

РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА: ЗАГРОЗИ ТА ШЛЯХИ ПРОТИДІЇ

Оксана СЕМЕНОВА

orcid.org/0000-0003-4848-3235

кандидат історичних наук,

старший науковий співробітник відділу української етнології НДІУ

Анотація. У статті досліджено соціальні медіа в умовах російсько-українського інформаційного протистояння. Окреслено основні завдання російської інформаційної пропаганди, наведено приклади проросійських наративів, що просувалися у соціальних медіа впродовж 2020–2021 рр. Зазначено, що на сьогодні російська пропаганда змальовує Україну виключно у негативному дискурсі: як країну, вражену корупцією, безладом, еміграцією та бідністю. Такі меседжі просувають як вітчизняні медіаресурси, так і блогери – лідери громадської думки з проросійською риторикою.

Окрема увага приділяється аналізу антивакцинаторських меседжів, які масово поширюються через групи у соціальних мережах, що адмініструються з РФ. Відкритість і нецензурованість соціальних медіа, з одного боку, надають їм статусу альтернативних засобів масової комунікації, а з другого – створюють умови як для проявів деструктивної поведінки учасників мереж (тролінг, ельфінг), так і для маніпулятивних зовнішніх впливів, зокрема проведення спланованих інформаційних акцій, спрямованих на поширення паніки і зневіри серед населення, підризу державного суверенітету, руйнування територіальної цілісності держави та ін.

Зазначено, що одним з інструментів просування «потрібних» меседжів є не лише створення фейкових новин, але й фейкових прихильників, тобто використання віртуальних «людей» (ботів чи тролів). Емоційні дописи чи відео з провокативними заголовками, посилені «потрібними» коментарями ботів та тролей, чинять непомітний, але потужний керований вплив на свідомість та волю користувачів.

Розглянуто методи конструювання та поширення фейкової інформації, окреслено шляхи протидії інформаційній пропаганді та дезінформації (державне врегулювання, громадські ініціативи, усвідомлене споживання медіапродукту пересічними громадянами). Ефективними засобами протистояння російському пропагандистському дискурсу можуть бути збільшення україномовного патріотичного контенту у соціальних мережах, створення науково-просвітницьких проектів, впровадження навчальних дисциплін з інформаційної безпеки та медіаграмотності у закладах загальної середньої та вищої освіти, залучення до проектів з підвищення медіаграмотності широкого кола громадян.

Ключові слова: інформаційна війна; пропаганда; соціальні мережі; соціальні медіа; фейк; дезінформація; боти; тролі.

RUSSIAN PROPAGANDA IN SOCIAL MEDIA: THREATS AND WAYS OF COUNTERING

Oksana SEMENOVA

Candidate of Historical Sciences,

senior research fellow of the Ukrainian Ethnology Department of RIUS

Annotation. *The article researches social media in the context of Russian-Ukrainian information warfare. The author has defined the main purposes of Russian information propaganda and provides examples of pro-Russian narratives which were promoted in social media during 2020–2021. It is noted that nowadays Russian propaganda describes Ukraine only in a negative aspect: as a country suffering from corruption, disorder, emigration and poverty. Such messages are promoted both by national media resources and bloggers-opinion leaders with pro-Russian rhetoric.*

Particular attention is paid to analysis of anti-vaccine messages which are widely spread through some social media groups under Russia's control. Transparency of information and lack of control over the social media, on the one hand, give them a status of alternative media and, on the other hand, may cause the destructive behavior of the users (trolling, elfing) and manipulative external influences, in particular, information attacks aiming to spread panic and depression among population, disruption of state sovereignty and territorial integrity of the country etc.

The research has revealed that making "fake" news both with "fake" virtual followers (bots or trolls) is an efficient method of promoting necessary messages. Emotional posts or videos with provocative titles, supported by "necessary" comments of bots or trolls have invisible but powerful impact on the consciousness and will of the users.

The author has examined algorithms of fake news making, analyzed the ways of combating disinformation and information propaganda (state control, public initiatives, conscious media consumption by citizens). The efficient methods of counteracting Russian propaganda are the following: increase of the proportion of Ukrainian patriotic content in social media, making research and educational projects, implementing lessons on information security and media literacy at secondary and higher educational institutions, involving Ukrainian citizens into advanced training in media literacy.

Key words: *information warfare; propaganda; social network; social media; fake; disinformation; bots; trolls.*

Активне впровадження новітніх цифрових технологій стимулювало потужний розвиток соціальних медіа, що об'єднують у собі інформаційний контент та онлайн-комунікацію з його споживачами. Соціальні медіа охоплюють різні сервіси: інтернет-ЗМІ, соціальні мережі, блогосферу як сукупність блогів, мікроблоги, відеохостинги та ін. В Україні соціальні медіа особливо активно почали розвиватися у 2014–2015 рр., зокрема інтернет-ресурси громадських об'єднань, волонтерів, активістів, політиків, експертів. Вони висвітлювали перебіг таких подій, як Революція Гідності, анексія Криму, початок військових дій на Донбасі, та стали повноцінною альтернативою пресі і телебаченню. Опініон-лідери та інфлюенсери з мереж «Facebook», «Instagram»,

«YouTube», «TikTok» та ін. дедалі більше поширюють свій вплив: декілька блогерів із сукупною аудиторією 400–900 тисяч підписників становлять інформаційний ресурс, еквівалентний середньостатистичному інформаційному каналу.

У фокусі нашого дослідження – інтернет-ЗМІ, соціальні мережі та блогосфера України в умовах російсько-українського інформаційного протистояння; метою є з'ясування їх впливу на формування суспільної думки, визначення їх ролі у поширенні антиукраїнських наративів російської пропаганди, розкриття методів конструювання та поширення фейкової інформації, окреслення шляхів протидії інформаційній пропаганді та дезінформації, представлення позитивного образу України світовій інтернет-спільноті.

У вітчизняному науковому дискурсі досліджувана проблематика розглядається у працях Г. Почепцова (специфіка інформаційних війн), Б. Леонова (інформаційний тероризм), Ю. Половинчак (використання маніпулятивних технологій ЗМІ), М. Ожевана (протиборство стратегічних наративів), О. Саморукової, С. Могилка, Ю. Кокарчі (деструктивна поведінка у соціальних мережах), В. Горбуліна («гібридна війна» РФ проти України), А. Онковича (інформаційно-психологічні операції у соціальних мережах), Н. Семен (соціальні мережі як засоби протидії агресії РФ) та ін.

Окремо можемо виділити колективні праці, у яких розглянуто проблеми інформаційної безпеки у соціальних медіа: у монографії «Проблеми суспільної безпеки в процесі розвитку соціальних мереж» (В. Попик, В. Горовий, О. Онищенко) актуалізується значення соцмереж у сучасному суспільстві та розглядаються основні шляхи протидії інформаційним впливам; в аналітичному виданні «Інформаційні виклики гібридної війни: контент, канали, механізми протидії» (за заг. ред. А. Баровської) розглядаються інформаційний супровід окупації та анексії Криму, інформаційна діяльність терористичних організацій на ТОТ у Донецькій та Луганській областях та основні механізми протидії.

Особливої уваги заслуговують аналітичні матеріали організацій, що здійснюють моніторинг наративів російської інформаційної пропаганди у соціальних мережах, інтернет-ЗМІ та їхній вплив на формування громадської свідомості: «Дослідження рівня інфогігієни українських користувачів Facebook» від громадської ініціативи «Як не стати овочем», «По той бік екрана: аналіз

медіаспоживання та дезінформації в українському інформаційному середовищі» від ГО «Детектор Медіа», «Проросійська і антизахідна конспірологія в інформаційній війні. Ключові тренди 2020–2021» від Інституту масової інформації та ГО «Детектор Медіа» та ін.

У ході дослідження актуалізуються такі поняття:

Фейковий новинний сайт (англ. fake news site) – мережевий медіаресурс, який складається із об'єднаних між собою (як за змістом, так і за навігацією) вебсторінок і спеціалізується на новинному контенті та формується з суміші новин та фейкових новин у різних співвідношеннях [41].

Фактчекінг – перевірка фактів та тверджень на точність і правдивість.

Блогер – людина, яка веде онлайн-щоденник – блог у соціальній мережі, регулярно публікує в ньому нові записи (текстові та відеоповідомлення).

Інфлюенсери – блогери, які мають широку аудиторію у соціальній мережі та можуть впливати на неї.

Опініон-лідери (англ. opinion leaders), ЛОМІ (аббревіатура від рос. «лидер общественного мнения») – лідери громадської думки.

YouTube, Facebook, Telegram, Instagram, Twitter давно вже перестали бути майданчиками для розважального контенту – наразі це справжнє поле битви інформаційної війни. За даними звіту Facebook «Ситуація з операціями впливу у 2017–2020 роках», Україна входить до першої п'ятірки лідерів у світі за кількістю мереж, що здійснювали операції інформаційного впливу. Окрім внутрішніх (8), Україна зазнавала зовнішніх інформаційних атак (10), причому усі вони були організовані з Росії, і ще одна – з

території невідконтрольного України Луганська [28].

На сьогодні мережа Інтернет стала трансграничним полігоном для ведення інформаційної війни РФ щодо України: «кіберпартизани», «кіберополчення», а також спеціальні підрозділи різних безпекових відомств країни-агресора стають важливим елементом в кібератаках та веденні спеціальних психологічних операцій у соціальних мережах [6, с. 9]. Російська пропаганда широко використовує дискурс наративу: багаторазове повторення певних меседжів, які люди перестають сприймати як вигадки, натомість починають у них вірити, не переконавшись у їхній достовірності (наприклад, фейки про розп'ятого хлопчика, двох рабів та клаптика землі для учасників АТО тощо). Автори циклу документальних фільмів «Operation InfeKtion», створеного виданням «New York Times», розкривають методику створення ідеальної фальшивої новини, яку застосовує Росія з часів холодної війни й понині: 1) знайти «тріщини» у суспільстві-мішені (економічні, демографічні, лінгвістичні, етнічні та ін. соціальні розбіжності); 2) створити масштабну вигадку довкола цієї проблеми; 3) додати до вигадки трохи правди; 4) знайти поширювача вигадки; 5) знайти тих, хто бездумно сприймає оманливі меседжі; 6) непохитно заперечувати правду; 7) проводити операції впливу впродовж тривалого часу [12].

