основному тим самим. Facebook запустив купу ініціатив: перевірка місцезнаходження для спільнот, алгоритми виявлення та видалення ботів, кімната для перевірки фактів та багато іншого. Дослідження 2018 року показало, що протягом 2016-2018 років роль Facebook у поширенні дезінформації була зменшена. Facebook регулярно змінює алгоритм розповсюдження контенту, а VK – ні. Це запобігає маніпуляціям, оскільки творцям контенту потрібен час, щоб зрозуміти нову модель і лише потім адаптувати контент.

Дослідження Oxford Internet Institute підкреслюють: VK є найпростішою та найдешевшою платформою для розгортання ботів через відсутність суворих заходів безпеки. У той же час Facebook виявився найефективнішим у захисті даних користувачів, що робить його найскладнішою та найдорожчою

платформою для розгортання ботів. ВКонтакте регулярно видаляє неактивні акаунти, а Facebook виявляє ботів і навіть тролів для видалення.

Персональні дані збираються обома платформами соціальних мереж. Різниця полягає в доступі до зібраних даних. Facebook ніколи не розміщує свої сервери в «ненадійних» країнах, таких як Росія. Незважаючи на те, що російське законодавство змушує компанії це робити. VK надає обмежений набір інструментів для управління безпекою, який не має значення, оскільки російські служби безпеки все ще мають доступ до приватних файлів. Facebook, з іншого боку, дає користувачеві можливість встановити всі налаштування конфіденційності.

Оскільки обидві платформи соціальних медіа збирають персональні дані, виникає запитання: для чого? Незважаючи на загальний факт фактичного збору даних, мотивація різна. Facebook зіткнувся з великою кількістю критики, особливо після вибухового епізоду з Cambridge Analytica. Тут очевидно, що Facebook — це корпорація, яка зацікавлена в тому, щоб заробляти гроші. Є підтверджені записи про зв'язки з Amazon, Google та іншими. Facebook ділився лише тими даними, які користувачі так чи інакше схвалили, свідомо чи гаряче.

Заборона була ефективною в деяких аспектах, зокрема щодо зменшення кількості активних користувачів. Це добре видно по кількості постів на день. До заборони загальна кількість сягала 101 000 постів на день. Після заборони середня кількість постів зменшилася в середньому до 38 тис. З квітня 2018 року трафік знову знизився на 10 тис. і стабілізувався на цьому рівні. Таким чином, період дослідження (між 1 травня 2016 року та 14 червня 2018 року) було поділено на три інтервали: до заборони, перший «відтік користувачів» і другий «відтік користувачів» (див. Додаток 2).

Перший відтік користувачів можна пояснити неприйняттям ВК з боку законослухняних громадян, а решта – нездатністю користуватися віртуальними приватними мережами [VPN]. Друга хвиля могла бути викликана тими, хто залишився усвідомлювати, що втратив свою аудиторію, що зробило діяльність у ВК менш цікавою для них.

Відплив користувачів не обов'язково означає, що користувачі видалили свої облікові записи, але перестали публікувати що-небудь у мережі. Обидві хвилі відходу користувачів з VK супроводжувалися піками активності в інших соцмережах. У середині травня 2017 року спостерігався значний сплеск використання пошукових запитів у Facebook, а також два сплески використання пошукових запитів у Telegram у травні 2017 року та квітні 2018 року (див. Додаток 3).

Середній вік користувачів (зазначений у їхніх профілях) на окупованих територіях не змінився, тоді як середній вік користувачів не окупованих територій знизився в середньому на 1,7 року. Можливо, це сталося через те, що молоді люди використовують мобільні телефони для перегляду веб-сторінок і доступу до соціальних мереж, а також того, що літні люди можуть бути менш знайомі з VPN, що може допомогти їм обійти заборону.

У вересні 2021 року міністр цифрової трансформації Михайло Федоров провів зустріч із представниками Google у Кремнієвій долині, попросивши їх відкрити офіс в Україні, оскільки, на його думку, під час військової агресії необхідно, щоб YouTube проводив модерацію контенту локально, а не в Росії.

3.2 Альтернативні інструменти інформаційної війни.

Підготовка Росії до вторгнення в Україну ґрунтувалася на такому шаблоні:

- Делегітимізація: «Україна не є справжньою країною», хоча вона є членом-засновником ООН і була визнана Росією після розпаду Радянського Союзу.
- Демонізація: «Україна повна нацистів» – хоча консолідована ультраправа частина голосів на останніх українських виборах змогла отримати лише 2,25% голосів і не змогла отримати навіть одне місце в українському парламенті. Не кажучи вже про те, що президент Зеленський – єврей.
- Літання скарг: Росію пограбували (шляхом передачі історичних російських земель Україні під очолюваним Росією Радянським Союзом), зрадили через розширення НАТО (хоча Україна не є членом НАТО); і під загрозою масового знищення («Не буде перебільшенням сказати, що шлях примусової асиміляції [російськомовних в Україні], формування етнічно чистої української держави,

агресивної щодо Росії, за своїми наслідками можна порівняти з використанням зброї масового знищення проти нас» (Путін, 2021) – неважливо, що 144-мільйонному населенню Росії українізація не загрожує і що багато українців розмовляють російською, але ідентифікують себе здебільшого як українці.

- Причина війни: вторгнення було необхідне, щоб зупинити геноцид на Донбасі – який, звичайно, вже був окупований російськими військами!

Росія значно більша за Україну. У 2021 році населення Росії в 144 мільйони було приблизно в 4 рази більшим, ніж населення України в 44 мільйони; її ВВП у 1,65 трильйона доларів США (2021) був у 9 разів більшим, ніж 181 мільярд доларів США (МВФ, 2021). Оборонний бюджет Росії в 45,8 мільярда доларів США в 11 разів перевищує 4,2 мільярда доларів США. Росія є ядерною державою, наповненою “тактичною” ядерною зброєю, яка гарантує її територіальну безпеку від військового нападу; Україна відмовилася від ядерної зброї в обмін на гарантії своєї територіальної цілісності з боку, зокрема, Росії. Не дивно, що війна ведеться на території України з вторгненням російських військ. Інакше й бути не могло.

Інтернет є невід’ємною складовою сучасного життя. Все більше людей стає користувачами соціальних мереж. За даними Statista inc. (це одна з найвпливовіших та найбільш точна статистична компанія) соціальними мережами у 2017 році користувалось близько двох мільярдів людей, одним з найпопулярніших є Facebook з аудиторією 1.59 мільярдів активних користувачів. Також понад мільярд людей користується щоденно месенджерами, до них відносяться Viber, WhatsApp, Line, Telegram та інші. Саме месенджери вийшли на новий рівень спілкування між людьми, вони стали популярними протягом останніх п’яти років і можливості які дають вони постійно розширюються.

У 2019 році найактивнішою темою обговорень був «коронавірус». Саме цю тему і підхопили російські спецслужби і почали активно на ній спекулювати в інформаційному просторі. Тоді з фейковими новинами про вакцинацію зіштовхувались 68% українців. Під таким впливом 48% говорили, що побічні дії від вакцинації, значно небезпечніші аніж сама вакцинація. Такі дані надало опитування USAID-Internews. Тому можемо зробити висновок, що соцмережі

безпосередньо вплинули на думку людей щодо вакцинації і це я спробую довести у цьому розділі.

Більшість інформації, яку черпали українці про коронавірус була саме з соціальних мереж та месенджерів, і звичайно що основна їх маса була фейковою. Проводячи аналогію з ціленаправленою дезінформацією з боку Росії та дезінформацією про коронавірус, російська пропаганда має більш окреслені риси та межі, вона сконцентрована в якихось чітких платформах та спільнотах.

Дезінформація про коронавірус була скрізь, найбільше в Facebook та таких популярних месенджерах як Telegram і Facebook.

В різних опитуваннях проведених на тему соціальних мереж, результати показали що більшість людей черпає інформацію та новини саме з них, при цьому не перевіряючи її достовірність. Основним показником того, що інформація є фейком є емоція. Саме емоційність і є тією силою, яка так вдало впливає на сприйняття людей. Використовують навіть такі методи, коли беруть достовірну інформацію і поєднують у неправдивий спосіб. Головним «клеєм» тут є саме емоція. Іншим методом впливу є незнання людей як влаштований цей світ та незнання елементарних речей. Тут як приклад є дезінформація РФ про те що Україна «це країна яка не здійснилась». Головна думка тут в тому, що український народ не має ніякого впливу на владу, а керівництво країни це хунта, яка узурпувала владу шляхом революції. Останнім часом спостерігається тенденція, що маніпуляція витісняє фейки. Наприклад дуже часто під власними думками у соціальних мережах, ховаються маніпуляції і вони стають більш розлогі та розмиті.

Останні роки показують, що Telegram стає все популярнішим і він витісняє Facebook як джерело інформації і спілкування. Все більше молодих людей переходить з однієї мережі в іншу. Головною причиною цього є те що за останні десять років Facebook майже не змінився, а покоління яке на ньому виросло вже інше. Тому він не задовольняє головні потреби того покоління, яке ним користується. Зараз Telegram позиціонує себе як месенджер, головне завдання його це створення безпечних умов для спілкування. Проте це не так, він має дуже

багато складових, які вже роблять з нього соціальну мережу. Головною особливістю там є канали, які абсолютно не схожі на ті канали до яких ми звикли в FaceBook, Twitter та Instagram. Телеграм працює по іншому, він задовольняє потреби людей саме короткими тезами та максимальною швидкістю подачі. Особливість – це швидкість, оперативність, конкретність та доступність будь де. Ось тому він так приваблює людей.

Український телеграм працює через так звані сітки, це канали які висвітлюють актуальні політичні та соціальні теми і «перепощують» інформацію один одного. Туди входить дуже багато однотипних каналів, які пов'язані між собою, тим самим вони створюють велику павутину, з якої дуже важко випутатись. Другою особливістю телеграм каналів які тези, короткі, прості та чітко сформовані. Це є його головним способом подачі інформації, ми не завжди маємо час читати великі та розлогі тексти, а от такі тези допомагають нам швидко увібрати максимум інформації за найкоротший термін. Тоді наш мозок просто вимикає когнітивне упередження, створюються рамки які і формують наше враження про новину, і коли ми виходимо за ці рамки, наш мозок вже це не сприймає. Це простий проте дуже ефективний прийом впливу, який побудований на людській біології.

Відмінною рисою телеграм каналів є анонімність та відкритість. Їх можуть вести від імені якогось відомого політичного або ж іншого діяча. Так само їх створюють анонімно, їх походження ніхто і ніколи не знає і встановити їх головне завдання не завжди стає просто. Ці фактори створюють ілюзію свободи в телеграмі, адже кожен може там робити що захоче. Писати коментарі під постами, ставили лайки і переглядати той контент і інформацію яку захоче. Але якщо згадати про фактор емоційності то фактор псевдосвободи ламається. Постає питання хто перед нами по той бік занавісу, хто створює нам цю інформацію, хто веде ці канали і яка їх мета? Чи можемо ми довіряти їй та формувати таким чином свою свідомість?

Зараз телеграм канали є головним джерелом фейків та дезінформації. Той факт що політика телеграму є досить розмитою і він не видаляє шкідливий

контент, то користувачі цієї нової соціальної мережі є повністю незахищені. Оскільки основною аудиторією телеграму є російськомовне суспільство, то сили які сюди зосереджує РФ дуже великі. Вона постійно просуває там своє наративи та тези, зазвичай вони є антизахідні та проросійські. Російська дезінформація насправді зовсім не є креативною, вона дуже таки шаблонна, адже поширюється у всіх соціальних мережах під однією і тою ж ідеєю, але з різною подачею. А саме такою, яка є можливою в кожній з соціальних мереж. Вона постійно повторювана та примітивна і меседжі які вони надсилають скрізь однакові.