Проаналізувавши методи ведення інформаційної війни та інформаційних провокацій з боку РФ, дослідниця соціальних комунікацій Н. Семен у своїй дисертаційній роботі виділяє такі основні завдання російської інформаційної пропаганди:

- створення атмосфери зневаги до українського слова, культури, історії та державності, нав'язування ідеї про всемогутність та прогресивність Росії;
- зростання політичної напруги, домагання недовіри та зневаги до української влади з боку населення;
- стимулювання розбрату між політичними партіями в Україні;
- провокація соціальних, національно-етнічних сутичок;
- ініціація акцій непокори та масових заворушень;
- нівеляція іміджу та авторитету України в очах інших країн;
- створення опозиційних до конституційної української влади груп;
- фальсифікація фактів історичної спадщини, висміювання здобутків українського народу;
- намагання змінити систему людських цінностей;
- применшення та замовчування світових досягнень України в науці, техніці та інших значущих галузях;
- особлива акцентуація на поразках України, замовчування її досягнень;
- формування серед військових зневіри до перемоги України над Росією;
- нав'язування свого способу життя, поведінки, світогляду як апріорі істинних речей;
- навіювання паніки та підрив морального духу і віри українців у перемогу;
- нанесення шкоди інформаційній безпеці України [38, с. 27–28].

На основі аналізу контенту онлайн-медіа «112ua», «ZIK», «Newsone», «Страна.ua», «Голос.ua», «Вести», «Українські новини», «Подробности», «Багнет», «КП в Україні», «Апостроф», «Коментарі», «Телеграф», телевізійних та YouTube-каналів «112ua», «ZIK», «Newsone», «Перший

незалежний», «Наш» експерти Інституту масової інформації та ГО «Детектор Медіа» виділили такі основні приклади проросійських наративів, що просувалися впродовж 2020–2021 рр.: Україна не виконує Мінських угод і порушує домовленості; Україні потрібна війна, щоб відволікти населення від невдач влади; Крим російський та водопостачання з України; втручання України в справи Білорусі; екстремізм/націоналізм в Україні; дискредитація чинної влади України; Православна церква України, невизнання церкви, «розкольництво»; «вагнерівці» в Білорусі; Україна – держава, яка не відбулась (failed state); утиски російської мови в Україні; Донбас російський; Північний потік–2; незаконне захоплення влади в Україні внаслідок повалення законного керівництва; коронавірус (успішна боротьба Росії проти коронавірусу, вакцина «Спутник V»); успішна Росія, Путін – захисник, Росії не потрібна війна; Росія не є стороною війни в Україні [32].

Найбільше матеріалів з проросійською і антизахідною риторикою було виявлено в таких медіа: «Страна.ua», «112ua» та «ZIK», причому дослідження не зафіксувало суттєвого зменшення кількості таких матеріалів після блокування медіа, які входять до сфери впливу В. Медведчука. Дійсно, YouTube-канали «112ua», «ZIK», «Newsonе» є заблокованими, а ось сайт *strana.ua*, до якого у серпні 2021 р. рішенням РНБО було відключено доступ, перейшов на інші URL-адреси: *strana.today*, *strana.news* і функціонує й понині. Кількість підписників YouTube-каналу «Страна.ua» навіть зросла: з 456 тис. у 2020 р. до 475 тис. у 2021 р. [23].

Розглянемо основні медіа – поширювачі проросійських наративів: «ескалація

україно-російської війни – це справа рук України» – «Страна.ua», «Голос.ua», «Вести»; «Україна – держава, що не відбулася» – «112ua», «ZIK», «Newsonе»; «Росія успішно бореться проти коронавірусу. Путін готовий продати цю вакцину Україні» – «112ua», «ZIK», «Newsonе», «Страна.ua»; «Екстремізм/націоналізм/нацизм/радикали в Україні» – «Страна.ua», «112ua»; «Україна здійснює репресії. Утиски російськомовних громадян та Російської православної церкви в Україні» – «112ua», «ZIK», «Newsonе» [32, с. 13–14].

На сьогодні російська пропаганда змальовує Україну виключно у негативному дискурсі: як країну, вражену корупцією, безладом, еміграцією та бідністю. Аналіз медіаспоживання та дезінформації в українському інформаційному середовищі, проведений ГО «Детектор Медіа» впродовж березня – листопада 2020 р., засвідчує, що найбільш поширеною маніпуляцією у соцмережах у цей період був меседж про українців – «малоросів без своєї мови та історії», зокрема, лише за травень 2020 р. у Facebook-спільнотах південних і східних областей понад 470 разів поширювали повідомлення зі змістом «Україна перекручує історію». Сплеск маніпуляцій на історичну тему відбувся 9 травня, коли проросійські сили поширювали меседжі про «можем повторить» чи «на Берлін». Іншими поширеними антиукраїнськими пропагандистськими наративами є «Україна – нацистська держава», «Майдан – це помилка», «ПЦУ – розкольники», «в Україні громадянська війна», «зовнішнє управління Україною» [29, с. 15, 20, 22–23, 25].

У сучасну епоху доступний широкий спектр засобів інформації, тож,

здавалося б, користувачі мають усі можливості, щоб провести фактчекінг та спростувати фейк. Натомість значна частина українців схильна більше довіряти думці блогерів-«експертів» з кількома десятками або сотнями тисяч підписників, аніж раціонально та критично мислити. Часто визначальним є саме розмір аудиторії блогера: чим вона більша – тим більше йому довіряють. Довіра, думка, вплив та репутація є характерними для дискурсу соціальних медіа [31]. Відкритість і нецензурованість, з одного боку, надають їм статусу альтернативних засобів масової комунікації, а з другого – створюють умови як для проявів деструктивної поведінки учасників мереж (тролінг, ельфінг), так і для маніпулятивних зовнішніх впливів, зокрема проведення спланованих інформаційних акцій, спрямованих на поширення паніки і зневіри серед населення, підрив державного суверенітету, руйнування територіальної цілісності держави та ін. Сучасні дослідники розглядають інформаційно-психологічні атаки у соціальних мережах як один із напрямів гібридної війни Росії проти України [15; 26].

За повідомленням агенції «Інтерфакс-Україна», у 2021 р. в Україні нараховується 26 млн. користувачів соціальних мереж, наразі у них зареєстровано понад 60% населення. Станом на січень 2021 р. найпопулярнішими соціальними мережами серед українців є: Facebook – 59% українських користувачів; YouTube – 43%; Instagram – 30%; Telegram – 17%; Twitter – 6% [39].

Стрімко набирає популярності в Україні (особливо серед молоді) соціальна мережа «TikTok», яка містить короткі інформативні відео, пісні, аудіозаписи тощо (зареєстровано від 3 до

5 млн. користувачів). Втім за масовістю український контент тут відчутно програє російському. Предметом дискусій довкола цієї соцмережі стали як публічна зневага до української мови деякими користувачами, так і позитивний досвід у її обстоюванні популярними TikTok-блогерами, які активно просувають український контент, популяризують мову та історію, проводять патріотичні челенджі [14, с. 43]. До молодіжного TikToku залучаються й канали для більш «дорослої» аудиторії: свої акаунти тут уже мають деякі українські медіа («hromadske.ua», «Телебачення Торонто», «Радіо Свобода», «1+1», «Страна.ua»), журналісти (skrypin.ua), просвітницькі канали («Історія без міфів») та ін.

Здійснивши аналіз контенту українського TikToku, журналіст видання «Lb.ua» А. Оленін зазначає, що одним із його центральних трендів, окрім української мови, є тематика про Крим, Донбас, російську агресію. Наприклад, відео з тегами «днр» та «лнр» мають разом майже мільярд переглядів, велика кількість переглядів у таких пропагандистських тегів, як «крымнаш» чи «донбасросія» [40]. Російсько-українське інформаційне протистояння продовжується і на такому, здавалося б, аполітичному майданчику: у грудні 2020 р. TikTok заблокував хештег #АТО, а на початку 2021 р. був видалений хештег #новороссія [46].

Останнім часом в Україні все більше набуває популярності Telegram – месенджер із функціями соціальної мережі, який виявився однією з головних зон поширення пліток, мови ворожнечі та дезінформаційних наративів. Дослідження ГО «Детектор Медіа» показало, що 49 зі 100 найпопулярніших в Україні телеграм-каналів зарахували себе до

категорії «Новини та ЗМІ». У десятці найпопулярніших з них шість – ті, що часто публікують «зливи», провокації, ігноруючи журналістські стандарти [29, с. 43]. У лютому 2021 р. кіберфахівці СБУ викрили масштабну агентурну мережу Telegram-каналів, яка займалася розвідувально-підривною діяльністю на замовлення спецслужб Російської Федерації. У діяльності були задіяні жителі Харкова та Одеси, які пропагували ідеї так званої «руської весни», а їх «головним менеджером» був один із організаторів масових заворушень під час одеського «Антимайдану». Вони створювали та адміністрували низку політичних каналів, серед яких «Легитимный», «Резидент», «Картель», «Сплетница», «Чорний квартал», «Политический расклад», «Нетипичное Запорожье», «Тремпель Харьков», «Одесский фраер», «Днепр live», «Николаев live», «Херсон live». Незважаючи на рішення суду м. Харкова про припинення діяльності перших чотирьох каналів на території України, вони й понині продовжують функціонувати, транслюючи з-поміж інших й антивакцинаторські меседжі.

У жовтні 2021 р. Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки й оборони України провів аналіз українських Telegram-каналів, за результатами якого виявлено інформаційну спецоперацію, спрямовану на максимальне зменшення рівня вакцинації населення України [1]. У звіті продемонстровано, як за допомогою мережі засобів масової комунікації, що куруються РФ або мають безпосереднє відношення до неї, поширюються повідомлення про начебто негативні наслідки вакцинації. Найбільше деструктивні нарративи в Україні щодо вакцинації просувають Telegram-канали «Картель», «Сплетница». Разом

з тим Telegram-канали, які адмініструються з РФ та спрямовані на аудиторію ТОТ Донецької, Луганської областей, ТОТ АР Крим та м. Севастополь і на територію Росії, транслюють діаметрально протилежні нарративи. В їхніх публікаціях вже міститься інша позиція щодо вакцинації: доводиться до відома населення інформація про необхідність щеплень, залучаються лідери думок та блогери для поширення пропаганди вакцинації («Новостной каталог. Новости мира», «Эхо Москвы», «ТАСС»).