Ще однією відмінністю телеграму є те, що інформація яка там поширюється взагалі ні ким не контролюється та немає ніяких обмежень. Як було вже сказано вище, політика там зовсім розмита, скарги які надходять від користувачів, майже ніколи не перевіряються і не отримують відповіді. Прикладом є антиукраїнський діяч Шарій, у своїх промовах в YouTube він грубо та з проросійським наративом говорить про ситуацію в Україні, при цьому інформація і так є дуже токсична. Там він обмежений політикою соціальної мережі і факторами стримування, але порівнюючи з телеграмом, то там його риторика доведена до можливого максимуму. І там це можливо, коли інші соціальні мережі відповідають на таке і можуть як мінімум блокувати такі меседжі. В телеграмі також присутній чутливий контент, який би в інших соціальних мережах відразу або позначали, або видаляли. Там багато каналів які містять дуже багато насильства, вбивств, гвалтування та жорсткого контенту. Хоч можливість скарг на таке там і є, але протилежних дій та реакції ніколи немає.

Ці всі фактори і роблять телеграм сприятливим для поширення дезінформації і фейків, та ж анонімність яка допомагає бути непоміченим та невідомим персонажем в театрі брехні. Створити профіль або канал там можна лише за допомогою мобільного телефону, що робить його максимально комфортні умови для акторів в такому театрі. Тут мінімум інформації про того хто створює той чи інший канал, або про того хто пише там коментарі. Сам телеграм не просить надати цю інформацію. Багато які з каналів мають сотні тисяч користувачів або підписників, але перевірити чи живі ці люди не можливо. Саме

там використовують такі методи збільшення підписників як «накручування». Робиться це для того аби збільшити довіру до джерела, адже вели кількість підписників в тому чи іншому каналі, можуть вказувати на його впливовість або точність. Насправді це зовсім не так, але наша психіка діє по іншому і довіра до таких каналів як показали опитування значно більша.

Порівнюючи проросійську риторичку регіонально, то тут точно помітна різниця між сходом та заходом України. Вся вона спрямована більше на Схід та Південь України. Це пояснюється тим що ці регіони межують саме з РФ і тренди які актуальні в Росії, актуальні і там. Цей регіон ближче ментально до нашого ворога, адже довгий час був під його впливом. Саме тому там постійно фіксується російська дезінформація та фейки, ведуться політичні та соціальні дискусії з вигідним Росії контекстом. Основою таких суперечок та пропаганди часто є історія, постійне її викривлення, перефразування та банальне незнання робить її гарним першоджерелом на яке посилаються такі “диверсанти”. Люди які постійно працюють над тим аби створювати тези для таких психологічних операцій, добре орієнтуються у внутрішніх і зовнішніх проблемах України. Вони легко спекулюють на них, підливаючи їх в інформаційний простір. Примітним є те що такі теми вкидаються систематично, тобто про них не забувають і використовують в той момент коли вони актуальні.

В інформаційному просторі слід розрізняти такі два поняття як історична пропаганда та дезінформація. Головна мета першої це банальна підміна понять, коли якесь твердження з історії, перекручують та подають з вигідної сторони для однієї з країн. До них можна віднести такий наратив, як те що Крим завжди був російським. Це питання дослідили багато вчених, і всі чудово розуміють чий Крим є насправді і що це звичайна анексія території іншої країни. Говорячи про дезінформацію, тут мета в іншому, вона носить більше деструктивний характер, вона змушує людей сприймати інформацію не так як вона є насправді. Це важкий прийом, яким вміло користуються спецслужби Росії. Тим самим вони ламають віри в те що для них важливо, кардинально переkreплюють події та їх наслідки. До 24 лютого в соціальних мережах і особливо у телеграм ширилась інформація про

підготовку Росії до повномасштабного нападу на Україну. Як показав час усе це збулось, але для чого тоді ворогу казати про свої плани напередодні самої війни? Якщо згадувати про всі новини які ширились в соціальних медіа та ЗМІ, то новина про повномасштабне вторгнення не була новою. Російські спесслужби та проросійські канали і блогери періодично про це писали. Ще з 2017 року в інформаційному полі з'являлись такі меседжі. Їх метою було дестабілізувати українське суспільство, посіяти відчуття страху та переживань, творити тиск на владу. Цей активний захід поширювався скрізь і це була частина тієї самої війни, тільки в гібридній формі. Чи вдалось це в Росії? І так, і ні. До подій 24 лютого суспільство було в пригніченому стані, це впливало безпосередньо і на економіку. Картинка того що Росія готується до війни, дестабілізувала українське суспільство. Ми жили наче на пороховій діжці. І дійсно почали вірити в це. В східних і південних регіонах почали готувати морально людей до вторгнення, так як і в 2014 році створювались псевдо республіки і знаходились колаборанти. Безпосередню взаємодію з ними здійснювали через соціальні мережі і месенджери, варто сказати що цей прийом виявився ефективним.

3.3 Роль Телеграму як джерела інформації у війні проти України.

Важко уявити, як би розвивалася війна Росії в Україні без Telegram. Додаток для обміну повідомленнями, який минулого року досяг мільярда завантажень, перетворився на цифровий простір конфлікту. Це інструмент для обох урядів і центр інформації для громадян з обох сторін. Українські урядовці, включно з президентом Володимиром Зеленським, покладаються на додаток для всього: від згуртування глобальної підтримки до розповсюдження попереджень про повітряні нальоти та карт місцевих бомбосховищ. Те ж саме робить і російський уряд, і російські опозиційні канали, які зараз виявляються відрізними від більшості основних соціальних медіа. Детективи-аматори та високопоставлені військові цілодобово прочісують українські канали в пошуках свіжих подробиць про останні удари чи військові події.

Війни в соціальних мережах відбувалися і раніше, але рідко коли вони були так добре задокументовані, як вторгнення Росії в Україну. А Telegram став

провідною соціальною медіа-платформою, що пропонує світові нефільтрований погляд на війну. Додаток допоміг більш ніж трьом мільйонам українських біженців покинути країну, з'єднавши їх з безпечними маршрутами та допомогою. Мільйони українців за кордоном використовують його для пошуку новин з дому, скануючи нескінченний потік фото та відео у пошуках визначних пам'яток чи знайомих облич. Це ж стосується і членів сімей російських військовослужбовців.

Сила і небезпека Telegram - це продукт відсутності контролю. Заснований у 2013 році російськими братами у вигнанні Миколою і Павлом Дуровими, додаток для обміну повідомленнями швидко здобув репутацію притулку для екстремістів, таких як «Ісламська держава». У той час як соціальні медіа-платформи, такі як Facebook, Twitter і YouTube, ретельно відстежували контент джихадистських і екстремістських груп, на той час невідома служба обміну повідомленнями пропонувала швидкість, безпеку і конфіденційність і була неконтрольованою. Telegram використовувався маргінальними групами, конспірологами та білими націоналістами, такими як Covid-19 та QAnon, але він також використовувався організаторами Black Lives Matter, продемократичними групами від Південної Кореї до Куби та Ірану, а також російською опозицією. (Telegram не відповів на запити про коментарі).

Це зробило Telegram центром пропагандистської війни, дозволяючи поширювати історії українського опору та героїзму поряд з російською дезінформацією. Зараз, на тлі все більш жорстоких нападів на українських цивільних осіб та відчайдушної боротьби з «дезінформацією» в Росії, обидві сторони змагаються за домінування в «телеграм-війні».

«Телеграм дійсно став головним полем битви в інформаційній війні», - каже доктор Ян Гарнер, історик та перекладач російської пропаганди воєнного часу. І що цікаво, цю інформаційну війну доручено вести приватній компанії.

Команді «Зе» не звикати до Telegram. Його радники були найбільшими винуватцями під час президентської кампанії 2019 року. Вони використовували додаток для набору та організації волонтерів і часто публікували ексклюзивні новини. Коли влада раптово опинилася на чолі цифрових зусиль у воєнний час,

вона змогла покластися на свою успадковану інфраструктуру для координації оновлення новин, збору коштів і вербування кібер-волонтерів та іноземних бійців.

Український уряд перепрофілював офіційний Telegram-канал COVID-19, який протягом останніх двох років використовувався для обміну новинами про пандемію, для надання оперативної інформації про боротьбу з нею в режимі 24/7. Проект, перейменований на UkraineNow, наразі має понад три мільйони підписників на українських, російських та англійських каналах. Команда Федорова також використовувала програму для набору «ІТ-армії» з 300 000 добровольців з кібербезпеки, розповів він в інтерв'ю TIME.

Зеленський часто використовує його, щоб ділитися особистими, повсякденними відео зі смартфона з рештою світу. Станом на 23 лютого його канал налічував 65 000 підписників і за три тижні стрімко зріс. Міжнародна аудиторія, що налічує понад 1,5 млн. осіб, підписана на його оновлення.

Але українська влада також знайшла низку нових практичних застосувань цієї програми. Більшість великих і малих міст, а також місцеві органи влади мають власні канали. Влада обмінюється попередженнями про повітряні нальоти, картами укриттів, порадами з безпеки та підказками щодо виявлення підозрюваних російських диверсантів.

Це не лише спосіб отримання інформації українською владою, але й спосіб інформування цивільного населення. Деталі про пересування російських військ та бронетехніки громадяни можуть повідомляти через Telegram-ботів, які передають інформацію українським національним та регіональним органам влади. 8 березня Служба безпеки України заявила, що ця інформація дозволила їм успішно атакувати російську техніку під Києвом. «Ваші повідомлення про діяльність ворога через офіційний чат-бот ... щодня приносять нову здобич», - написали у відомстві в твіттері.

Українці також використовували Telegram, щоб зламати російську пропагандистську машину, попереджаючи людей про фейкові історії, такі як капітуляція українських сил або втеча Зеленського з Києва. Центр протидії

дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України закликає пересічних громадян «стати на інформаційний фронт»!

Про це він написав у Telegram 27 лютого: «Поки наші захисники відбивають наступ окупантів, російські інформаційні терористи транлюють образ альтернативної реальності». "Сьогодні українці повинні об'єднатися. Зв'яжіться зі своїми родичами, знайомими та друзями в Росії та надішліть їм посилання на телеграм-канал.

Не менш важливою була заява і для росіян. Хоча Telegram вже давно користується популярністю в Росії, втручання в роботу ЗМІ та подальші репресії привернули до сервісу мільйони спраглих новин користувачів. Аналіз 187 російськомовних новинних каналів, наданий TIME британською технологічною компанією Logically, яка бореться з дезінформацією, показує, що кількість передплатників зростає на 48 відсотків з 24 лютого, досягнувши 8 мільйонів.

Важко сказати, скільки росіян шукають незалежні новини про війну в Telegram, а скільки слідкують за проросійською пропагандою, оскільки додаток з'явився після заборони Facebook і Twitter. Цей додаток використовується багатьма російськими опозиційними групами і зіграв важливу роль в організації протестів проти союзника Путіна Олександра Лукашенка в Білорусі в 2020 році, але російський уряд навряд чи знову його заборонить (це вже намагалися зробити раніше і зазнали невдачі).

«Російському уряду потрібен Telegram», - сказав Гарнер. «Новинні сайти зламані, вони весь час падають і вибухають... тому я кажу людям, щоб вони використовували їх для отримання новин і слідкували за ними в Telegram».