У звіті також зазначено, що важливу роль у розповсюдженні ідей антивакцинаторства відіграє одна з церков (УПЦ МП. – О. С.). 19 жовтня 2021 р. представники цієї церкви провели під будівлею Верховної Ради мітинг проти вакцинації від коронавірусу, куди учасники принесли плакати з гаслами: «Вакцинація вбиває», «Ні медичним експериментам. Захистимо наших дітей». Очолив мітинг протестувальників-вірян священник УПЦ МП із Почаєва Олександр Марценюк. Крім молитов, на мітингу лунали пісні про Росію і царя, а також заклики до «канонічного єдинства» з Росією. Ще раніше отець Олександр став відомим завдяки скорботному віршу з приводу ліквідації проросійського терориста «Гіві» та заявам про молитовну підтримку «Новоросії» на російському сайті «Москва – Третий Рим», а українських воїнів він називав «убийцями Донбасса». На сайті УПЦ МП містяться рядки з проповіді митрополита Онуфрія щодо вакцинації: «Сьогодні багато говорять про земне життя, про те, що треба робити щеплення, бо інакше людина помре. Проте є вакцина вічності – це покаяння. Що б людина собі не зробила, яку б вакцину не ввела – одну чи десять, чи жодної, вона

все одно помре. А якщо ми зробимо собі щеплення вічності, введемо вакцину вічності, тобто візьмемо покаяння у свій труд, тоді ми будемо жити вічно на небі во Христі Ісусі Господі нашим». Таким чином, вірянам доноситься думка, що вакцинація не врятує їх від смерті.

Проте ця ж церква російську аудиторію, навпаки, закликає вакцинуватися, проводить роз'яснювальну роботу про види вакцин, розглядає щеплення як єдиний спосіб зупинити поширення коронавірусу, що й демонструють власним прикладом вищі ієрархи російської церкви (РІА Новості: «Патриарх Кирилл привился одной из российских вакцин от COVID-19», 13.04.2021 р.). Керівник Центру з вивчення проблем релігії та суспільства РАН Роман Лункін зазначає, що російські релігійні лідери «відповідально» підійшли до питання вакцинації та закликають своїх вірян робити щеплення¹.

Фахівці Центру протидії дезінформації підкреслюють, що повномасштабна і тривала дезінформаційна операція загрожує життю та безпеці українців і кількість постраждалих буде зростати, якщо не вжити необхідних заходів для протидії в інформаційному просторі. Окрім того, антивакцинаторські настрої та гасла використовують організатори протестних акцій для дестабілізації ситуації у країні. Зокрема, йдеться про викриття фахівцями СБУ у Львівській області антиукраїнської мережі, менеджерами якої були лідери антивакцинаторських кампаній, залучені до розробки планів захоплення влади та створення територіальних громад з «власною міліцією» та «економікою»².

¹ Див.: vedomosti.ru від 19.08.2021.

² Див.: [https://ssu.gov.ua/novyny/sbu-blokuvala-](https://ssu.gov.ua/novyny/sbu-blokuvala-antyukrainsku-merezhu-yaka-pid-kuratorstvom-rf-rozrobliala-plany-zakhoplennia-vlady)

Отже, Telegram-канали залишаються одним з майданчиків неконтрольованого «вливу» антиукраїнського контенту. Це можемо простежити також на прикладі опублікованого на офіційному веб-сайті РНБО «Глосарій назв, термінів та словосполучень, які рекомендовано використовувати у зв'язку з тимчасовою окупацією Російською Федерацією Автономної Республіки Крим, м. Севастополь і окремих районів Донецької та Луганської областей», що став об'єктом дискредитації з боку проросійських каналів у Telegram. Результати звіту Центру протидії дезінформації від 21.10.2021 р.³ свідчать про те, що проросійські нарративи щодо Глосарію просувають канали Klymenko Time, VESTI, Шептун, First, Novostnoy, а також акаунти персональних блогів Юрий Ткачѳв, Андрей Манчук, КОРНИЛОВ, Максим Могильницький, Вадим Рабинович, Moroz.Live.

Йдеться, зокрема, про поширення меседжів, що ставлять під сумнів Революцію Гідності. Наприклад, Klymenko Time (належить колишньому міністру доходів і зборів України О. Клименку) так реагує на Глосарій: «С каких пор у нас госорганы приписывают называть событие, которое юридически является переворотом, – «революцией достоинства»? Новый термин в праве, да?». Названі вище Telegram-канали разом

antyukrainsku-merezhu-yaka-pid-kuratorstvom-rf-rozrobliala-plany-zakhoplennia-vlady

3 Див.: Звіт Центру протидії дезінформації. 21 жовтня 2021 р.: https://www.rnbo.gov.ua/files/2021/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82_%D0%A6%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80%D1%83_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%B4%D1%96%D1%97_%D0%B4%D0%B5%D0%B7%D1%96%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97_%D0%93%D0%BB%D0%BE%D1%81%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%B9.pdf

зі своїми каналами-супутниками активно поширювали цю публікацію, таким чином, за допомогою цитувань та перепостів створювалася «незалежна» думка каналів, що позиціонують себе як опозиційні до влади. Фахівці Центру констатують про існування та скоординовану діяльність широкої мережі Telegram-каналів, що куруються з РФ, метою яких є проведення дискредитаційних, дезінформаційних кампаній проти України.

Мережа «Facebook» користується найбільшою популярністю серед українців. За даними дослідження, проведеного волонтерською ініціативою з інформаційної гігієни «Як не стати овочем» та SemanticForce у січні 2021 р., 47% українців, які користуються інтернетом, отримують новини з Facebook. 73% з них не дотримуються інформаційної гігієни – публікують фейки, посилаються на фейкові новинні сайти тощо. 61% публікують матеріали з т. зв. «ресурсів-сміттярок» – сайтів, публічних сторінок та груп, 39% – матеріали, які містять маніпулятивну інформацію, 26% користувачів публікують фейки. Найнижчий рівень порушення базової інформаційної гігієни було виявлено у північних регіонах України; найвищий – у східних, особливо масово користувачі публікували там маніпулятивну інформацію. Як зазначає О. Мороз, засновниця ініціативи, лише 3% українців можуть відрізнити фейк від правди, причому чим молодша людина, тим менше публікацій, які порушують інформаційну гігієну.

Ключовий інструмент поширення фейків в українському Facebook – «ресурси-сміттярки», які продукують емоційні матеріали¹. Найпопулярнішими

¹ Детальний перелік фейкових новинних сайтів

серед українців є 51 сторінка з інформаційним контентом, 29 з них є типовими «ресурсами-сміттярками» і лише 3 – це медіа, внесені Інститутом масової інформації до «білого списку»: «Радіо Свобода», «Громадське» та «Українська правда», рівень дотримання професійних стандартів у них становив близько 97,8% [22; 20].

З розвитком та поширенням соціальних мереж стрімко збільшується аудиторія та вплив блогерів – лідерів думок; найбільшу аудиторію в українських соціальних мережах серед них мають здебільшого політики, журналісти, громадські діячі та активісти. Проведене Інститутом масової інформації дослідження свідчить, що найбільш впливовими блогерами, які висвітлюють суспільно-політичні проблеми у Facebook, є: Денис Бігус (бл. 79 тис.), Тетяна Монтян (понад 101 тис.), Яніна Соколова (понад 144 тис.), Роман Скрипін (понад 136 тис.), Андрій Луганський (понад 87 тис.), Сергій Стерненко (65 тис.), Денис Казанський (понад 102 тис.), Андрій Смолій (понад 105 тис.), Олексій Арестович (понад 186 тис.), Андрій Карпов (Андрій Полтава) (понад 60 тис.), Олеся Медведєва (у дослідженні ІМІ – 400 тис., за нашими даними – понад 24 тис.) та ін. Найпопулярнішими політичними блогерами у YouTube є Олександр Семченко (понад 553 тис.), Олег Єлісєвич (531 тис.), Ростислав Шапошніков (343 тис.) та ін. [19; 23] (дані оновлено на 01.11.2021 р. – О. С.).

Блогосфера в Україні, як зауважує О. Мороз, – це територія суб'єктивізму: користувачам соціальних мереж вкрай важко знайти об'єктивне джерело

та жовтої преси див. за посиланням: <https://www.stopfake.online/p/blog-page.html>

інформації. Зважаючи на те, що аудиторія цих блогерів співмірна з деякими традиційними медіа, заради її збільшення і вигідного заробітку вони часто маніпулюють, виконують різні політичні замовлення і просто «хайпують» на гострих та емоційних темах. Лише незначна частина блогерів неупереджено та об'єктивно висвітлюють події, без політичних оцінок та пропаганди. У сегменті суспільно-політичних блогерів – одиниці з тих, хто мають відверту проукраїнську позицію. Найбільше таких, хто «хейтить» політиків, громадських діячів тощо, спираючись на проросійський електорат, та тих, хто розчарувався у Майдані, системно просуюючи російські пропагандистські наративи.

Інтернет-виданням «Українська правда» впродовж серпня – листопада 2020 р. було проаналізовано 334 канали, які поширюють суспільно-політичні відео, і встановлено, що сумарні перегляди відеоканалів з прямою чи завуальованою проросійською пропагандою у два з половиною рази перевищують канали з проукраїнською позицією. Серед ТОП-8 політичних YouTube-блогерів України лише два мають чітку проукраїнську позицію – «ВАТА TV» (Андрій Полтава) та «Андрей Луганский», які мали сумарний перегляд відео у 5 разів менше, аніж за аналогічний період, наприклад, у О. Семченка – блогера, чия риторика – це мікс російської пропаганди та критики української влади (про що переконливо свідчать його відеоролики «Александр Семченко о русофобах в новой Раде», 2019 р., «Националисты потребовали выйти из минских соглашений и начат наступление на Донбассе», 2021 р. та ін.). Втім позитивні зрушення є: сегмент проукраїнських суспільно-політичних

YouTube-каналів поступово збільшується за рахунок зростання популярності низки журналістських каналів – «skypin.ua» (279 тис.), «Телебачення Торонто» (479 тис.), «VINUS info» (483 тис.), «Роман Цимбалюк» (382 тис.) та ін. [23] (дані оновлено на 01.11.2021 р. – О. С.).

Фахівці у сфері масових комунікацій оперують поняттями «захисні кокони», «камери відлуння», у яких групуються користувачі соцмереж зі схожими поглядами, що уможлиблює їх перебування у зоні емоційного та інформаційного комфорту [31]. Посилюється фактор вибіркового сприйняття, коли людина свідомо чи несвідомо обирає саме ті джерела інформації (блогерів, медіа), які поділяють або пропагують близькі для неї цінності чи погляди. Спрацьовує т. зв. «стадний інстинкт»: користувач, долучившись до спільноти, починає довіряти інформації, яку з неї отримує. Звідси небезпека штучної, заснованої на хибних цінностях та маніпулятивних інтерпретаціях медіасвідомості, коли реальність, пропонує ЗМІ, відрізняється від дійсної, а громадська думка спотворюється [34, с. 498, 501; 30, с. 18; 29, с. 41].