Під час війни в Україні проросійські акаунти діяли за знайомою схемою - наповнювали Telegram дезінформацією та ботами. Останнім часом в арсеналі прокремлівських каналів з'явилися фейки під виглядом «військових кореспондентів». Під виглядом служби фактчекінгу щодо конфлікту в Україні російський канал під назвою «Война с фейками» поширює дезінформацію та пропаганду на зростаючу аудиторію, яка налічує понад 630 000 глядачів. Джордан Уайлдон, старший аналітик компанії Logally, зазначив, що в той час як Telegram

забороняє користувачам з ЄС використовувати офіційні акаунти російських ЗМІ, щоб відповідати новим обмеженням, росіяни використовують «дзеркальні» канали, які важче відстежити.

Водночас, Telegram є каналом, через який до Росії надходять реальні деталі, що суперечать жорстко контрольованому Кремлем наративу. «Ці історії, які не надходять з жодного державного джерела ЗМІ, мають тенденцію досягати більш традиційної аудиторії», - каже Гарнер. "Це означає, що вони мають авторизуватися через Telegram".

Серед багатьох позитивних аспектів Телеграму, має він і багато негативних факторів, до них можна віднести мережу Telegram-каналів, які видають себе за українські, але підконтрольні російським спецслужбам, зокрема «Легитимный», «Резидент», «Женщина с косой», «Ольга Шарий», «Анатолий Шарий», вкотре виявили своє кремлівське коріння, коли повідомляли про атаки путінських терористів на українську інфраструктуру 10 жовтня.

Ці російські канали використовують відомий пропагандистський прийом «60 на 40», коли одні новини є візуально проукраїнськими, а інші - сповнені дезінформації. Поза цими каналами оркестранти виступають як «дуже обізнані люди, які мають джерела скрізь, знають останні плітки і пояснюють все, що відбувається». Вони також претендують на «незалежний» від влади світогляд, що приваблює багатьох людей, які поділяють цю позицію. Вони позиціонують себе як нонконформісти та прихильники "альтернативного погляду". Ці канали встигли завоювати популярність серед українських політиків ще кілька років тому, поки їх поступово не викрили за вказівкою Росії.

На початку 2021 року СБУ викрила деякі з цих каналів та встановила, що вони підпорядковані російським військовим, а саме Генеральному штабу РФ (колишня військова розвідка ГРУ). Кадрова мережа створена Центром 85, який входить до складу агентства. За даними правоохоронців, до мережі входили такі Telegram-канали, як «Легитимный», «Резидент», «Картель», «Сплетница» та «Черный квартал». Він також включав низку регіональних каналів, створених для місцевої аудиторії в таких містах, як Харків, Дніпро, Запоріжжя, Херсон та Одеса,

які Кремль нібито вважав частиною «Новоросії». Центр знаходився в Тирасполі, в самому центрі невідомої «Молдавської Придністровської Республіки», а мережею керували активісти «Російської весни» з Харкова та Одеси. Таким чином, російська доктрина гібридної війни була застосована і до українських смартфонів.

Як показує психологічний супровід «удару відплати», ми бачимо, як російська пропаганда прикривала теракт 10 жовтня 2022 року і яких цілей намагалися досягти російські спецслужби.

Аналіз визначає чотири основні цілі:

1. Зняти з Росії відповідальність і переконати українців, що Москва не винна.
2. Дискредитувати українську владу, припускаючи зловмисні наміри або слабкі місця, такі як пошкоджена система протиповітряної оборони.
3. Сіяти паніку, страх і розчарування серед українців.
4. Проведення волонтерських заходів та фандрейзингових кампаній

Розглянемо більш детально, як це реалізується.

З метою інформаційної підтримки у Telegram-каналах, які видають себе за українські, поширюється меседж про те, що Росія діє виключно у відповідь на «терористичні атаки», зокрема знищення Кримського мосту. Дійсно, зрозуміло, що спланувати атаку такого масштабу за два дні після руйнування мосту було практично неможливо. Телеканал «Легітимний» припускає, що цю атаку проти них організувала українська влада: «Наше джерело в офісі президента сказав, що він очікує більш руйнівних атак з боку Кремля у відповідь на руйнування відомством Кримського мосту для отримання більшої кількості ППО з Заходу». Інший наратив, відповідно до сентенції Оруелла про те, що «війна - це мир», стверджував, що цими атаками Путін закликав Україну до мирних переговорів.

Цікаво також, як російські фахівці-психопати намагалися вплинути на сприйняття українців до того, як стався теракт. Вони намагалися перекласти відповідальність з Росії на провокаторів або, можливо, на Захід.

О 23:00 9 жовтня «Легітимний» написав наступне: «Є ризик, що Зеленський буде змушений втрутитися і буде керована провокація/трагедія з сотнями жертв у прямому ефірі тощо. Ось кілька залпів «Градів», які спричинять катастрофу і масову загибель людей, бо завжди винна Росія. Це можуть бути ті самі «невідомі снайпери», які були на Майдані і розпалювали ворожнечу та бійню між протестувальниками та владою. Тільки тепер у них замість гвинтівок - ракети, і тепер таких іноземних угруповань в Україні сотні, які підпорядковуються «великим людям нагорі», яким зовсім не до України і українців. За розрахунками, деякі українці, схильні до конспірологічних теорій на кшталт того, що путінська Росія – «нормальна країна, яку атакує Захід», можуть почати вірити в те, що за вибухами і вбивствами може стояти хтось інший, не росіяни.

Промосковські телеграм-канали одразу ж кинулися критикувати систему ППО, намагаючись перекласти негативні моменти на саму Україну. Легітимний: «Цього разу у Вінницькій області Ладизинська електростанція була атакована за допомогою БПЛА-камікадзе "»ерань-2». Як системи ППО дозволили цьому БПЛА долетіти вглиб країни - велике питання. Цікаво, що повідомлення про «збої» української системи ППО стало одним з головних сюжетів, які транслювала на російському телебаченні пропагандистка Скабєєва.

Канал «Женщина Косой»: Багато хто відзначав, що стан Ладизинського заводу досить плачевний, ворота також не змінювалися останні 30 років. Можливо, Путін вирішив продовжити українську дееволюцію? Ми бачимо, як маніпулятори переконують читача, що ми самі винні в тому, що нас вбили, бо все пішло не так, як ми хотіли.

Як приклад недобросовісності влади пропаганда наводила заборону поширювати інформацію про точні місця проведення ударів. Вони стверджували, що це робиться для того, щоб приховати справжні масштаби знищення людей. Люди страждають, а українська влада з бункера розповідає нам, що все добре. Яка ганьба! Канал зв'язку встановлено: «Росіяни спеціально зробили це вдень, щоб українці побачили наслідки обстрілів. Тому що в 90% випадків президентська

адміністрація замовчувала наслідки атак, дезінформуючи громадськість про те, що всі ракети і БПЛА були запущені. Тримайте маси в ілюзії».

Путінська пропаганда, маскуючись під таємних благодійників, борців за щастя українських трудящих, з радістю поширювала новини про паніку серед українців, черги на заправках, новини про фейковий напад з боку РФ та від'їзд посольств. Об 11 годині ранку 10 жовтня телеканал «Женщина с косой» написав наступне: В кулуарах ходять чутки, що влада опрацьовує варіант, щоб оголосити про евакуацію Києва не пізніше, а вже найближчими днями. Багато хто вже говорить про наступ Збройних Сил Російської Федерації. Посольства вже отримали усні вказівки залишити Київ, чекаємо, хто зробить перший крок. Проблема в тому, що українська ППО не може відбити навіть 5% масованої ракетної атаки. Зараз вона перевантажена. Як ми тепер знаємо, армія збила в той день 50% російських ракет, а не 5%.

Позитивна новина про готовність Заходом надати Україні нові системи протиповітряної оборони для протидії російським терористичним атакам була подана як чергова невдача. «Якщо хтось думає, що Україна зараз отримає достатню кількість систем протиповітряної оборони, то він глибоко помиляється. Вони дадуть достатньо, щоб Україна не здалася і продовжувала «боротися» з Російською Федерацією ціною власного знищення, смерть і хаос».

Експерти давно відзначають, що росіяни періодично створюють конфліктні ситуації для посилення напруженості і хаосу в суспільстві. Іншим прикладом є відео, поширене каналом «Женщина с косой», на якому видно, як лише кілька жінок агресивно намагаються увійти до шкільного притулку та сперечаються з вчителями, які пояснюють, що вони не можуть дозволити іноземцям перебувати з дітьми. Як вони коментують це відео? «Іноді здається, що люди швидше вб'ють один одного, аніж їх вб'ють перед ракети. Вражає також те, що деякі притулки тепер призначені лише для "»браних груп»... У такі часи люди повинні допомагати один одному, а тут вони змушені підставляти себе під кулі. тому що хтось хвилюється. В країні повний безлад, а влада знімає відео, ніби все добре...» Це

явно низькопробна маніпуляція, покликана перенести негатив від російських терористів на самих українців.

Ще одним меседжем, оприлюдненим під час атаки, було звинувачення України та НАТО у плануванні вторгнення до Білорусі та примушення останньої до введення нових російських військ на її територію. Все це відбувалось на фоні заяви О. Лукашенка в той же день про спільне перегрупування військ.

На цих прикладах ми бачимо, як російські спецслужби намагаються знецінити добровільний рух українців. Мета - зламати волю українців до опору та боротьби з окупантами. Ці наративи російської пропаганди також були детально проаналізовані у матеріалі «Детектора медіа» «Фейкова підтримка вибухів в Україні 10 жовтня 2022 року».

Путінський режим простягає свої щупальця і до регіональних «брендів». «Типичная Одесса», один з каналів, розроблених спецслужбами Кремля, має на меті пробудити регіональні патріотичні настрої та протиставляти місто з рештою України, ти самим посилювати сепаратистські настрої. Від прихованого просування проросійських та проімперських наративів у попередні роки «Тіпична Одеса» перейшла до майже відкритої російської пропаганди, наприклад, звинувачуючи Україну та Захід у загибелі людей у Донецьку, а не Росію, яка напала на свого сусіда. Використовуючи емоційно забарвлені маніпулятивні технології, канал намагається розпалювати ненависть до демократично обраної влади в Україні. Окрім антиукраїнського контенту, канал активно публікує фото та тексти з іменами росіян з минулого Одеси, сподіваючись, що це «зітре» російські злочини проти Одеси з пам'яті її мешканців.

Звичайно, пропагандистам є над чим працювати, саме тому канал «Типичная Одесса» та молодий російський фашистський пропагандист Коц 10 жовтня розповіли один і той самий сюжет про обстріл їхнього міста українцями.

Є також псевдоукраїнські канали, які озвучують важливі новини з Кремля. 10 жовтня на каналі «Легітимний» просувалася «класика» російської пропаганди про Україну, яка прикривається мирним населенням: «Всі в Офісі Президента чекають, коли російська армія піде в наступ на фронті. ... Ми пишемо, що Захід

попереджав Зеленського про підготовку великих сил з Росії, але в Офісі президента не попереджали і не будуть попереджати українців, побоюючись заторів на дорогах. Насправді Банкова [президент] використовує мирне населення лише як інструмент. Перешкода для росіян».

На цих прикладах ми бачимо злочинців у масках, які намагаються впливати на українців в інтересах Кремля. А саме: зняття з Росії відповідальності за її злочини, нацьковування людей і влади один на одного, створення паніки, страху і розчарування, дискредитація волонтерського руху. Тому українці повинні робити протилежне тому, до чого їх примушує неофашистський режим у Москві.

Серед інших питань, порушених прокремлівською мережею, - холодна зима, через яку українці можуть замерзнути до смерті, та спроби сповільнити мобілізацію, особливо шляхом зняття обмежень на перетин кордону. Багато статей присвячено наративу про те, що Україна є суб'єктом переговорів, а не самостійним актором. Крім того, російська мережа регулярно приписує загибель цивільних осіб системі протиповітряної оборони України, яка, за її словами, вражає житлові будинки, намагаючись збити ракети.

Аналізуючи, які меседжі поширює ця мережа каналів від початку масштабної війни. Після приблизно тижня відносного нейтралітету Telegram-канали поступово повернулися до поширення дезінформації та теорій змови. По-перше, канали активно розміщували фото та відео з передової, але часто додавали маніпулятивні заяви на кшталт «Вони стверджують, що це зробили росіяни, але вони не можуть це підтвердити». Після цього з'явилися сюжети, що дискредитують українську владу, зокрема Зеленського. Потім почалася дискредитація української армії та загонів територіальної оборони. Вже в березні відбулося стрімке повернення до звичних конспірологічних теорій про «керувати іноземцем» країною. Щотижня рівень дезінформації зростає, і до червня вся мережа знову ділилася «чутками», наповненими російською дезінформацією».

15 червня основними дезінформаційними меседжами Росії були: «Захід кинув Україну», «Санкції не працюють», «Захід послаблює санкції», «Україна

розділена між сусідніми країнами», «Українська влада ніколи не була організовувала евакуацію цивільних навмисно, але коли вони це робили, це було не ефективно». «Ми віддали місто, але врятували людей», - хвалили вони колабораціоністів. Говорили і про "поганих українських біженців», які поводитися грубо, і вибірково - про те, що «Захід не любить українських біженців». З метою залякування українців вони поширюють наступні меседжі: «Росія сильніша і переможе», «Українська влада бреше про перемоги», «В Україні все закінчується», «Українська влада віддала усе зерно», «Українська влада продає зброю, яку сама купує», «Україна не буде купувати нову зброю, бо армія не вміє нею користуватися». Це було зроблено для того, щоб даремно створити розчарування, щоб українці не бачили причин чинити опір.

Підконтрольна Росії мережа «українських» каналів є частиною більш широкої гібридної інформаційної війни. За задумом Кремля, разом з каналами Віктора Медведчука вони мали занурити Україну в дивний світ кремлівської логіки, містифікацій та конспірології, де нікому не можна вірити, де немає правди.

З іншого боку, ці канали є лише частиною пазлу на глобальній російській дезінформаційній арені, допомагаючи путінізму реалізовувати свої амбіції та мрії про перемогу і світове панування. «Вони все ще вірять в нас, а значить, ми робимо правильні речі».

Звичайно, Україні також необхідно створювати різні платформи і ЗМІ для російського народу і залучати антирежимних росіян. Хоча спочатку вони можуть бути не дуже популярними (адже правда рідко буває такою захоплюючою), вони були б гарною інвестицією для будь-кого, хто виступає проти нинішнього російського режиму.

У будь-якому випадку, українське суспільство з його децентралізацією, мережами та самодостатністю переможе централізовану пропагандистську структуру та дезінформаційні мережі Путіна[30].

Аналізуючи всі інструменти та можливості які має Телеграм, можна зробити висновок, що він став одним з основних джерел інформації та новин. Цим Росія активно маніпулює, використовуючи його у своїх цілях. Телеграм не має чітких

алгоритмів захисту і досить відкритий до протизаконних дій, він є популярний на просторах пострадянських країн і що особливо у російськомовного населення. Він допомагає проводити політику «Російського світу» чим є дуже небезпечний для України.

3.4 Готовністю України до повномаштабного вторгнення та інформаційна складова цього.

Військово-ідеологічні дебати роками сіють хаос у соціальних мережах. Росія особливо відзначилася численними дезінформаційними кампаніями. В Україні ми зараз спостерігаємо новий феномен війни. Приватні особи та українські солдати використовують мобільні телефони для запису переміщень військ, втраченої військової техніки, вибухів та розміщують їх у соціальних мережах.

В епоху ЗМІ війна знайшла своє цифрове відображення у соціальних мережах. З того часу, як Ісламська держава розпочала свою онлайн-кампанію у 2014 році з кампанії #AllEyesOnISIS у Твіттері, нам не звикати до кадрів бойових дій чи відео з безпілотної. Як би ми не були залучені в соціальних мережах, ми звично втягуємось у інформаційну війну. Вони називають себе «воїнами» і представляють себе в соціальних мережах, використовуючи хештеги та звичайні профілів, просуваючи свої наративи і поширюючи неправдиву інформацію[31].

Зокрема, Росія мала сумнівну репутацію в галузі вирішення цифрових конфліктів ще до нападу на Україну. Використання дезінформаційних та пропагандистських кампаній спостерігається з 2014 року, також це було помітно через втручання у вибори в США у 2016 році, референдум Brexit 2018 року та поширення теорій змови після пандемії коронавірусу.

У Криму та на сході України Росія здійснила революцію у використанні цього інструменту, використовуючи дезінформацію та тактичну пропаганду для створення хаосу та невизначеності. На стратегічному рівні реакція міжнародного співтовариства була настільки повільною, що Росії і після анексії активно використовувала цей метод інформаційної війни.

Спостерігачі стали обережнішими, коли з'явилися сотні відеороликів, що показують пересування військ майже в реальному часі на початку розгортання російських військ перед Різдвом 2021 року. Аналітики-аматори, аналітики з відкритим вихідним кодом (OSINT) та професіонали військової розвідки з цікавістю дивилися відео. “Аналітики” соціальних мереж, що швидко оновлювались, іноді здавалися на крок попереду офіційних новинних служб. Наприклад, у середині лютого користувачі соціальних мереж помітили розгортання російської реактивної артилерії. Фахівець OSINT і користувач Twitter Роб Лі написав у Твіттері: «Досі більшість змін у російській військовій ситуації поблизу України були публічно видно у соціальних мережах, перш ніж вони були підтверджені офіційними особами США».

Навіть коли війна почалася, інформація про пересування військ, атаки та їх наслідки публікувалася в різних соціальних мережах та аналізувалася в режимі реального часу експертами та аматорами OSINT. За відеозаписами та фотографіями визначалися, де і коли відбуваються пересування військ та бойові дії.

Загальнодоступні вогняні супутники показують пожежі, спричинені бойовими діями, і можуть надати інформацію про місце великих боїв. Радарні супутники, які також є загальнодоступними, можуть визначати вогневі точки систем ППО. Зрештою, це створює неймовірно точний «публічний погляд на ситуацію», який постійно оновлюється захопленими користувачами соціальних мереж. Пересування військ, дії підрозділів і батальйонів, навіть засідки – майже нічого не можна зберегти в секреті.

Соціальні мережі відіграють подвійну роль: як постачальник даних для аналітики та як платформа для обміну обробленими даними. Швидке та широке поширення контенту соціальних мереж призвело до дуже різних результатів оперативної безпеки (OPSEC) у Росії та Україні[32].

Росія закрила TikTok, і 20 лютого було ухвалено закон, який забороняє російським солдатам використовувати смартфони при виконанні службових обов'язків. Повідомлялось, що у військових конфісковано мобільні телефони. Про

перші бойові дії російських військ на території України у Росії довгий час практично не було чути. Поки Росія сподівалася на стратегічні переваги, масове стримування російських військ стало найдорожчою стратегічною помилкою, і Україна з першого дня домінувала у міжнародній інформаційній війні та стала суверенною в інтерпретації конфлікту.

За кілька годин, а то й хвилин, українські фото домінували в міжнародних (соціальних) мережах, а всі маленькі перемоги одразу ж використовувалися в пропагандистських цілях. Події «Острів Зміїний» та «Привид Києва» стали інтернет-легендами завдяки мемам, наліпкам та звичайним малюнкам на футболках. Цифрова гегемонія стала настільки серйозною, що Росія відчуває себе вимушеною ізолюватися від міжнародного Інтернету і повністю заборонити використання західних соціальних мереж. «Росія явно програє інформаційну війну Заходу», - заявив директор Центру передового досвіду НАТО зі стратегічних комунікацій Дженіс Сартс.

Українська сторона навпаки дозволила своїм солдатам користуватися мобільними телефонами. На сотнях відеозаписів видно солдатів, озброєних смартфонами, відеокамерами та GoPro. Вони знімають засідки, поля битв і військову техніку, але також знімають наслідки бойових дій, вбивства і поранення російських солдатів і українських мирних жителів.

У країні, де 99,9 відсотків населення охоплено Інтернетом - росіянам ледве вдалося відключити його через два тижні після початку атак - і 64,6 відсотка населення є користувачами соціальних мереж, створюються сотні і тисячі шматочків пазлу. У вигляді відео та фото, які можна поєднати в загальну картину ситуацію. Особливу роль у зборі даних відіграють соціальні медіа-платформи TikTok та Telegram. Хоча функції обох платформ (TikTok як сервісу коротких відео та Telegram як сервісу обміну повідомленнями) відрізняються, обидві стали першоджерелами для OSINT-аналітиків. TikTok, зокрема, користується великою популярністю серед російської та української молоді. TikTok стрімко зростає в Україні і нещодавно налічував 10,55 млн. користувачів, а в Росії - 36 млн. користувачів. Але шматочки пазлу можуть зробити більше для того, щоб

намалювати загальну картину під час війни або використовуватися в пропагандистських цілях. Є дві основні причини, чому TikTok став найважливішою зброєю в інформаційній війні: З одного боку, додаток для смартфонів простий у використанні. З його допомогою можна створювати високоякісні відео в будь-який час, в будь-якому місці і ділитися ними з блискавичною швидкістю. Про це пише американський журналіст Кріс Стокел-Уокер: «У той час як Facebook роздувається, Instagram очищається, а YouTube вимагає тонни обладнання і часу на доставку, TikTok працює швидко і брудно»[33].

З іншого боку, природа фільмів змінює сприйняття того, що подається: на відміну від класичних медіа, які схильні показувати, класифікувати та інтерпретувати війну з більшої відстані, крупні плани, перспектива яких розмита, від першої особи закидають глядача безпосередньо в атмосферу війни. Інтенсивне використання "WarTok", який тепер так називають, ця відеоплатформа є важливою віхою в сучасному військовому репортажі. Його витоки сягають часів громадянської війни в Іспанії 1930-х років, коли, як пояснює журналістка Сьюзан Сонтаг, професійні журналісти першими почали документувати загибель на полі бою за допомогою фотоапаратів Leica. Майже через тридцять років, завдяки телебаченню, "кривава бійня" війни у В'єтнамі «стала звичайною частиною домашніх розваг в США». Терористичні атаки на Всесвітній торговий центр у Нью-Йорку 11 вересня 2001 року пізніше транслювалися в прямому ефірі по всьому світу. Кульмінацією всіх цих подій стала війна в Україні: Незліченна кількість нефільтрованих відеофрагментів, часто в режимі реального часу, миготять на екранах наших смартфонів, відкриваючи нам, як ніколи раніше, жорстокі реалії війни. Ці фільми можуть бути актуальним джерелом інформації про те, що відбувається під час війни. Наприклад, The Washington Post відстежувала пересування російських військ за допомогою відеороликів TikTok, однак походження цих відео встановити виходило не завжди. Вже давно відомо, що фейкові новини поширюються в соціальних мережах у шість разів швидше, ніж офіційна інформація, особливо коли вона викликає сильну реакцію,

наприклад, гнів. Для такої емоціоналізації особливо підходять відеоматеріали. Тому вони надсилаються частіше, ніж, наприклад, текстові повідомлення, оскільки користувачі не перевіряють достовірність інформації, яку вони містять.