Аби зрозуміти потужність впливу блогерів на формування громадської думки, зупинимось на особистості Анатолія Шарія, якому вдалося завдяки своїй медіаактивності зібрати величезну аудиторію прихильників (його YouTube-канал має 2,54 млн. підписників, профіль у Facebook – 347 тис., Instagram – 307 тис., Twitter – 257 тис., Telegram-канал – 282 тис.; також він має власне інтернет-видання «sharij.net» (з листопада 2021 р. у зв'язку зі санкціями РНБО YouTube-канал видання заблоковано, замість нього створено новий ресурс «Новое издание»)) та створити свою

політичну силу (Партія Шарія) лише за півтора місяця до позачергових парламентських виборів 2019 р., набравши 2,2% голосів і випередивши такі відомі на політичній арені партії, як «Свобода», «Громадянська позиція», «Самопоміч». Очільницею партії, а також головною редакторкою видання «sharij.net» є його дружина Ольга Шарій (до речі, також відома блогерка з аудиторією 387 тис. підписників, яка, за версією сайту «Фокус. ua», очолила рейтинг найвпливовіших жінок України у 2020 р.) [49].

У 2020 р. А. Шарій став абсолютним лідером політичного сегменту українського YouTube [23]. Проведене у травні цього року командою сайту «Фокус.ua» онлайн-голосування «Топ-50 блогерів України» також засвідчило його лідируючі позиції: він посів друге місце у загальному рейтингу та перше місце у категорії «Політика» [27].

Залишивши у 2012 р. територію України через кримінальне переслідування, А. Шарій увесь цей час живе у країнах ЄС. Сходження його як відео-блогера починалося зі створення каналу у YouTube у 2013 р., одночасно з початком Євромайдану. Нову політичну реальність блогер не підтримав, стверджуючи, що Революція Гідності не принесла очікуваної свободи, спровокувала збройний конфлікт з Росією та окупацію українських територій. А. Шарій є частим коментатором у російських ЗМІ, зокрема на телеканалах «Россия 24», «Россия 1», телеканалі Міністерства оборони Росії «Звезда». У своїх відеороліках та інтерв'ю «віртуальний політик» дискредитує державну політику України, умисно поширює маніпулятивну інформацію щодо урядових ініціатив і подій на сході країни. Зокрема, блогер повторював

наративи російської пропаганди про те, що малайзійський «Боїнг» над Донеччиною збили не з російської, а з української установки «Бук».

Проведене Українським порталом військової тематики *mil.in.ua* розслідування з викриття фейків А. Шарія про конфлікт на Донбасі засвідчує, що він систематично дезінформує у своїх відео, наприклад, видаючи російську військово-техніку за українську. Окрім цього, своїми висловлюваннями А. Шарій дискредитує окремі етнічні групи українців, назвавши жителів Західної України людьми «другого сорту», «полукровками» і «онуками помічників наймитів» [2; 9]. За публікування відео, де карта України була без Криму та частини Луганської і Донецької областей, у жовтні 2020 р. СБУ відкрило кримінальне провадження проти А. Шарія через посягання на територіальну цілісність України. У лютому 2021 р. Служба безпеки України оголосила його підозрюваним у державній зраді та порушенні рівності громадян. Нові санкції проти А. Шарія (а також проти О. Шарій) за ведення системної антиукраїнської пропаганди були запроваджені СБУ у серпні 2021 р., що, до речі, ніяк не вплинуло на його медіаактивність та популярність, оскільки медіаресурси блогера знаходяться у вільному доступі, набираючи все більше переглядів (на сьогодні у YouTube їх сумарна кількість понад 4 млрд.), а результати соціопитування, проведеного командами USAID–Internews у листопаді цього року, засвідчують, що він посідає четверте місце у рейтингу двадцяти найбільш популярних блогерів України¹.

¹ Ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа 2021. USAID–Internews. С. 17: <https://internews.in.ua/uk/news/majzhe>

YouTube-канал А. Шарія щодня випускає невелику кількість роликів тривалістю 10–20 хв. Інформація подається в експресивній та переконливій манері оповіді, що приваблює глядачів, залучає їх до дискусії та рефлексування (коментування, поширення, реагування лайками). Таким чином, блогер знаходить свою віртуальну аудиторію, яка на виборах перетворюється у реальних прихильників його політичної партії. Звинувачення в антиукраїнській риторичі А. Шарій відкидає, заявляючи, що він не підтримує політику Кремля, натомість «транлює правду та здоровий глузд» (зі слогану на головній сторінці його YouTube-каналу). Проте саме в такій «альтернативній», персоналізованій правді криється небезпека маніпулювання суспільною думкою. О. Мороз розглядає А. Шарія як одного з найкращих та найефективніших продуктів російської пропаганди: «свій хлопець, який за правду і все розтлумачить по-простому. Втім розтлумачить так, як треба йому, а не так, як є насправді» [25]. На думку Ю. Мельника, фахівця із соціальних комунікацій, особистість А. Шарія – приклад того, як працює «напівправа»: вибіркоче підбирання фактів, які підкреслюють невдачі та провали України, та навмисне «непомічання» та обезцінення успіхів та здобутків [16].

Емоційна розповідь блогера знаходить підтримку серед багатьох українців, про що свідчить його популярність як на загальнонаціональному, так і регіональному рівнях (на півдні та сході країни за його медіадіяльністю стежить 21% населення). Аналіз географії переглядів відео його YouTube-каналу показав, що частка

українських глядачів становила 25%, російських – 52% [23]. На основі аналізу акаунтів підписників блогера у Facebook та на YouTube-каналі експерти роблять висновок, що значна їх частина – боти, зокрема російські [21].

Цікавий аналіз активності коментаторів здійснено в ході спільного дослідження Semanticforce «Інтерньюз-Україна» та UkraineWorld протягом червня – липня 2020 р., зокрема, було проаналізовано коментарі під відео десяти популярних каналів мережі «YouTube», які періодично поширюють антизахідну риторичу та російські пропагандистські повідомлення: «112 Украина», «Анатолий Шарий», «Андрей Портнов», «Ольга Шарий», «Страна.ua», «Украина.ru», «Klymenko Time», «NewsOne», «Topinform», «ZIK». Встановлено, що частка російських коментаторів переважає на каналах Анатолія та Ольги Шаріїв, «Украина.ru» та «Topinform»: 20 найпопулярніших коментаторів сукупно залишили 7650 коментарів протягом місяця. На основі аналізу їхніх юзер-неймів, зображеннях профілю та частоти публікації однакових коментарів автори дослідження роблять припущення, що серед них є чимало ботів. У результаті підсумовується, що одним з інструментів просування «потрібних» меседжів є не лише створення фейкових новин, але й фейкових прихильників, тобто використання віртуальних «людей» (ботів чи тролів) [8].

У сучасних реаліях використання ботів для підвищення популярності соціальних медіа – дуже поширений інструмент. Боти – це найняті користувачі, які підтримують ідеї або дії суб'єкта впливу (блогерів, політичної сили, медіаресурсу), виступають критиками його

50-ukrajintsiv-viryat-u-dezinformatsiyu-provaktysnu-yak-nebezpechnishu-za-covid-19-nove-opytuvannya-usaid-internews/

опонентів і застосовують різноманітні методи інформаційно-психологічного впливу (дезінформація, маніпулювання, поширення чуток, навіювання, психологічний тиск) [17, с. 196]. Ботом може бути також спеціальна програма, що автоматично виконує задані їй дії. В сучасному суспільстві застосовують комбінований підхід: застосування бота-програми і бота-людини водночас.

Основні ознаки бота: відсутність аватару/розмита фотографія на аватарі/абстракція замість фото; відсутність декількох фотографій однієї й тієї ж людини в різних ракурсах, натомість – абстракція або групові фотографії з великою кількістю людей; відсутність власного контенту/публікацій, замість цього – регулярні репости; відсутність або мала кількість лайків під власними публікаціями; недостовірна або зовсім не заповнена інформація в профілі; публікація одного і того ж коментаря; велика кількість зовнішніх посилань у коментарях на сторонні сайти (боти в середньому використовують посилання в три рази частіше); немає юзер-нейму; неспівставні дата реєстрації і кількість публікацій (наприклад, місяць як зареєстрований, а вже кілька сотень публікацій); частота публікацій (пост чи коментар кожні кілька хвилин) та ін. [43].

Троль – це обліковий запис, який поширює інформацію, пропаганду або ж сіє сумніви, недовіру в інших користувачів. Основні ознаки тролей: велика кількість фоловерів (переважно ботів), навіть якщо обліковий запис є відносно новим; акаунти часто є анонімними або ж мають видумані юзер-нейми. Тролінг – це радикальна критика, провокації та цілеспрямоване висміювання позиції автора; протилежним до нього явищем

є ельфінг – надмірне схвалювання автора чи предмета обговорення. Приклади пропагандистських меседжів, що розповсюджуються російськими троями: українці – неонацисти; українці спровокували інцидент біля Керченської протоки; малайзійський рейс МН17 був збитий Україною [44]. Саме остання подія викликала найбільшу хвилю активності «кремлеботів»: використовуючи хештег *#провокацияКиева* у Twitter, вони за два дні опублікували понад 65 тис. твітів із звинуваченням України в катастрофі.

Механізми поширення фейкової інформації доволі прості і полягають, перш за все, у «підігриванні» інтересу до подій в Україні з боку російських ЗМІ, що призводить до постійної наявності української тематики в підсумкових телепередачах, вечірніх новинах. Ця інформація підхоплюється сторінками федеральних ЗМІ у Facebook чи інших соцмережах, а згодом – поширюється через ЛОМів, ботів та звичайних користувачів. Можлива й обернена схема: спочатку фейкову новину публікують у інтернет-виданні чи приватному блозі, потім за допомогою ботів вона поширюється у соцмережах, де підхоплюється ЛОМами з великою кількістю підписників. Привернувши достатньо уваги, повідомлення потрапляє до провідних ЗМІ, включно з телеканалами [42].

Одна людина може керувати десятками ботів, які можуть дискутувати як між собою, так і з реальними людьми, якщо думка цих людей не збігається з тією, яку вони пропагують. Для масового впливу на формування громадської думки створюють ботруми (ботоферми) – компанії несправжніх користувачів соцмереж, що дає можливість писати тисячі коментарів від ботів [45]. Основні завдання

ботрумів – створення власних «армій» інфлуенсерів та ЛОМів, різке збільшення кількості підписників, масований постинг потрібних меседжів у соцмережах [5]. Ботруми бувають кількох видів: з автоматичною системою залученості (існують спеціальні профільні біржі, де можна купити лайки, поширення, коментарі, підписки на сторінки та готові акаунти), частково автоматизовані та автоматизовані. О. Мороз зазначає, що штучну популярність політиків та інформаційні атаки продукують переважно ботруми першого та другого видів [24].