На тактичному рівні записи свідомо передаються користувачами соціальних мереж OSINT-аналітикам та власним службам військової розвідки для оцінки. Пілоти-любители безпілотників також підтримують зусилля зі спостереження в режимі онлайн і здійснюють польоти над російськими позиціями для збору знімків для військової розвідки. В окремих випадках для ведення вогню по російських позиціях зверху, також використовувалися невеликі спеціалізовані безпілотники. Українська воєнна розвідка має власний Telegram-канал, який може використовуватися для фіксації пересування російських військ. Інформація для бойових підрозділів надається через соціальні мережі або військовими засобами зв'язку. Ця модель спрацювала настільки добре, що російська військова розвідка скопіювала її і створила власного Telegram-бота. До війни багато спостерігачів побоювалися, що широке використання смартфонів і фотоапаратів в розвідувальних і пропагандистських цілях поставить під загрозу життя солдатів. В додаток до ризиків для безпеки, в рамках ОБСЄ часто наголошувалося на можливостях Росії в галузі радіоелектронної боротьби (РЕР включає в себе телекомунікації та радіоелектронну розвідку шляхом виявлення електромагнітних та акустичних випромінювань противника). Однак побоювання, що солдати можуть йти в бій навчені не носити мобільні телефони, не виправдались.

Можливі причини - технічні збої в російських системах «РЕР» та недостатня доступність блоків «РЕР» на значній території. Особливо правдоподібним виглядає і той факт, що Україна навчилася користуватися цими пристроями за час восьмирічної війни на Донбасі, а її військовослужбовці опанували правила ОБСЄ, що виглядає особливо правдоподібно. Очевидно, що українські військовослужбовці (і цивільне населення) демонструють надзвичайну дисциплінованість, не публікуючи зображення своїх військ і їх пересування в Інтернеті. Багато солдатів також виживають завдяки «військовим рішенням»: на сучасних пристроях, просто увімкнувши режим польоту, вийнявши SIM-карту або

загорнувши мобільний телефон у спеціальні чашки Фарадея чи алюмінієву фольгу, можна вивести з ладу багатомільйонну систему «РЕР».

В Україні ми є свідками боротьби двох протилежних стратегічних відносин. З одного боку, режим, контрольований пропагандистським центром у Москві, виступає проти того, що можна було б назвати «спільною дією» у політичній комунікації: акторів різного масштабу, які мають спільну мету, працюють разом над створенням певного змісту та спільного наративу. Взаємозв'язок, очевидно, не тільки перспективний на стратегічному рівні, але й має певні переваги на тактичному рівні.

Швидкі та рішучі дії технологічних компаній, безумовно, дозволили проукраїнським голосам у Twitter, Instagram, Facebook та TikTok витіснити російську дезінформацію. Компанія Apple заборонила рекламні пропозиції від пов'язаних з Кремлем каналів, таких як Russia Today, у своєму магазині додатків; Facebook та Instagram заблокували російські акаунти, що поширюють дезінформацію. YouTube видалив десятки тисяч відеороликів з фейковими новинами та російською пропагандою; багато платформ також припинили продаж реклами в Росії. Російські користувачі більше не зможуть вести прямі трансляції або завантажувати новий контент в TikTok; TikTok також заблокував всі іноземні акаунти в Росії. У перші дні війни Київ публічно закликав своїх лідерів країн бойкотувати Росію та запровадити санкції. «Жодна знаменитість, жодна країна не була настільки ефективною, як Україна, у примусі корпорацій до етичної поведінки», - каже Пітер Сінгер з Інституту дослідження війни. Якщо існує таке поняття як «культура скасування», то українці можуть стверджувати, що вони розвинули її під час війни. Реальна проблема, однак, полягає в тому, що вперше технологічні компанії використовують свої монопольні структури як зброю війни у великих масштабах. Більше того, хоча радикальні заходи можуть мати вирішальний вплив на хід війни, вони аж ніяк не є демократично легітимними. Корпорації вкотре демонструють, що вони є автономними наднаціональними утвореннями, невідконтрольними політичному керівництву. Сила, яку вони мають проти Росії, величезна: компанії ефективно продемонстрували, що вони

можуть накласти санкції на великий сектор економіки. І при цьому посилатися на політичні цілі. Хоча цілі тут - зупинити жорстоке вторгнення і врятувати життя, будемо сподіваємося, що цей вид цифрової війни за допомогою Кремнієвої долини не буде існувати, тим більше, що її успіх дуже сумнівний. Тому що корпоративні санкції призвели до того, що Путін повністю заблокував Facebook, Instagram і Twitter в Росії і заборонив метакорпорацію як «екстремістську організацію». Російські громадяни більше не мають доступу до інформації через власні канали і, таким чином, не можуть уникнути російської державної пропаганди. Ми також отримуємо менше інформації про російське громадянське суспільство та антивоєнні протести. Через кілька днів після початку війни Держдума вже прийняла закон про цензуру, згідно з яким журналістам та іншим особам, які опублікували «неправдиву інформацію» про «Спеціальну Військову Операцію» в Україні, загрожувало до 15 років позбавлення волі. Майже одночасно Кремль заборонив незалежну радіостанцію «Эхо Москвы» та телеканал «Дождь».

Росія вже програла інформаційну війну проти України на Заході. По-перше: Це перша війна, за якою ми спостерігаємо не лише в живу, а й у соціальних мережах. Українці показують цю війну усьому світу і в цю ж хвилину. Час який може проходити від моменту якоїсь події, до того як це побачать люди в соціальних мережах, вимірюється хвилинами, а то і секундами. Дуже важливим є те, що Росія досі не має стратегії, як з цим боротися. По-друге, сам кремлівський дезінформаційний апарат не знав, що війна на військовому фронті буде настільки невдалою.

Україна дуже успішно впливає на ставлення Заходу до війни. Ця інформація є частиною нашого самозахисту. Маючи дуже професійну присутність в Інтернеті, Україна показує, які злочини були скоєні в рамках російської агресії, і використовує потужні образи та переконливі історії, щоб заручитися підтримкою на Заході. Жорсткі заходи та санкції також проговорюються через ці наративи і викликають сильну підтримку на Заході.

Наразі Росія не дуже активна у контр-наративах в Інтернеті та не має належної комунікації щодо конфлікту. Це пов'язано насамперед з тим, що

російська влада намагається представити для внутрішньої аудиторії ситуацію як спецоперацію, а не конфлікт. Разом з тим, російська громадськість не в повній мірі сприймає таку інтерпретацію. Про це свідчать попередні дані Google Trends, які показують, що люди частіше шукають такі терміни, як «хакерство», ніж «спецоперація». Водночас, в Росії закриваються коментовані колонки платформ та запроваджується жорстка цензура. Facebook також закритий. Це свідчить про те, що Путін серйозно намагається не допустити усвідомлення громадськістю того, що відбувається.

У цій російській агресії проти України ми є свідками першої великої інформаційної війни. Інтернет використовується так, як ніколи раніше. Ця війна вже не ведеться журналістами з добре підготовленими репортажами, які подаються спокійними модераторами і споживаються дистанційно з екрану телевізора. Навіть останні новини з новинних інтернет-порталів показують, як ведеться війна в соціальних мережах. Частково це пов'язано з високотехнологічним населенням України, яке може за допомогою смартфонів знімати все і миттєво завантажувати в соціальні мережі. Але український уряд також дуже підкований у питаннях медіа і здатен повною мірою скористатися перевагами соціальних мереж. У цьому сенсі інформація - це зброя. Росія спробувала відповісти по-своєму, представивши ситуацію так, ніби Україна вчинила геноцид у дні, що передували вторгненню, мова іде про масові вбивства в Бучі та Ірпені, і тепер потрібно діяти проти неї. Той факт, що вже виявлено справжні події які відбулись американською розвідкою, свідчить про те, що російська інформація не була успішно поширена у світі і не була сприйнята як правдива.

Українці викладають відео, на яких видно нещодавні пошкодження будівель з підвалів і балконів, з яких відкривається вид на хмари диму. Тим самим фіксують злочини військ які Путін відправив в суверенну країну в епоху соціальних мереж у столицю, де на кожному кроці стоять камери та знімають жителі з мобільних телефонів. Варто зазначити, що соціальні мережі - це більше благословення, ніж прокляття в цій війні і в розвитку людей в сучасному суспільстві. Люди дійсно

цінують той інформаційний світ і ту можливість зв'язуватися з людьми з усього світу за лічені секунди - це і є перевагою соціальних мереж. Не бути обдуреним - це, безумовно, виклик, але він може і повинен бути подоланий шляхом критичного мислення і шляхом перевірки через офіційні джерела. У російсько-українському конфлікті треба сказати, що частка дезінформації відносно невелика. Це пов'язано з тим, що Росія не змогла створити контр-наратив, і головні історії продовжують надходити з України, і це справедливо. Тим не менш, роль соціальних платформ у конфлікті в Україні отримала широку увагу. Британська «Гардіан» від імені писала про нову війну: «Зеленський озброєний не тільки власними силами, а й TikTok, Instagram, Twitter і Telegram. Він є першим гібридним лідером у гібридній війні». Його виступи в різних парламентах підкреслювали це враження. Крім того, численні відеоролики, розміщені у Твіттері українськими військовими та цивільними особами, показують конфлікт з точки зору жертв військових обстрілів. Мережа відзначає військові успіхи та рішучість України. І цим завойовує «серця і уми» міжнародної спільноти в соціальних мережах. Водночас Президенту Зеленському вдалося зміцнити національну єдність шляхом залучення громадськості до інформаційного простору.

Цей український наратив у соціальних мережах знаходить свій шлях і до традиційних ЗМІ. Зрозуміло і те, чому українці були набагато краще підготовлені до цієї операції: багато рекламних агентств, які надають послуги в соціальних мережах для все більшої кількості європейських компаній, використовували свою основну компетенцію і створювали чудово зроблені відеоролики та відповідний контент для соціальних мереж.

Російське керівництво з часом усвідомило, що справи на цьому напрямі йдуть не найкращим чином, і спробували це змінити. Вони почали публікувати все більше вигідного для них контенту в Інтернеті. Раптом під виглядом західних військових кореспондентів з'являються пропагандистські «журналісти» RT і Sputnik, які розповідають про успіхи і перемоги Росії. Але є культурна проблема: Росіяни не звикли працювати на виразно західну аудиторію. Їхні новини часто

ненавидять в Інтернеті, оскільки вони явно погано націлені і сплановані. Їх готують не журналісти, а працівники пропагандистських організацій. Таким чином, Росія може досягти інформаційного суверенітету лише на власній території. Досі, коли Путін йшов на одну зі своїх звичних воєн - Чечню, Грузію, Крим і Сирію - даті військових дій зазвичай передували численні інформаційні кампанії. Росіяни є майстрами диверсій і так званих акцій під фальшивим прапором. Це означає, що Путін відправляв у відповідні зони бойових дій агентів спецслужб і диверсійні загони, які надавали фейкові фотографії російських жертв. Це в свою чергу послужило правителю Кремля приводом для військового втручання. Однак у 2022 році Путін зазнав невдачі в сфері дезінформації. Тому що задовго до початку вторгнення, в листопаді 2021 року, коли Путін стягував війська до українського кордону, Сполучені Штати активно ділилися з союзниками найкращими розвідувальними даними майже в режимі реального часу і одночасно оприлюднили їх. Безпрецедентно те, як адміністрації президента США Джо Байдена вдалося підірвати інформаційну стратегію Росії. Поступово і агресивно застерігаючи від акцій під фальшивими прапорами та провокацій, вони зробили такі дії практично неможливими для російської сторони. Навпаки: росіяни робили з себе посміховисько цими сфабрикованими матеріалами. Дійсно, американці показали, як можна активно і успішно боротися з дезінформацією[34]. Це продовжуватиме формувати дебати щодо фейкових новин на довгі роки. У цій інформаційній війні нового значення набувають спеціалізовані інтернет-сервіси, які спочатку не призначалися для поширення інформації. Ігрові платформи, Google Maps та порносайт Youporn несподівано перетворилися на сервіси обміну повідомленнями, де люди можуть самотійно обмінюватися інформацією про війну в Україні. Водночас інші класичні месенджери також реєструють новий запит. Згаданий раніше сервіс Telegram користується великою популярністю, особливо в російськомовних країнах. Творець цієї програми є вихідцем з Росії, який покинув країну через те, що йому не подобався режим Путіна. Однак західні експерти з кібербезпеки незабаром попередили, що російські силовики можуть читати Telegram через слабе шифрування[35].

3.5. Протидія дезінформації у соціальних мережах

За останні кілька років Україна вжила ряд заходів для боротьби з дезінформацією, зокрема обмежила доступ до російських телеканалів і платформ соціальних мереж.

У 2017 році колишній президент Петро Порошенко заборонив кілька російських інтернет-компаній, зокрема «ВКонтакте» (VK) і «Однокласники», а також щонайменше 19 російських новинних сайтів. У 2021 році президент Володимир Зеленський підписав указ Ради безпеки України про введення санкцій на п'ять років проти восьми проросійських ЗМІ та телекомпаній за нібито «фінансування тероризму»[36].

З 24 лютого Міністр цифрової трансформації України Федоров надіслав велику кількість публічних запитів технологічним компаніям, у тому числі тим, які надають інтернет-інфраструктуру. У деяких запитах, у тому числі до Apple, Google, Meta, Twitter, YouTube, Microsoft, PayPal, Sony та Oracle, компанії просили припинити діяльність у Російській Федерації та, у деяких випадках, заблокувати контент для афілійованих із Росією ЗМІ по всьому світу.

Протягом останнього року Росія посилила свій напад на онлайн (і офлайн) вираження думок, особливо після вторгнення в Україну. У 2016 році влада заблокувала LinkedIn за недотримання російського антитерористичного законодавства, яке зазвичай називають законом «Яровой». Telegram заборонили в Росії в 2018 році після того, як компанія відмовилася передавати дані користувачів. У 2021 році заборону було скасовано.

25 лютого Роскомнадзор, російський інтернет-регулятор, оголосив, що частково обмежить доступ до Facebook у Росії у відповідь на те, що Meta заблокувала чотири акаунти російських державних ЗМІ. Клегг із Meta написав у Twitter, що 24 лютого «російська влада наказала [Meta] припинити незалежну перевірку фактів і маркування контенту, опублікованого у Facebook» цими державними ЗМІ. Після того, як Meta відмовилася виконувати вимоги, російський уряд оголосив, що обмежить доступ до послуг Meta. 4 березня влада повністю

заблокувала Facebook. Групи онлайн-моніторингу підтвердили проблеми з доступом до Facebook.

26 лютого Twitter оголосив, що російська влада обмежила доступ до його сервісів у Росії. Звіти груп онлайн-моніторингу підтверджують, що деякі користувачі Twitter у Росії зазнали серйозних перебоїв у використанні платформи.

11 березня Роскомнадзор оголосив про повне блокування Instagram у Росії, яке набуде чинності 14 березня. Блокування відбулося після того, як Meta ввела винятки з політики насильницького висловлювання, дозволивши заклики до насильства проти російських збройних сил в Україні. Генпрокуратура подала позов проти Мети до суду, вимагаючи заборонити її як “екстремістську”. Слідчий комітет Росії відкрив кримінальне провадження проти співробітників Meta.

Рівень контролю та цензури, якого намагаються досягти заходи Росії, позбавляє свободи вираження думок і права доступу до інформації значущого змісту та не може бути виправданим за міжнародним правом навіть під час війни.

Починаючи з 24 лютого, компанії, які надають соціальні медіа та служби обміну повідомленнями, вжили багатьох заходів у відповідь на війну в Україні, більшість із яких спрямовані на протидію шкідливій дезінформації, додавання ярликів до або блокування державних чи афілійованих із державою засобів масової інформації або запровадження додаткової безпеки. Деякі з цих заходів стосуються України чи Росії, деякі застосовуються лише в ЄС, а деякі – у всьому світі. Деякі рішення були прийняті у відповідь на запити уряду, деякі всупереч запитам уряду, а інші – у відповідь на тиск громадськості або за власною ініціативою компаній. Telegram залишається винятком.

Водночас багато з цих заходів, які запровадили компанії, не є новими. В інших ситуаціях компанії вживали подібних заходів після більш тривалого тиску уряду чи громадськості, але в більш обмежений спосіб.

Наприклад, компанія, раніше відома як Facebook, має набір заходів «розбити скло», які Нік Клегг, президент Facebook (тепер Meta) із глобальних справ, сказав, що «дозволяють нам — хоча б на тимчасовий період часу — ефективно накинути ковдру над великою кількістю контенту, який вільно

поширюватиметься на наших платформах». За словами Клегга, це дозволить компанії «грати свою роль настільки відповідально, наскільки це можливо, щоб запобігти, свідомо чи іншим чином, від допомоги та підбурювання тих, хто хоче продовжувати насильство та громадянські конфлікти, які ми бачимо. Ці заходи включають обмеження розповсюдження відео в реальному часі на її платформах і зменшення ймовірності того, що користувачі побачать вміст, який її алгоритми класифікують як потенційну дезінформацію. Компанія, як повідомляється, впровадила ці заходи в, як вона називає, «країнах ризику». таких як М'янма, Ефіопія та Шрі-Ланка, а також у США напередодні президентських виборів 2020 року.

Раніше платформи також видаляли пов'язані з державою медіа у відповідь на санкції та визнання терористами. Наприклад, у 2019 році Instagram, як повідомляється, видалив облікові записи медіа-агентств, що належать уряду та афілійованих з Корпусом вартових ісламської революції, таких як Tasnim News Agency, Iran Newspaper і Jamaran News. Представник компанії Facebook, якій належить Instagram, сказав тоді: «Ми працюємо відповідно до законів США про санкції, включно з тими, що стосуються включення урядом США та його керівництва».

Google і Facebook призупинили політичну рекламу напередодні виборів 2020 року в США, тоді як Twitter додав нові можливості, щоб спростити поширення дезінформації. Платформи також сформували спеціальні групи для реагування на кризи та запровадили або скерували користувачів до спеціальних заходів безпеки облікових записів у відповідь на надзвичайні ситуації, наприклад після падіння уряду Афганістану в серпні 2021 року.

Хоча деякі дії платформ щодо війни в Україні нагадують дії в інших ситуаціях, деякі з них несумісні з їхньою політикою в звичайних умовах. Наприклад, 11 березня Meta оголосила, що користувачам Facebook і Instagram в Україні тимчасово дозволено закликати до насильства проти російських збройних сил в Україні в контексті вторгнення. Однак така політика не була оголошена щодо Сирії, наприклад, де Росія воює в партнерстві з сирійськими збройними

силами з вересня 2015 року, і де Human Rights Watch задокументувала серйозні порушення з боку російських військ, які включають явні військові злочини та можуть становити злочини проти людства[37].

Соціальні мережі стали відмінним джерелом інформації, обміном даних та інструментом спілкування. Ці всі переваги мають у собі приховані небезпеки, далеко не усі користувачі їх усвідомлюють та помічають. Цим активно користуються у своїх цілях великі корпорації та навіть країни. Саме тому Україні як об'єкту впливу потрібно вміти боротися та навіть здійснювати протилежний вплив на своїх ворогів. Це допоможе тримати “чистим” інформаційний простір та бути захищеним від таких впливів.

ВИСНОВКИ

За останні два десятиліття світ прийшов до усвідомлення того, що потужний інструмент Інтернету є не лише глобальним засобом комунікації, але й одним з головних джерел, що визначають реальність, формують політику, культуру і історію. Він також довів, що засоби масової інформації можуть бути використані не тільки посередником у сучасних війнах, але й може стати частиною ведення цієї війни. Таким чином, в той час як одні користувачі Інтернету та форумів соціальних мереж використовують ці можливості для обговорення, обміну інформацією та знань і соціальних змін, інші використовують їх як поле битви для пропаганди, впливу, мобілізації, переконання та формування громадської думки.

Хоча було швидко визнано, що Інтернет може слугувати інструментом для маніпулювання інформацією, поширення дезінформації, лобіювання або шантажу, масштаби та різноманітність використання Інтернету та соціальних мереж для політичної пропаганди в Росії викликали велике здивування демократичного Заходу. Вслід за оптимізмом щодо запровадження політики «перезавантаження» російсько-американських відносин та послаблення антиамериканської риторики з боку Росії, як само собою зрозумілі були сприйняті також і переформулювання Росією своїх стратегічних цілей та розбіжності між Росією і Заходом, а також пропагандистська активність. Водночас, Кремль пов'язав елементи давньої психологічної війни з новими можливостями, які пропонує інтернет. Дугін і Панарін взяли концепцію «мережецентричної війни» і творчо розвинули її для ефективного застосування під час анексії Криму. Ще до початку "війни без жодного пострілу" на російських телеканалах, радіо, в журналах та нових медіа розгорнулася кампанія пропаганди, чуток та дезінформації.

Проаналізовано фрейми та репрезентації для розуміння феномену взаємопов'язаної діяльності в Інтернеті на різних рівнях (військовому, політичному, інформаційному та ідентичності). Аналіз коментарів та постів у соціальних мережах свідчить про спланований, організований та скоординований

вплив прихильниками Кремля на українську та західну громадську думку через Інтернет та соціальні мережі, які Томас Ніссед називає «зброєю».

Кількісний (змістовий) та якісний (наративний, візуальний та семіотичний) аналізи фреймів і репрезентацій анексії та війни на Донбасі виявили дії інтернет-тролів з формування, впливу, маніпулювання, обману, омани, стримування, мобілізації та переконання проросійської та антиросійської громадськості.

Виявилося, що між змістом статей і коментарями до них існує сильна кореляція, але кореляція не між точками зору, з яких вони коментувалися, а між темами. У коментарях постійно будуються образи учасників конфлікту, що розгортається, наприклад, Росія - наддержава - країна, рішуче налаштована відстоювати свої інтереси, здатна досягати поставлених цілей політичними і військовими заходами; це мирна країна, яка не реагує на агресивну політику Заходу; Україна - країна без коріння, фашистська країна, нездатна самостійно стояти на ногах.

Більше того, кількість коментарів пов'язана зі змістом статей і залежить від активності інтернет-тролів. З більшим «ентузіазмом» коментуються фотографії людей, які демонструють негативні емоції. Загальні зображення руйнувань, смерті та зброї призводять до зменшення кількості коментарів з боку просепаратистських та антисепаратистських прихильників. Кількість коментарів зростає, коли контент може бути легко використаний інтернет-тролями для розпалювання політичної ворожнечі (політична діяльність конфліктуючих сторін, опис ними того, що відбувається в Україні та роль, яку в цьому відіграє Росія) та соціальної ворожнечі (соціальне невдоволення, протести, правопорушення та міжнаціональні конфлікти). Значно більша кількість коментарів спостерігалася також у статтях, які негативно висвітлювали дії Росії, як зі схваленням дій Росії (виправдовуючи військові дії сепаратистів та російську інтервенцію), так і зі звинуваченнями на адресу Заходу та українців (агресія та фашистські уряди). Найбільш жваву дискусію в Інтернеті викликали чи не найчастіше повторювані теми в статтях та дискусіях: псевдофашизм, називання Степана Бандери ідейним батьком України, питання про російський чи український патріотизм або існування держави.