З 2014 р. спостерігається тенденція до зростання активності «кремлівських тролів», «кремлеботів», завдання яких – гостра критика на адресу України та Заходу й вихваляння кремлівського керівництва в соціальних мережах. Найняті коментатори з провокативними меседжами стали однією із складових інформаційної війни Росії проти України [33, с. 86]. Росія має принаймні 7 відомих ферм тролів. Найвідоміша з них – Агенція інтернет-досліджень (IRA) у Санкт-Петербурзі, де працює щонайменше 400 осіб. Блогери отримують «технічні завдання» – ключові слова і теми для обговорення, такі як Україна, російська опозиція та відносини із Заходом, тож під кожною статтею у провідних ЗМІ з'являються тисячі коментарів потрібного змісту [3].

Недопущення поширення небажаного та шкідливого контенту – завдання адміністрації соціальних мереж. Тож Facebook, Twitter та YouTube зосереджують свою увагу на моніторингу та блокуванні діяльності акаунтів, сторінок та груп, що впливають на громадську думку, зокрема, регулярно влаштовують

«чистки» бот-акаунтів. Протягом 2014–2020 рр. Facebook видалив тисячі антиукраїнських майданчиків на цьому ресурсі, ведуться розробки щодо використання програмних алгоритмів для автоматизації таких дій [26, с. 213].

Якщо деструктивний контент все ж таки потрапив на сторінки соціальних медіа (а особливу загрозу для інформаційної безпеки України становить діяльність акаунтів, координованих з РФ), до протидії залучаються фахівці відповідних правоохоронних органів, одним із напрямів діяльності яких є виявлення та блокування діяльності російських ботоферм. З метою захисту кібернетичного та інформаційного простору України у січні 2012 р. засновано Департамент контррозвідувального захисту інтересів держави у сфері інформаційної безпеки Служби безпеки України. У січні 2018 р. на його базі був створений Ситуаційний центр забезпечення кібербезпеки, серед завдань якого є виявлення та нейтралізація цільових кібератак, запобігання поширенню інформаційних «вкидів», що дестабілізують ситуацію в країні. Так, цьогоріч у Луцьку було нейтралізовано потужну ботоферму, члени якої закликали через соцмережі до порушення територіальної цілісності нашої країни, зокрема агітували за створення так званих «Малоросії» та «Новоросії», а також за приєднання всього сходу України до «великої Росії» [36]. В Івано-Франківській області СБУ ліквідувала ботоферму, яка здійснювала «накрутку» кількості переглядів, уподобань, коментарів у соціальних мережах та відеохостингах [37]. Викрито та заблоковано діяльність ботоферм у Львівській області, де злочинці створювали анонімні акаунти, через які поширювали хибну

інформацію про ситуацію в Україні «для створення панічних настроїв у суспільстві та дискредитації української влади» [18]. У Києві викрито ботоферму, завдання якої полягало у поширенні через соцмережі антиукраїнських гасел та дезінформації щодо результатів проведення «Кримської платформи», для чого зловмисники створили та адміністрували понад 15 тисяч анонімних акаунтів, а дописи публікували від імені «пересічних громадян» [35].

Всього з початку 2021 р. кіберфахівцями СБУ було припинено діяльність 12 ботоферм та ліквідовано 65-тисячну «армію ботів» у соціальних мережах, заблоковано 500 ресурсів за поширення деструктивної інформації про порушення конституційного ладу та територіальної цілісності держави та ін. [10].

Іншим важливим шляхом протидії поширення дезінформації є блокування її небезпечних джерел на державному рівні. Указом Президента України П. Порошенка № 133/2017 від 15 травня 2017 р. «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» заборонено функціонування в Україні російських соцмереж «ВКонтакте», «Однокласники», сервісів «Яндекс» та ін. ресурсів; у 2020 р. Президент В. Зеленський продовжив заборону ще на три роки. Втім, незважаючи на значне зменшення популярності цих ресурсів серед українських користувачів (у травні 2017 р. 76,1% з них користувалися «ВКонтакте», у грудні 2019 р. – 22%), повністю досягти бажаного результату не вдалося, адже дезінформація та пропагандистські матеріали перемістилися до інших соцмереж (Facebook, Twitter і YouTube). Окрім того, частина провайдерів вдавалася до

вибіркового блокування ресурсів у різних регіонах України, а самі користувачі могли оминати блокування, використовуючи спеціальні обхідні програми VPN [11]. З огляду на це, на нашу думку, більш ефективним, аніж технічне блокування ресурсу, буде блокування ворожого контенту та застосування передбачених законодавством адміністративних і правових заходів саме щодо організацій чи груп, які здійснюють або координують його розміщення у соціальних медіа.

Вагомим кроком стало створення Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при Міністерстві культури та інформаційної політики України у березні 2021 року. Робота Центру сфокусована на протидії зовнішнім загрозам, об'єднанні зусиль держави та громадських організацій у боротьбі з дезінформацією, оперативному реагуванні на фейки, а також на промоцію українських нарративів.

Центр протидії дезінформації, створений при Раді національної безпеки та оборони у березні 2021 р., спрямовує свою діяльність на протидію загрозам національній безпеці та національним інтересам України в інформаційній сфері, забезпечення інформаційної безпеки України, ефективної протидії пропаганді, деструктивним дезінформаційним впливам та кампаніям тощо.

Однак державні інституції не в змозі в повному обсязі обмежити потік російського агітпропу (на місці заблокованого ресурсу відразу ж виникає новий), тож вагома роль відводиться медіасектору та громадським активістам. У цьому контексті можемо відзначити громадську організацію «Інтерньюз-Україна» (Internews Ukraine), яка у вересні 2015 р. відкрила першу в Україні Школу

цифрової безпеки для правозахисників, громадських активістів, представників неурядових організацій та ЗМІ. У липні 2019 р. компанія запустила проєкт для боротьби з Facebook-тролями «TrollessUA», який має на меті виявлення та блокування підозрілих профілів, які активно коментують, використовуючи мову ненависті, масово поширюють фейки [4]. Методи протистояння ботам, фейкам та інформаційним «вкидам» (зокрема, кремлівського походження) на основі досвіду іноземних та українських експертів обговорено на поглибленому онлайн-тренінгу «Антибот: як викривати інформаційні маніпуляції», організованому у червні 2020 р.: розглянуто десять найкорисніших інструментів для викриття зловмисних інформаційних впливів у мережі Facebook, які допоможуть аналізувати акаунти у соцмережах та викривати мережі ботів, аналізувати фото та відео [47].

Підвищити рівень інформаційної грамотності та здатність розпізнавати інформаційні «вкиди» – завдання волонтерської ініціативи з інформаційної гігієни «Як не стати овочем». Організацією проаналізовано рівень інформаційної гігієни українських користувачів Facebook, здійснено дослідження 334 політичних YouTube-каналів «Політика в українському YouTube. Чому Україна програє Росії»; розроблено базовий безкоштовний курс з інформаційної гігієни для YouTube (50+); видано книги з інформаційної гігієни – «Нація овочів?», «Боротьба за правду» та ін.

Громадською організацією «Центр Медіареформи», заснованою Могилянською школою журналістики та програми для журналістів і редакторів Digital Future of Journalism, у березні 2014 р.

започатковано проєкт StopFake, основною метою якого є спростування фейків та протистояння російській пропаганді у соцмережах. У березні 2020 р. StopFake разом з проєктом VoxCheck стали партнерами Facebook в Україні та учасниками фактчекінгової програми компанії, у рамках якої допомагатимуть соцмережам в боротьбі з фейками та дезінформацією. Ця програма включає три напрямки роботи: видалення облікових записів та контенту, що порушують стандарти спільноти; зменшення розповсюдження фейкових новин та дезінформації; інформування про них користувачів.

Ще одним фактчекінговим проєктом є «По той бік новин» (стартував 2018 р.) – інформаційна кампанія Інституту розвитку регіональної преси, спрямована на протидію дезінформації та інформаційним «вкидам», встановлення трендів інформаційної гігієни й усвідомленого споживання медіаконтенту. Команда проєкту аналізує інформаційні та фейкові кампанії, знайомить читачів з основними поняттями медіаграмотності, проводить соціальні експерименти (наприклад, запуск фейку про нашестя кульових блискавок, які були масово підхоплені та розповсюджені ЗМІ та інтернет-користувачами).

Діяльність Інституту масової інформації (заснований 1995 р.) спрямована на сприяння розвитку суспільно відповідальної журналістики, підвищення медіаграмотності населення. ІМІ організовує навчальні тренінги з журналістики, здійснює дослідження нарративів російських медіа про Україну, проводить інформаційні кампанії, видає підручники і практичні посібники для журналістів тощо.

Метою фактчек-проекту «Без Брехні», заснованого Громадською організацією «Центр аналітики і розслідувань» у 2018 р., є боротьба з недостовірною інформацією, маніпуляціями, фейками, проявами пропаганди, інформаційними міфами. Організація здійснює системний моніторинг та перевірку достовірності суспільно значущих і резонансних тем, порушених у заявах публічних персон, публікаціях у медіа, постах у соцмережах. Фахівці проекту акцентують увагу на тому, що саме на регіональному рівні фактчек є найбільш дієвим інструментом контролю за публічною риторикою топ-спікерів (від державних діячів до лідерів суспільної думки), публікаціями в місцевих медіа, регіональних групах, соціальних мережах.

ГО «Детектор Медіа» (правонаступник ГО «Телекритика» з 2016 р.) – громадська організація, власник однойменного інтернет-видання, основним завданням якої є покращення якості українських медіа, підвищення медіаграмотності українського суспільства, протидія дезінформації та пропаганді. Експертами організації розроблено «Індекс інформаційного впливу Кремля», який дає змогу оцінити рівень впливу російської пропаганди на українські медіа, постійно відстежуються меседжі кремлівської пропаганди в російських та українських медіа, видано посібники з розпізнавання пропаганди у ЗМІ та ін.