Очевидно, вони були сприйняті як кліше, якими зловживали пропагандисти під час пропагандистської кампанії в Інтернеті. Значно ефективнішими були прийоми нагнітання емоцій, пов'язаних з військово-політичними діями в Криму та на Донбасі, коли співрозмовники намагалися виправдати війну та агресію як виправдану реакцію Росії на дії Заходу. Більш ефективно мотивувати читачів інтернет-форумів, руйнуючи міф Заходу, ставлячи під сумнів незалежність країн Центрально-Східної Європи від ЄС та США, використовуючи класичні еристичні прийоми.

Порівнюючи події, як відбувались до 2022 року і після, ми спостерігаємо відмінності між реакцією світу на військові операції Росії в Україні у 2014 та 2022 роках включають більш проактивні операції впливу з боку Заходу, велику кількість інформації з відкритих джерел та російську громадську думку. До вторгнення в Крим добре скоординована багатоплатформенна дезінформаційна кампанія заповнила східну Україну повідомленнями про насильство щодо російськомовних. Ці сфальсифіковані повідомлення приховували справжні мотиви російського військового вторгнення та незаконної окупації Криму. Остання агресія Росії проти України була засуджена міжнародним співтовариством та підкріплена потужною фінансовою підтримкою. Путінська дезінформаційна кампанія не змогла переконати українців, світових спостерігачів і навіть внутрішню громадську думку у виправданості війни Росії проти України. Коли Росія почала стягувати війська до кордонів України, уряд США перейшов на її бік. Вона відповіла на військові маневри Росії жорсткими фактами. Традиційно вони рідко оприлюднювали свої розвідувальні дані. Цього разу Сполучені Штати доклали цілеспрямованих зусиль для оприлюднення інформації про плани Росії до того, як вони матеріалізуються, а також для підризу сили «фальшивих прапорів», які створюють приводи для вторгнення. Вони опублікували багато деталей, попереджаючи про операції під чужим прапором та можливі фальшиві терористичні змови. Вони надавали майже щоденну оцінку пересувань військ і можливих планів з дивовижною чіткістю. Це не дозволило російській дезінформаційній тактиці досягти своєї мети. Незважаючи на те, що

російські інформаційні воїни сильні, проте розхитані в битві, що триває, вони зазнають жахливої поразки у війні наративів.

Починаючи з 2017 року Росія наполегливо працює над тим, щоб контролювати те, що росіяни можуть бачити в Інтернеті, блокуючи розробку контенту, відключаючи веб-сайти і навіть розриваючи онлайн-зв'язок країни з рештою світу. Минулого року Росія зробила 700 000 запитів до Google щодо обмеження результатів пошуку, і Google задовольнив близько п'ятої частини цих запитів.⁸ Вторгнення в Україну супроводжувалося іншими зусиллями щодо обмеження публічного мовлення та розуміння. Російські ЗМІ засипали глядачів, слухачів та читачів неправдивими повідомленнями про конфлікт та його витoki. Військовослужбовці, захоплені в полон під час вторгнення, заявили, що вважали, що беруть участь у навчаннях.

Аналізуючи події які відбуваються зараз, спостерігаючи за Західною спільнотою, підтримкою України і перемогами як на полі бою, так і в інформаційному просторі, а саме в Інтернеті, можна робити висновки, що Україна швидко навчається та робить впевнені шляхи для того аби боротися з впливом РФ та навіть контратакувати. «Озброєння» Інтернету та соціальних мереж створює значні можливості та виклики в інформаційній війні. Це дозволяє маніпулювати, обманювати, відволікати і заплутувати громадську думку. Росія використовує і експлуатує ці можливості, проте зараз вона зіштовхнулася з великими проблемами. Висока якість використовуваних технологій та широкий спектр діяльності свідчать про те, що російські тролі є добре підготовленими фахівцями з інтернет-комунікації, проте початок та продовження гарячої фази війни показали, що вони були дуже розгублені та не зібрані. Не могли зібрати до купи ті наративи, які вони так довго просували. Перед обличчям цієї ворожої та організованої російської пропаганди Україна повинна реагувати і постійно збільшувати свої ресурси для зміцнення свого комунікаційного потенціалу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. PUTIN'S ASYMMETRIC ASSAULT ON DEMOCRACY IN RUSSIA AND EUROPE: IMPLICATIONS FOR U.S. NATIONAL SECURITY [Електронний ресурс] – 2018 – Режим доступу до ресурсу <https://www.foreign.senate.gov/imo/media/doc/FinalRR.pdf>
2. Папа Римський дал своє благословення на спілкування в соціальних мережах [Електронний ресурс] Дубенко В // Дзеркало тижня – 2011 – Режим доступу до ресурсу: https://zn.ua/ukr/SOCIETY/papa_rimskiy_dal_svoe_blagoslovennya_na_spilkuvannya_v_sotsialnih_merezhah.html
3. Children and parents: media use and attitudes report [Електронний ресурс] – 2021 – Режим доступу до ресурсу: https://www.ofcom.org.uk/data/assets/pdf_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf
4. Мережеве суспільство як нова форма соціальної організації в умовах глобалізації [Електронний ресурс] Р. Войтович – 2010 – Режим доступу до ресурсу: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2018/08/voitovych_merezheve.pdf
5. А.В. Назарчук Мережеве суспільство і його філософське осмислення. Питання філософії. 2008. С. 61–75.
6. М. Кастельс Галактика Інтернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе [Текст] / М. Кастельс. Перевод с англ. А. Матвеева. Под ред. В. Харитоновна. – Екатеринбург: У- Фактория, 2004. – 328 с.
7. Поняття соціальних мереж як особливого виду електронних засобів масової інформації [Електронний ресурс] Р. Чалабієва – 2019 – Режим доступу до ресурсу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2282/2267>
8. Як змінився рейтинг соціальних мереж в Україні та світі: актуальна статистика після 24 лютого 2022 року [Електронний ресурс] О.Сомова /// Webpromo – 2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://web-promo.ua/ua/blog/kak-izmenilsya-rejting-soczialnyh-setej-v-ukraine-i-mire-aktualnaya-statistika-posle-24-fevralya-2022-goda/>

9. Социальные сети в информационных войнах на примере украинского конфликта [Електронний ресурс] С. Харламов – Режим доступу до ресурсу: https://www.academia.edu/17996107/Социальные_сети_в_информационных_войнах_на_примере_украинского_конфликта

10. Соціальні мережі: поняття, історія виникнення. [Електронний ресурс] О. Літвак – 2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://zounb.zp.ua/resource/zaporizkyy-kray/zaporizhzhya-bibliotechne/fahova-osvita/socialni-merezhi-piv>

11. А.Г. Соломонова, Д.А. Данилов. Залежність молоді від Інтернету / Пріоритетні напрями розвитку науки та освіти.– 2014 – № 3 (3). – 152-153 с.

12. О.І. Шипіцин. Феномен соціальних мереж у сучасній культурі / Вісті ВДПУ. - 2011, - № 3 (57). - 36-40 с.

13. Феномен соціальних мереж у контексті становлення і розвитку мережевого суспільства [Електронний ресурс] Ю. Данько – 2012 – Режим доступу до ресурсу: <https://dspace.hnpu.edu.ua/bitstream/123456789/1961/1/Данько%20Ю.%20А.%20Феномен%20соціальних%20мереж%20.pdf>

14. С.В. Івашнюва. Використання соціальних сервісів та соціальних мереж в освіті. Наукові записки НДУ ім. М. Гоголя. Психолого-педагогічні науки. 2012. № 2. С. 15–17.

15. И.Т. Канева. Шумерский язык. Санкт-Петербург, 1996.

16. Аспекти ведення інформаційної та гібридної війни в контексті застосування комунікаційних технологій / Л.Є. Смола // S.P.A.C.E. – 2016. – No 1. – С. 48-53.

17. Основні методи ведення гібридної війни в сучасному інформаційному суспільстві [Електронний ресурс] І. Феськов – 2016 – Режим доступу до ресурсу: http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/8876/Feskov%20APP_58-8.pdf;jsessionid=84FAD3681B34319128882E42BC83E0D1?sequence=1

18. Як працюють механізми інформаційної війни [Електронний ресурс] Л. Кліщук // Na chasi – 2019 – Режим доступу до ресурсу: <https://nachasi.com/creative/2019/01/29/knyzhka-pocheptsova/>
19. Глобальная сеть и киберкультура. Ризома и Интернет [Електронний ресурс] В. Емелин – Режим доступу до ресурсу: <http://emeline.narod.ru/rhisome.htm>.
20. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ВОЙНЫ: история и современность [Електронний ресурс] Є. Назарова – 2017 – Режим доступу до ресурсу: <https://mgimo.ru/upload/iblock/486/Сулейманова%20И.С.%20Назарова%20Е.А.%20-%20ИНФОРМАЦИОННЫЕ%20ВОЙНЫ.pdf>
21. Russian Social Media Influence Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe [Електронний ресурс] Rand – 2018 – Режим доступу до ресурсу: https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2237.html
22. Social media use may harm teens' mental health by disrupting positive activities, study says [Електронний ресурс] Leah Asmelash // CNN – 2019 – Режим доступу до ресурсу: <https://edition.cnn.com/2019/08/13/health/social-media-mental-health-trnd/index.html>
23. Ostrzeżenie przed rosyjską propagandą. Europarlament przyjął ważną rezolucję [Електронний ресурс] Do rzeczy – 2018 – Режим доступу до ресурсу <https://dorzeczy.pl/swiat/15254/pe-przyjal-rezolucje-ws-rosyjskiej-propagandy.html>
24. Опитування про використання соціальних мереж в Криму у 2013 році. [Електронний ресурс] – 2013 – Режим доступу до ресурсу <https://rb.com.ua/en/>
25. «ВКонтакте» остаточно перейшла під контроль Кремля. Чи виправдала себе її заборона в Україні? [Електронний ресурс] О.Замковий // StopFake – 2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.stopfake.org/uk/vkontakte-ostatochno-perejshla-pid-kontrol-kremlya-chi-vipravdala-sebe-yiyi-zaborona-v-ukrayini/>
26. "Угроза, которая требует нейтрализации": в СНБО назвали срок, когда пользователей "ВКонтакте" начнут ставить на учет [Електронний ресурс] А. Курило // ТСН – 2020 – Режим доступу до ресурсу:

<https://tsn.ua/ru/ukrayina/ugroza-kotoraya-trebuets-neytralizacii-v-snbo-nazvali-srok-kogda-polzovateley-vkontakte-nachnut-stavit-na-uchet-1638064.html>

27. Поняття соціальних мереж, як особливого виду електронних засобів масової інформації [Електронний ресурс] М. Чалабієва – 2019 – Режим доступу до ресурсу: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2282/2267>

28. Найпопулярнішою соцмережею серед української молоді є інстаграм – опитування зброя [Електронний ресурс] Радіо Свобода – 2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-molod-sotsmerezhi-doslazhennya/31406410.html>

29. Соціальні мережі як зброя [Електронний ресурс] О. Шульман // Armyinform – 2020 – Режим доступу до ресурсу: <https://armyinform.com.ua/2020/03/19/soczialni-merezhi-yak-zbroya/>

30. Про санкції. Закон України від 24.05.22 №2257-IX Верховна рада України. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1644-18>

31. Secretly pro-Russian Telegram channels: What Russia wanted Ukrainians to think during Oct 10 attack [Електронний ресурс] Ukrinform – 2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.ukrinform.net/rubric-society/3600256-secretly-prorussian-telegram-channels-what-russia-wanted-ukrainians-to-think-during-oct-10-attack.html>

32. Анонімність, маніпуляції, фейки: про загрози Telegram і способи захисту від них [Електронний ресурс] Н. Кушніренко // Kurs – 2021 – Режим доступу до ресурсу: <https://kurs.if.ua/article/fejsbuk-i-telegram-yak-ne-potrapytu-v-pastky-soczmerzhi/>