ТЕХТУ.org.ua («Тексти») – незалежне суспільно-політичне та аналітичне інтернет-видання, що поєднує класичну журналістику та журналістику даних (засноване 2010 р.). У контексті нашої проблематики значний інтерес становить дослідження «Текстів» «Тролесфера» (2016), в ході якого було вираховано

мережу з близько 2 тисячами користувачів Facebook, пов'язану з групами бойовика ДНР Степана Мазури. Останній удавав із себе простого українського патріота, який розчарувався у владі, тому планує творити долю країни на Майдані-3. Насправді ж за акаунтом Мазури ховався колишній бойовик російської армії на Донбасі Сергій Жук. І Мазура, і вся пов'язана з ним соціальна мережа активно закликали до силового повалення влади в Україні. Частина цих акаунтів – справжні люди, жодним чином не пов'язані з Росією; частина – московські пропагандисти, що маскувалися під українських патріотів. Фахівці видання розкривають схему відслідковування тролів-пропагандистів, дають рекомендації користувачам щодо їх виявлення та недопущення ботизації власних акаунтів. У 2020 р. команда «Текстів» перемогла на конкурсі Sigma Awards у категорії «Найкращий новинний застосунок» (Best news application) з проектом моніторингу тем російської дезінформації «Свіжа деза з Росії». Проект дає можливість стежити в часі за розгортанням тем російської пропаганди і складається з трьох частин: інтерактивна веб-сторінка, додатки для браузерів і телеграм-бот «Фейкогріз», які попереджають користувачів про маніпулятивні новини, та періодичні моніторинги-дайджести.

Безумовно, у протидії російській дезінформації багато залежить від самих громадян. Йдеться не лише про дотримання інформаційної гігієни та підвищення рівня медіаграмотності. Важливим є загальний освітній рівень інтернет-користувачів, здатність критично мислити, розуміти історичні передумови тих чи інших суспільно-політичних процесів, уміти розрізняти

псевдонакові фейки та міфи й (щонайменше) відшукувати їх першоджерело, усвідомлено «споживати» культурний, науковий, історичний інформаційний продукт. На жаль, все ще багато українців не відчують тонкої межі між свободою висловлювань та ворожою пропагандою.

Одним із шляхів протистояння російському інформаційному засиллю є збільшення україномовного патріотичного контенту у соціальних мережах. В цьому переконаний перший україномовний тітокер, мовний активіст, блогер, співзасновник Асоціації українських тітокерів Данило Гайдамаха. Тематика його контенту – Крим, Донбас, російська агресія й українська мова. У блогера понад 135 тис. підписників і цьогоріч він разом із кількома українськими студентами запустив реаліті-шоу «Галас». Поява проекту, на його думку, призвела до виокремлення україномовного сегменту у TikTok, адже алгоритми цієї соцмережі працюють на «підтягування» до стрічки перегляду матеріалів, контент яких пропонується на основі вподобань, хештегів та підписок. Тобто, чим більше користувач переглядає україномовного відео, тим більше його пропонуватиме програма.

Окремо можемо вирізнити сегмент науково-просвітницьких проектів, спрямованих на популяризацію України, української історії та протидію російській інформаційній пропаганді, в якій дуже вагоме місце займає історична риторика. Наприклад, проект «ЛікБЕЗ. Історичний фронт» охоплює понад 50 науковців – фахових істориків з різних наукових установ та вишів України. На сторінках сайту likbez.org.ua спростовано та розвінчано понад 50 історичних міфів та фейків російської пропаганди.

YouTube-канал «Історія без міфів» (223 тис. підписників) має на меті аргументоване спростування антинаукових міфів, фейків і стереотипів про Україну та українців, поширення суспільного інтересу до історії й досягнень українського народу, формування позитивного іміджу нашої країни. Онлайнове суспільно-історичне, науково-популярне видання «Історична правда» публікує матеріали про історію України від стародавніх часів до сьогодення. Автори проекту позиціонують його як майданчик для наукових і публіцистичних дискусій навколо історичної політики та політики пам'яті. У 2020 р. запущено власний однойменний YouTube-канал з 25 тис. підписників.

Хочемо звернути увагу на появу у вітчизняному інтернет-просторі медіа-ресурсів, у яких пропонується «альтернативне», відмінне від академічного, трактування історії України. Наприклад, Ю. Шилов на своєму сайті shilov.org.ua представляє власну теорію походження українців від арійців та наводить докази існування держави Аратта – спільного для України, Шумеру та Індії цивілізаційно-державницького центру, прив'язаного до археологічної культури Кукутень-Трипілля. На думку Шилова, Трипілля-Аратта було не тільки матір'ю усіх стародавніх цивілізацій (Шумер, Єгипет, Китай тощо), але ще й коліскою трьох братніх народів – українців, росіян та білорусів. Незважаючи на те, що наукові звершення автора мали і негативні, і позитивні відгуки, належної підтримки серед представників української академічної історичної спільноти вони не отримали, навіть більше – деякими були нещадно розкритиковані (наприклад, Л. Залізнякам).

Свого часу предметом дискусії в українському суспільстві стала проблема містифікації прапора України, що полягала у поширенні припущень про необхідність перевертання державного прапора навпаки, на жовто-блакитне розташування кольорів смуг. Одним з прихильників цієї теорії є І. Каганець. Втім він вважає, що прапор треба не перевернути, а взагалі змінити, про що йдеться у його авторському блозі на сайті «Народний оглядач» (*ar25.org*): «Національний сонячно-блакитний прапор не є перевертанням синьо-жовтого державного прапора. Це зовсім інший прапор – і за назвою, і за змістом, і за магічною дією, і навіть за кольорами». Натомість пропонує власний варіант: герб Щастя (герб св. Володимира) і прапор Грай-Воля (сонячно-блакитний прапор з гербом Щастя на зеленому щиті). Досить оригінально І. Каганець тлумачить відсутність хворих на коронавірусну інфекцію COVID-19 на Миколаївщині у квітні 2020 р., коли вірус охопив майже усі регіони, окрім цього. На його думку, причина – у правильному прапорі області, сонячно-блакитному. На згаданому порталі багато подібних відверто профанних міркувань І. Каганця, а правдиві факти часто змішані з фейковою інформацією.

Профанацією науки та дискредитацією України називає Л. Залізник «фантастичні» концепції професора В. Бебика. Зокрема, останній запевняє, що столицю Лівії м. Тріполі так назвали трипільські емігранти з України; римський імператор Сулла походить із Посулла; засновники Риму Ромул і Рем – з м. Ромни на Сумщині. З Сумщини походять, на його думку, легендарні сумери або шумери, а перший фараон Єгипту

Менес – з райцентру Мени на Чернігівщині. Багато подібних нісенітниць озвучено на його YouTube-каналі «Film Studio CIVILIZATION INCOGNITA», наприклад, у відео «Ахілл – бог, цар і герой України», «Геракл – герой України», «Наука і релігія про всесвітній потоп» тощо. Передачі та статті Бебика українська наукова спільнота називає «проявом найгіршого сорту наївного історичного примітивізму та дилетантства», а його самого – «міфотворцем» та псевдовченим. Загроза подібних псевдотеорій в тому, що світове наукове товариство може розцінювати їх як свідчення «невігластва» українських істориків та українців, перетворюючи їх не лише на об'єкт глузування, але й джерело створення історичних фейків та провокацій, що особливо небезпечно в умовах інформаційного протистояння з РФ.

Протидія дезінформації неможлива без уміння вирізняти її з-поміж величезного масиву новин, тож актуальною постає потреба впровадження уроків медіаграмотності у закладах освіти. І Україна зробила значний поступ у цьому питанні, зокрема, ще у 2011 р. були започатковані регіональні експерименти з впровадження медіаосвіти. Медіаграмотність є складовою курсів «Громадянська освіта» для учнів 10-х класів, «Культура добросусідства» – для учнів 1–4 класів. У закладах загальної середньої освіти на сьогодні медіаосвіта і медіаграмотність викладаються як у формі окремих курсів («Основи медіаграмотності», «Сходинки до медіаграмоти», «Медіакультура», «Медіаосвіта»), так і інтегровано.

На сьогодні 655 шкіл з усіх регіонів України приєдналися до всеукраїнської програми «Вибирай та розрізняй: інформедійна грамотність», яку реалізує Рада

міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) за підтримки посольств Великої Британії та США у партнерстві з МОН України та Академією української преси. Діяльність проекту спрямована на розвиток навичок критичного сприйняття інформації та інтеграцію інфомедійної грамотності в навчальну програму шкіл, закладів вищої освіти, інститутів післядипломної педагогічної освіти. В межах програми у 2019 р. стартував онлайн-курс із медіаграмотності «VeryVerified», залучитися до якого, окрім вчителів, учнів, студентів вишів, можуть усі бажаючі. З 2012 р. на сайті Академії української преси діє портал «Медіаосвіта та медіаграмотність», де розміщено моделі уроків для викладачів медіаграмотності.

У межах Всесвітнього тижня медіа та інформаційної грамотності (25–31 жовтня 2021 р.) Дитячим фондом ООН (ЮНІСЕФ) було розроблено Національний урок з медіаграмотності для учнів 7–11 класів, спрямований на розвиток уміння ідентифікувати фейки та протистояти їхнім негативним впливам. Урок можна проводити як цілісне заняття або використовувати його окремі елементи під час проведення уроків з різних дисциплін, які потребують навичок медіаграмотності.

Як для дитячої, так і для дорослої аудиторії у нагоді стане підбірка кращих українських проектів з медіаграмотності для самоосвіти та навчання, що допоможуть покращити навички критичного мислення, перевірки й аналізу інформації: онлайн-курси, ігри, посібники, навчальні програми та методичні розробки [48].

Отже, підсумовуючи викладене, значимо, що на сьогодні Україна є одним

із найбільших осередків дезінформації на планеті. Зростання кількості маніпуляцій свідчить про системне намагання сформувати картину світу, спотворену для українців, але вигідну країні-агресору. Емоційні дописи чи відео з провокативними заголовками, посилені «потрібними» коментарями ботів та тролей, чинять потужний керований вплив на свідомість та волю користувачів. Завдання державних інституцій, громадських організацій та українських громадян полягає у використанні усіх можливостей і ресурсів соціальних медіа як засобу захисту в інформаційних протистояннях. Варто пам'ятати, що в інформаційній війні більш ефективною є тактика випередження, аніж усування наслідків дезінформації, тож блокування ворожого контенту, підвищення рівня медіаграмотності, своєчасна реакція на інформаційні «вкиди» та фейки, заповнення інформаційних порожнеч значно звузить поле для пропаганди та маніпуляцій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Антивакцинна пропаганда – інформаційна кампанія проти України. Київ, 27 жовтня 2021 р. URL: https://www.rnbo.gov.ua/files/2021/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%A6%D0%9F%D0%94_%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0.pdf
2. Біографія пропагандиста: хто такий насправді Анатолій Шапій. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/biografiya-propahandystahto-takyu-anatoy-shariy/31284788.html>
3. Бугоркова О. Армія тролів на службі Кремля. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2015/03/150320_kremlin_internet_trolls_ozh

4. В Україні запустили проєкт TrollessUA для боротьби з Facebook-тролями. URL: <https://nachasi.com/tech/2019/07/23/facebook-trollessua/>
5. Війни ботів. Як працюють українські армії у Facebook. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/02/3/7239192/>
6. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу. *Стратегічні пріоритети*. Київ: НІСД, 2014. № 4. С. 5–12.
7. «ГРАДом» по мозгам: Россия захватывает ютуб в Украине. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DqTKoHt7Pno>
8. Диванні воїни: кому належать антизахідні коментарі на YouTube? URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/30768209.html>
9. Дмитро Черетун. Партія Шарія: хто вони й навіщо існують. URL: <https://www.chesno.org/post/4087/>
10. З початку року кібердепартамент СБУ ліквідував 65-тисячну «армію ботів» у соціальних мережах. URL: <https://ssu.gov.ua/povnyu/z-pochatku-roku-kiberdepartament-sbu-likviduvav-65tysiachnu-armiiu-botiv-u-sotsialnykh-merezhakh>
11. Закінчується термін дії Указу Президента України, яким заблоковано доступ до Yandex, ВКонтакте та інших російських веб-ресурсів в Україні. Що далі? URL: <https://everlegal.ua/zakinchuetsya-termin-diyi-ukazu-prezydenta-ukrayiny-yakym-zablokovano-dostup-do-yandex-vkontakte-ta-inshykh-rosiyskykh-veb-resursiv-v-ukrayini-scho-dali>
12. Знайдіть корисного ідіота. 7 заповідей російської дезінформації. URL: https://texty.org.ua/articles/89724/Znajdit_korysnogo_idiota_7_zapovidej_rosijskoji_dezinformaciji-89724
13. Інтернет-тролі на службі в олігархів та політиків. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/27042051.html>
14. Кислюк К. Особливості репрезентації української ідентичності в соціальному медіа «ТікТок». *Культура України*. 2021. № 73. С. 41–47.
15. «Котики» української суспільної думки. URL: https://zaxid.net/statti_tag50974
16. Мельник Ю. 1/2 правды + 1/2 правды = ложь. URL: https://petrimazera.com/12_pravdy_12_pravdy_lozh
17. Михайлова О. Блогосфера як історичне джерело: до постановки проблеми. *Український історичний журнал*. 2014. № 5. С. 191–197.
18. На Львівщині СБУ викрила та заблокувала «ботоферми», якими керували з Росії. URL: <https://hromadske.ua/posts/na-lvivshini-sbu-vikrila-ta-zablokuvala-botofermi-yakimi-keruvali-z-rosiyi>
19. Негатив і політика. Які «ломи»-влогери становлять загрозу. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/negativ-ta-polityka-yakilomy-vlogery-nesut-zagrozy-i34757>
20. Оксана Мороз. 54% українців публікують фейки, маніпуляції та сайти-сміттярки. Всеукраїнське дослідження. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/14/7266269>
21. Оксана Мороз. Гібридний Шарій. Як розпізнати проросійського блогера. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2020/02/25/7241572/>
22. Оксана Мороз. Головне болото країни. Як Facebook став джерелом № 1 брехні для українців. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2021/04/6/7289090>
23. Оксана Мороз. Політика в українському YouTube. Чому Україна програє Росії. URL: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2020/11/17/7273583/>
24. Оксана Мороз. Скільки коштує створити армію ботів в Facebook, якими бувають ботруми і як їх розпізнати. URL: <https://senior.ua/articles/sklki-koshtu-stvoriti-armyubotv-v-facebook-yakimi-buvayut-botrumi-yak-h-rozpoznati>
25. Оксана Мороз. Фани та боти Шарія влаштовують цькування, якщо показати його проросійськість. Як це працює. URL: https://texty.org.ua/articles/100178/Fany_ta_boty_Sharija_vlashtovujut_ckuvanna_jakshho-100178/
26. Онкович. А. Соцмережа Фейсбук та інформаційно-психологічні операції. *Український інформаційний простір*. 2021. № 1 (7).

С. 206–220. URL: <http://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/233974/232625>

27. Онлайн-рейтинг «Топ-50 блогерів України»: остаточні результати голосування. URL: <https://focus.ua/ukraine/483850-onlayn-reyting-top-50-bloggerov-ukrainy-okonchatelnye-rezultaty-golosovaniya>

28. Організоване маніпулювання у Facebook: Україна стала одним із епіцентрів. URL: <https://www.dw.com/uk/orhanizovane-manipuliuvannia-u-facebook-ukraina-staladnym-z-epitsentriv/a-57691277>

29. По той бік екрана: аналіз медіаспоживання та дезінформації в українському інформаційному середовищі. Київ: Детектор Медіа, 2021. 76 с.

30. Половинчак Ю. Війни смислів у сучасному російсько-українському протистоянні в соціальних медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2016. Т. 3. С. 16–22.

31. Половинчак Ю. Мобілізаційний та маніпулятивний потенціал дискурсу соціальних медіа в умовах перехідного суспільства. URL: http://nbuviar.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=446:sotsialni-media&catid=8&Itemid=350

32. Проросійська і антизахідна конспірологія в інформаційній війні. Ключові тренди 2020–2021. Дослідження Інституту масової інформації та Детектор Медіа. URL: <https://imi.org.ua/upload/media/2021/06/09/60c06cfea0cb1-research-infowar-ukraine-20-21-logo-fin.pdf>

33. Саморукова О. Деструктивна поведінка в соціальних мережах як інструмент інформаційної війни. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2020. Вип. 58. С. 82–92.

34. Саморукова О. Маніпулятивні технології у висвітленні зарубіжними ЗМІ ситуації в Україні. *Наукові праці Національної бібліотеки України імені В. І. Вернадського*. 2017. Вип. 48. С. 494–505.

35. СБУ викрила потужну ботоферму, що працювала на РФ проти «Кримської платформи». URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/08/28/7305299/>

36. СБУ ліквідувала потужну ботоферму, яка просувала в Україні ідеї «Малоросії» та «Новоросії». URL: <https://ssu.gov.ua/novyny/sbu-likvidovala-potuzhnu-botofermu-yaka-prosuvala-v-ukraini-idei-malorosii-ta-novorosii>

37. СБУ ліквідувала потужну проросійську ботоферму: для створення фейків задіяли понад 12 тис. sim-карток. URL: <https://ssu.gov.ua/novyny/sbu-likvidovala-potuzhnu-prorosiisku-botofermu-za-piv-roku-stvorylyponad-12-tysiach-akauntiv>

38. Семен Н. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України (на прикладі сайтів «Правда.Ру» та «Российский диалог»): дис. на здобуття наукового ступеня кандидата наук з соціальних комунікацій: 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій / Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені акад. С. Дем'янчука. Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Рівне, 2018. 250 с.

39. Соцмережі-2021: ТікТок старшає, Facebook – переважно жіночий, а стрічку ми гортаємо 400 мільйонів років. URL: <https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv>

40. Український політичний ТікТок: «Велике будівництво», Зеленський, хейт Порошенко та «жосткий» Терехов. URL: https://rus.lb.ua/news/2021/07/07/488754_ukrainskiy_politichniy_tiktok.html

41. Фейкові новинні сайти: основні ознаки та правила виявлення. URL: <https://uir.news/fejkovy-novynni-sajty-osnovni-oznaky-ta-pravyly-vyyavlennya>

42. Як боти маніпулюють у політичних інтернет-багатах. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-40374518>

43. Як визначити ботів у соцмережах. URL: <https://internews.ua/opportunity/bots-identification>

44. Як розкривати мережі тролів? Штучний інтелект та deep fakes. URL: <https://internews.ua/opportunity/trolles-deep-fakes>

45. Як розпізнати та боротися з ботами в соцмережах. Інструкція. URL: <https://suspilne.media/47008-ak-rozpiznati-ta-borotisa-z-botami-v-socmerezah-instrukcia/>

46. TikTok видалив низку проросійських хештегів, – військовий. URL: <https://www.5.ua/suspilstvo/tiktok-vydalyv-nyzku-prorosiiskyykh-kheshtehiv-shtefan-237016.html>

47. 10 інструментів для відстеження інформаційних впливів онлайн. URL: <https://internews.ua/opportunity/10-tools-for-tracking-information>

48. 15 кращих українських проєктів з медіаграмотності. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2455061-15-krasih-ukrainskih-proektiv-z-mediagramotnosti.html>

49. № 1 Ольга Шарий в рейтинге «Самые влиятельные женщины Украины по версии читателей сайта «Фокус». URL: <https://focus.ua/rating/430863-samye-vliyatelnyeh-shchiny-2020-ukrainy-po-versii-chitateley-sayta-fokus/kumiry-i-mastera/2101/olga-sarii>

REFERENCES

1. *Vaccine Hesitancy as Information Campaign against Ukraine*. [online] Available at: https://www.rnbo.gov.ua/files/2021/%D0%97%D0%B2%D1%96%D1%82%20%D0%A6%D0%9F%D0%94_%D0%90%D0%BD%D1%82%D0%B8%D0%B2%D0%B0%D0%BA%D1%86%D0%B8%D0%BD%D0%BD%D0%B0%20%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%B0%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0.pdf [in Ukr.]

2. *The Propagandist's Biography: Who Anatolii Sharii Really Is*. [online] Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/biohafiya-propahandysta-hto-takyy-anatoi-shariy/31284788.html> [in Ukr.]

3. BUHORKOVA, O. *The Army of Trolls at Service of the Kremlin*. [online] Available at: https://www.bbc.com/ukrainian/entertainment/2015/03/150320_kremlin_internet_trolls_ozh [in Ukr.]

4. *The Project "TrolllessUA", Aimed at Counteracting Internet Trolls in Facebook, Has Started*

in Ukraine. [online] Available at: <https://nachasi.com/tech/2019/07/23/facebook-trollssua/> [in Ukr.]

5. *The Wars of Bots. How Do Ukrainian Armies of Media Killers Work in Facebook?* [online] Available at: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/02/3/7239192/> [in Ukr.]

6. HORBULIN, V. (2014) "Hybrid Warfare" as a Key Instrument of Russian Geostrategy Revenge. *Strategic Priorities*, (4), pp. 5–12. [in Ukr.]

7. "GRAD" System's Hitting Our Brains. *Russia Has Occupied Youtube in Ukraine*. [online] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=DqTKoHt7Pno> [in Rus.]

8. *The Armchair Warriors: Who Writes Anti-Western Comments on YouTube?* [online] Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/30768209.html> [in Ukr.]