33. Соціальні мережі, кібератаки та гібридні війни [Електронний ресурс] Т. Попова // Радіо Свобода – 2017 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.radiosvoboda.org/a/28598299.html>

34. War via TikTok: Russia's new tool for propaganda machine, [Електронний ресурс] CBSNews – 2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.cbsnews.com>

35. Russia's Social Media War in Ukraine [Електронний ресурс] Mr. Corey Sinclair – 2018 – Режим доступу до ресурсу: <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/AD1137006.pdf>

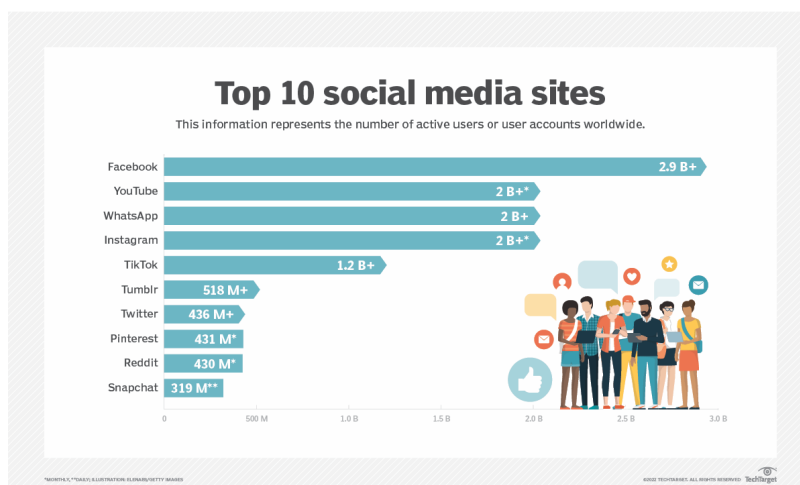
36. Die Sozialen Medien im Ukrainekrieg [Електронний ресурс] Paul Strobel // Konrad Adenauer Stiftung – 2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kas.de/de/web/die-politische-meinung/blog/detail/-/content/die-sozialen-medien-im-ukrainekrieg>

37. Wojna, trolle i fake newsy. Czyli na co zwracać uwagę w mediach społecznościowych [Електронний ресурс] Estera Fliger // Publicystyka – 2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://publicystyka.ngo.pl/zanim-podamy-dalej-post>

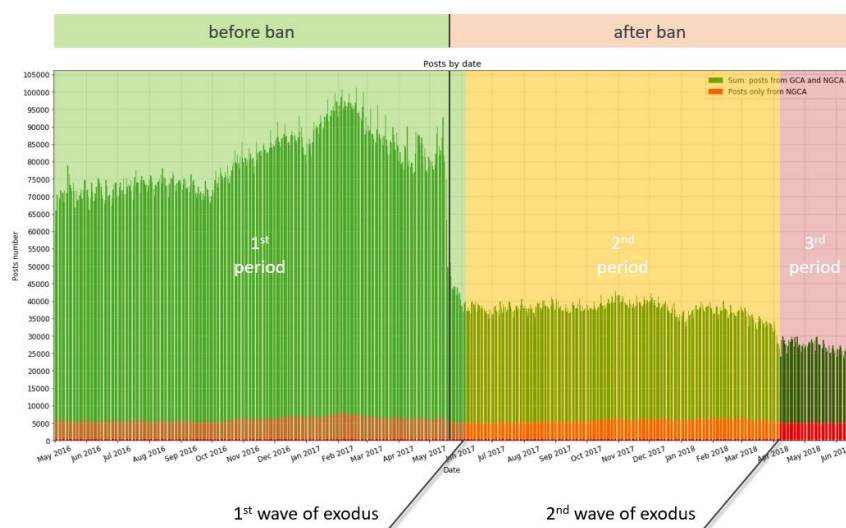
38. Про санкції. Закон України від 24.05.22 №2257-IX Верховна рада України. [Електронний ресурс] Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1644-18>

ДОДАТКИ

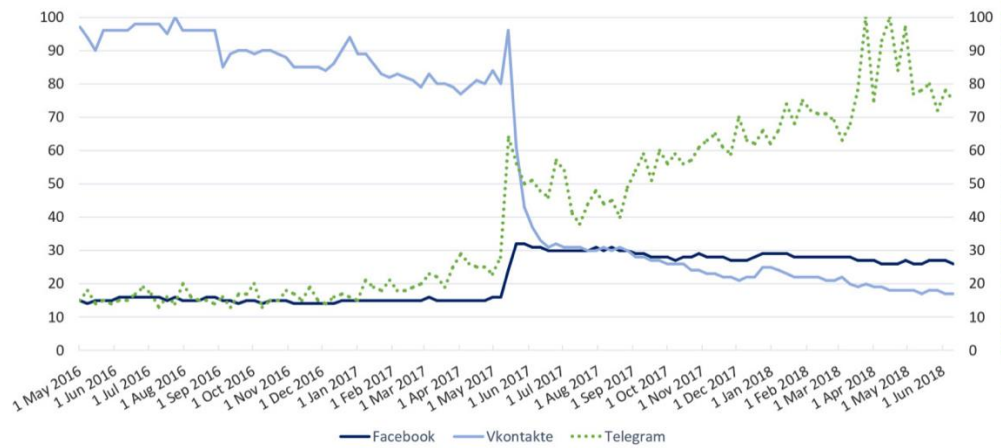
Додаток 1. Найпопулярніші за відвідуванням сайти у світі.



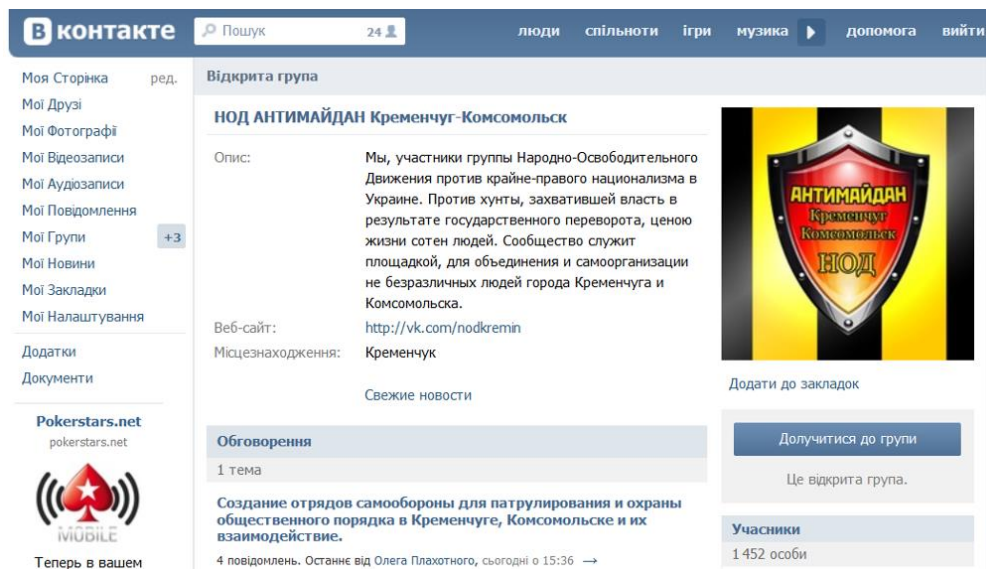
Додаток 2. Як змінились відвідування мережі Вконтакті після блокування 2017 року.



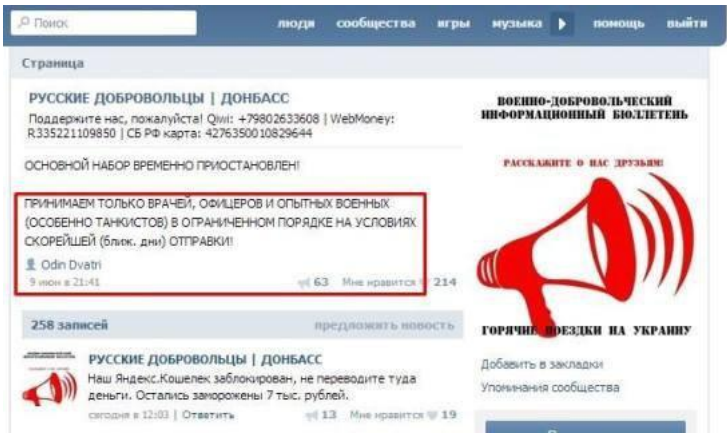
Додаток 3. Порівняння використання Facebook та Вконтакті до 2017 року і після.



Додаток 4.



Додаток 5. Приклад пропозиція брати участь у війні проти України в соціальній мережі Вконтакті.



Додаток 6. Найпопулярніші спільноти в мережі Вконтакті станом на 2013 рік.

Назва	Url-групи в соцмережі	Кількість учасників	Назва	Url-групи в соцмережі	Кількість учасників
КРИМ - 8-Е ЧУДО СВИТУ	https://vk.com/crimea_group	74349	Кримське Ехо	https://www.facebook.com/krymecho/?ref=pb&hc_location=friends_tab	1060
СЕВАСТОПОЛЬ - СТОЛИЦЯ СВИТУ	https://vk.com/sevastopol_group	73079	QNA	https://www.facebook.com/groups/qnaforum/	1052
КРИМ І КРИМСЬКІ ТАТАРИ	https://www.odnoklasniki.ru/dk/ot_stm=alt&source=fb&stclid=st_group&id=evok&highlight=for&newguts&ubj&publ&st.referenceName=crimeantat&st.kin=64&st.f=0&st.qh=533776758&st_aid=L5_Group_name	13694	Транс-м-радіо	https://www.facebook.com/transradio/?ref=pb&hc_location=friends_tab	868
РЕСПУБЛІКА	https://www.facebook.com/GazetaRespublika/?ref=profile	11059	Кримська газета	https://www.facebook.com/krymskaya.gazeta.1/?ref=profile	802
РУСЬКИЙ КРИМ	https://www.odnoklasniki.ru/dk/ot_stm=alt&source=fb&stclid=st_group&id=evok&highlight=for&newguts&ubj&publ&st.referenceName=crimeantat&st.kin=64&st.f=0&st.qh=533776758&st_aid=L5_Group_name	8435	Сьогодні. Крим.	https://www.facebook.com/sogodnya.crimea/?ref=profile	682
ПОДІЇ КРИМУ	https://www.facebook.com/sobytya.crimea/?hc_location=stream	4161	Партія регіонів. Крим	https://www.facebook.com/krm.pr/?ref=sd&ref=ts	617
АТР	https://www.facebook.com/pages/ATR/19239751485197/?ref=profile	2189	Сайт м. Симферополя	https://www.facebook.com/bis.Simferopol/?ref=profile	419
У МІСП	https://www.facebook.com/crimea.vgromde/?ref=stream&hc_location=stream	1733	Кримський Телеграф	https://www.facebook.com/ktelegraf/?ref=stream&hc_location=stream	417
КРИМ	https://www.facebook.com/groups/288465297772568/	1484	Громадська рада при РМ АРК	https://www.facebook.com/groups/552469811444430/	412
ЦЕНТР ЖУРНАЛІСТСЬКИХ РОЗСЛІДУВАНЬ	https://www.facebook.com/investigatorkr.ua/?ref=profile	1376	Вісті. Кримський випуск	https://www.facebook.com/krymk.evest/?ref=stream&hc_location=stream	375
ЛІПНЯ СТОЛИЦЯ	https://www.facebook.com/groups/36651276753771/	1124	Рееопа	https://www.facebook.com/pages/Reeanacom/412626248804632/?ref=profile	259
			Аргументи Тижня	https://www.facebook.com/an.crimea.ua/?ref=profile	217
			КІА	https://www.facebook.com/kianewsage/?ref=stream&hc_location=stream	136