9. *Dmytro Cheretun. Party of Sharii: Who Are They and What Is Their Purpose?* [online] Available at: <https://www.chesno.org/post/4087/> [in Ukr.]

10. *From the Beginning of the Year the Cyber Department of the SSU Has Destroyed the 65-Thousand Army of Bots in Social Networks*. [online] Available at: <https://ssu.gov.ua/novyny/z-pochatku-roku-kiberdepartament-sbu-likviduvav-65tysiachnu-armiiu-botiv-u-sotsialnykh-merezhakh> [in Ukr.]

11. *The Presidential Decree, Which Blocks Access to Yandex, Vkontakte and Other Russian Web Sites in Ukraine, Comes to an End. What Is Next?* [online] Available at: <https://everlegal.ua/zakinchuetsya-termin-diyi-ukazu-prezydenta-ukrayiny-yakym-zablokovano-dostup-doyandex-vkontakte-ta-inshykh-rosiyskykh-veb-resursiv-v-ukrayini-scho-dali> [in Ukr.]

12. *Find a Useful Idiot. 7 Precepts of Russian Disinformation*. [online] Available at: https://texty.org.ua/articles/89724/Znajdit_korysnogo_idiota_7_zapovidej_rosijskoji_dezinformaciji-89724 [in Ukr.]

13. *Internet Trolls at Service of Oligarchs and Politicians*. [online] Available at: <https://www.radiosvoboda.org/a/27042051.html> [in Ukr.]

14. KYSLIUK, K. (2021). Features of Ukrainian Identity Representation in "TikTok" Social

Media. *Culture of Ukraine*, (73), pp. 41–47. [in Ukr.]

15. “Kittens” of the Ukrainian Public Opinion. [online] Available at: https://zaxid.net/kotiki_ukrayinskoyi_suspilnoyi_dumki_n1515566 [in Ukr.]

16. MELNIK, Yu. *Half the Truth + Half the Truth = Lie*. [online] Available at: https://petrimazepa.com/12_pravdy_12_pravdy_lozh [in Rus.]

17. MYKHAILOVA, O. (2014). Blogosphere as the Historical Source: To the Problem Formulation. *Ukrainian Historical Journal*, (5), pp. 191–197. [in Ukr.]

18. *In Lviv Region the SSU blocked Bot Farms Controlled by Russia*. [online] Available at: <https://hromadske.ua/posts/na-lvivshinisbu-vikrila-ta-zablokuvala-botofermi-yakimikeruvali-z-rosiyi> [in Ukr.]

19. *Negativity and Politics. What Types of Opinion Leaders Are Dangerous?* [online] Available at: <https://imi.org.ua/monitorings/negatyvta-polityka-yaki-lomy-vlogery-nesut-zagrozyi34757> [in Ukr.]

20. Oksana Moroz. *54% of Ukrainians Post Fakes, Manipulations, and Fake News. An All-Ukrainian Survey*. [online] Available at: <https://www.pravda.com.ua/articles/2020/09/14/7266269> [in Ukr.]

21. Oksana Moroz. *Hybrid Sharii. How to Identify a Pro-Russian Blogger*. [online] Available at: <https://www.pravda.com.ua/columns/2020/02/25/7241572/> [in Ukr.]

22. Oksana Moroz. *The Largest Swamp of the Country. How Did Facebook Manage to Have Become the Main Source of Lie for Ukrainians?* [online] Available at: <https://www.pravda.com.ua/articles/2021/04/6/7289090> [in Ukr.]

23. Oksana Moroz. *Politics on Ukrainian Facebook. Why Is Ukraine Losing to Russia?* [online] Available at: <https://www.pravda.com.ua/rus/articles/2020/11/17/7273583/> [in Ukr.]

24. Oksana Moroz. *How Much Is It to Create an Army of Bots on Facebook, What are the Botrooms, and How to Identify Them?* [online] Available at: <https://senior.ua/articles/sklki-kosh-tu-stvoriti-armyu-botv-v-facebook-yakimibuvayut-botrumi--yak-h-rozpzhati>

25. Oksana Moroz. *Fans and Bots of Sharii Start Bullying if Told about His Pro-Russian Orientation: How It Works*. [online] Available at: https://texty.org.ua/articles/100178/Fanyta_boty_Sharija_vlashtovujut_ckuvanna_jakshho-100178/ [in].

26. ONKOVYCH, A. (2021) Social Network Facebook and Psychological Operations. *Ukrainian Information Space*, (1(7)), [online] pp. 206–220. Available at: <http://ukrinfospace.knumik.edu.ua/article/view/233974/232625> [in Ukr.]

27. *Online Rating “Top 50 Bloggers in Ukraine”: Final Results*. [online] Available at: <https://focus.ua/ukraine/483850-onlayn-rejting-top-50-blogerov-ukrainy-okonchatelnye-rezultaty-golosovaniya> [in Ukr.]

28. *An Organized Manipulation on Facebook: Ukraine Has Become One of the Epicenters*. [online] Available at: <https://www.dw.com/uk/orhanizovane-manipuliuvannia-u-facebook-ukraina-stala-odnym-z-epitsentriv/a-57691277> [in Ukr.]

29. *On the Other Side of the Screen: An Analysis of Media Consumption and Disinformation in Ukraine’s Information Environment* (2021). Kyiv: Detektor Media, 76 p. [in Ukr.]

30. POLOVYNCHAK, Yu. (2016). The War of Meanings in the Modern Russian-Ukrainian Social Media Confrontation. *Naukovi zapysky instytutu zhurnalistyky* (Institute of Journalism Scientific Notes), Vol. 3, pp. 16–22. [in Ukr.]

31. POLOVYNCHAK, Yu. (2015). The Mobilization and Manipulative Potential of Social Media Discourse in the Transitional Society. *The Centre of Social Communication Research*. [online] Available at: http://nbuviap.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=446:sotsialni-media&catid=8&Itemid=350 [in Ukr.]

32. *The Pro-Russian and Anti-Western Conspiracy Theories of Information War. Key Trends of 2020–2021*. A Research Study Made by the Institute of Mass Information and Detektor Media. [online] Available at: <https://imi.org.ua/upload/media/2021/06/09/60c06cfea0cb1-research-infowar-ukraine-20-21-logo-fin.pdf> [in Ukr.]

33. SAMORUKOVA, O. (2020) Destructive Behavior on Social Networks as a Tool of Information Warfare. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho* (Academic Papers of Vernadsky National Library of Ukraine), Vol. 58, pp. 82–92. [in Ukr.]
34. SAMORUKOVA, O. (2017) Manipulative Technologies in Foreign Media Coverage of the Situation in Ukraine. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteki Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho* (Academic Papers of Vernadsky National Library of Ukraine), Vol. 48, pp. 494–505. [in Ukr.]
35. *The SSU Exposed a Powerful Bot Farm, Which Was Used by Russia's Assets to Discredit the Crimean Platform.* [online] Available at: <https://www.pravda.com.ua/news/2021/08/28/7305299> [in Ukr.]
36. *The SSU Blocked a Powerful Bot Farm, Which Disseminated the Ideas of "Little Russia" (Malorosii) and "New Russia" (Novorosii).* [online] Available at: <https://ssu.gov.ua/novyny/sbu-likvidovala-potuzhnu-botofermuyaka-prosuvala-v-ukraini-idei-malorosii-ta-novorossii> [in Ukr.]
37. *The SSU Liquidated a Powerful Pro-Russian Bot Farm: The Suspected Used More than 12 Thousand Sim-Cards for Making Fake News.* [online] Available at: <https://ssu.gov.ua/novyny/sbu-likvidovala-potuzhnu-prorosiisku-botofermu-za-piv-roku-stvoryly-ponad-12-tysiach-akauntiv> [in Ukr.]
38. SEMEN, N. (2018). Russian Internet Resources as a Factor in the Information War against Ukraine (a case study of internet resources "Pravda.Ru" and "Russian Dialogue"). [Thesis for a Candidate of Sciences Degree in Social Communications, specialty 27.00.01 "Theory and History of Social Communications"]. Rivne: Oles Honchar Dnipro National University, Ministry of Education and Science of Ukraine, 250 p. [in Ukr.]
39. *Social media-2021: TikTok is Getting Older, Facebook Is Popular among Women, and We've Been Scrolling through the Web Pages for 400 Mln Years.* [online] Available at: <https://hromadske.ua/posts/socmerezhi-2021-tiktok-starshaye-facebook-perevazhno-zhinochij-a-strichku-mi-gortayemo-400-miljoniv-rokiv> [in Ukr.]
40. *Ukrainian Political TikTok: "Great Construction", Zelenskyi, Hate towards Poroshenko and "Tough" Tieriekhov.* [online] Available at: https://rus.lb.ua/news/2021/07/07/488754_ukrainskiy_politichniy_tiktok.html [in Ukr.]
41. *Fake News Web-Sites: Main Features and How to Identify Them.* [online] Available at: <https://uir.news/fejkovi-novynni-sajty-osnovni-oznaky-ta-pravyly-vyjavlennya> [in Ukr.]
42. *How Do Bots Manipulate in Political Internet-Battles?* [online] Available at: <https://www.bbc.com/ukrainian/features-40374518> [in Ukr.]
43. *How to Identify Bots in Social Media?* [online] Available at: <https://internews.ua/opportunity/bots-identification> [in Ukr.]
44. *How to Expose the Troll Network? Artificial Intelligence and Deep Fakes.* [online] Available at: <https://internews.ua/opportunity/trolles-deep-fakes> [in Ukr.]
45. *How to Identify and Stop Social Media Bots? The Instruction.* [online] Available at: <https://suspilne.media/47008-ak-rozpiznati-taborotisa-z-botami-v-socmerezah-instrukcia> [in Ukr.]
46. *TikTok Deleted Some Pro-Russian Hashtags – A Military.* [online] Available at: <https://www.5.ua/suspilstvo/tiktok-vydalyv-nyzku-prorosiiskyykh-kheshtehiv-shtefan-237016.html> [in Ukr.]
47. *10 Instruments to Monitor Information Impact Online.* [online] Available at: <https://internews.ua/opportunity/10-tools-for-tracking-information> [in Ukr.]
48. *15 Best Ukrainian Projects on Media Literacy.* [online] Available at: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2455061-15-krasih-ukrainskih-proektiv-z-mediagramotnosti.html> [in Ukr.]
49. *Olha Sharii Took the First Position in the Ranking of the Most Powerful Women in Ukraine according to "Focus: Readers.* [online] Available at: <https://focus.ua/rating/430863-samyevliyatelnye-zhenshchiny-2020-ukrainy-po-versii-chitateley-sayta-fokus/kumiry-i-mastera/2101/olga-sarii> [in Rus.].