

МЕДІАТИЗАЦІЯ ВІЙНИ
ІНФОРМАЦІЯ ВОЄННОГО ЧАСУ



Медіа Критика

№ 30/2023

**Інститут екології масової інформації
Львівського національного університету імені Івана Франка**

www.mediakrytyka.info

МедіаКритика

№ 30/2023

ISSN 2079-2689

МЕДІАКРИТИКА: Щорічний дайджест електронного журналу. – Львів: Інститут екології масової інформації, 2023. – Ч. 30. – 52 с.

Керівник проєкту: Наталка ГАБОР

Редакційна колегія:

Борис ПОТЯТИНИК – голова редколегії (Львів)

Наталка ГАБОР – редактор (Львів)

Павло АЛЕКСАНДРОВ – відповідальний секретар (Львів)

Мирослава ЧАБАНЕНКО (Запоріжжя)

Отар ДОВЖЕНКО (Львів)

© Інститут екології масової інформації
Львівського національного університету
імені Івана Франка, 2023

© Кафедра нових медій
Львівського національного університету
імені Івана Франка, 2023

Ілюстрація на обкладинці – *Emanuele Del Rosso / Cartoon Movement*

ЗМІСТ

ВСТУПНЕ СЛОВО

Борис ПОТЯТИНИК
Медіанасильство, Halloween і війна.....4

ЗМІНА МЕДІАТРЕНДІВ: ВІЙНА

Єлизавета ПЕТРІЙ
Коли і чим закінчиться війна:
найпопулярніші прогнози українських медіа8

Лілія СОКУЛЬСЬКА
Військові аналітики та експерти в медіа.
Кому можна довіряти?..... 11

Анастасія АНІСІМОВА
Від заспокійливого до обурливого: феномен
Арестовича під час російського вторгнення..... 14

Олександра ЛИТВИН
Як популярні українські медіа висвітлюють
тему екології під час війни 18

Ольга МУНТЯН
Від другої армії світу до орків:
як змінювався образ російського солдата
в українському суспільстві21

ІНФОПАСТКИ ВОЄННОГО ЧАСУ

Анастасія СОРОКА
УВАГА! ТЕРМІНОВО! Стало відомо,
чому клікбейти в Telegram є шкідливими
під час війни...25

Ігор БУРКО
Як за вбивцями спостерігає світ:
інформаційна пастка російського
«військового перевороту» Пригожина30

Ярослав ПОГОНЧУК
У гонитві за ексклюзивом та оперативністю:
як паблік «Труха.Україна» несвідомо
підігрує російській пропаганді33

Марина БЛОХІНА
Викриття російських наративів
в українському Ютубі:
протидія розпропаганді чи сприяння їй35

РОСІЙСЬКІ НАРАТИВИ ЗАКОРДОНОМ

Марія КОВБА
Тулсі Габбард: Як «фаворитка путіна»
поширює наративи Кремля в США38

Марія СІКОРА
Допомога чи перешкода: як іноземні ЗМІ
грають на користь російської пропаганди 44

ТЕХНОЛОГІЇ НА СЛУЖБІ ПРОПАГАНДИ

Марія СІКОРА
ChatGPT та пропаганда.
Чому не можна довіряти ШІ46

МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ

Ярина ПРИШЛЯК
Ретранслятори сенсів: медіадослідники
про роль аудиторії в умовах кризи48

ВСТУПНЕ СЛОВО

Борис ПОТЯТИНИК

МЕДІАНАСИЛЬСТВО, HALLOWEEN І ВІЙНА

Ці рядки писалися власне напередодні Гелловіна – свята, яке прийшло до нас із Заходу приблизно у 90-их рр. минулого століття. Паралельна українська назва – відьомська ніч. Подібно до свята Валентина, воно отримало суттєві комерційні «ін'єкції» і досі сприймається в суспільстві як щось чужорідне і контроверсійне. Назагал йдеться про доволі екзотичне святкування, яке – з його потішними зомбі, кажанами, вампірами, привидами і гарбузовими головами, – здавалось, не може існувати в умовах війни. Сенс Гелловіна – у нагнітанні страху. Жартівливого, звичайно. Коли ж ці забавкові жахи потрапляють у контекст правдивих страхіть, яких більш ніж вдосталь у воюючій країні, то вони просто втрачають сенс, стають невидимими. Як робиться невидимою чорна кішка в суцільній темряві.

На очі трапились «[П'ять ідей манікюру](#) до Гелловіну від голлівудських майстринь: скелети, черепа та криваві патьоки». Можемо уявити, як би виглядав такий манікюр на фронті? Особливо криваві патьоки.

Чи не так само недолуго виглядають на тлі війни способи боротьби з екранним насильством. Більшість з них напрацьовані у мирний час, й увійшли до золотого фонду медіаосвіти та медіаграмотності в усьому світі. Поняття *violence in the media* почало широко циркулювати після II Світової, коли США, а потім інші країни заповнили новий медіум – телебачення. З'явилося відчуття, що насильство в медіа є проблемою, якою треба займатися психологам, фахівцям з комунікації, правникам, філософам і культурологам.

До речі, тільки тепер зауважив деякі паралелі і подібності в практиках Гелловіну та медіаграмотності. Маю на увазі міркування соціальних психологів про неунікність і навіть корисність усіляких лякалок в дитячому віці. Що вони мають на увазі? Спектр доволі широкий: від казок та міфів, багато з яких переповнені насильством (як от Івасик-Телесик, який вирішив підсмажити у печі доньку злого персонажа) – до комп'ютерних ігор та горорів Говарда Лавкрафта чи Клайва Баркера.

З погляду психологів, надмірне оберігання дитини й уникання лякаючих тем, може викликати навіть затримку в розвитку особистості. Психологи припускають, що забороняючи, скажімо, перегляд фільмів жахів, ми збіднюємо їхнє емоційне життя, що призводить до ранньої й односторонньої інтелектуалізації психіки: дитячі страхи мають бути прожиті і раціоналізовані саме в дитинстві, інакше можуть виникнути психологічні проблеми в дорослому житті. Під впливом «страшних» оповідей дитина ніби моделює свою поведінку в тривожних і небезпечних обставинах та вчиться долати страхи. Йдеться про те, щоб висміяти зло, перетворити його на жарт чи гру. У такий спосіб відбувається релятивізація зла.

Як бачимо, Гелловін цілком вписується в цю концепцію, пропонуючи глянути на насильство через призму гумору та парадоксів. Діти мають нагоду виразити свої власні страхи через костюми, образи та ігри. Сміх і тривіалізація зла насправді дуже помічні в цьому процесі. Гумор тут служить не тільки для подолання страхів, але навіть для гри зі страхом, для можливості використовувати його у своїй творчості. Гелловін у цьому сенсі можна розглядати в контексті своєрідного щеплення проти страху і насильства, що у парадоксальний спосіб збігається з цілями медіаосвіти та медіаграмотності.

Не з усім у цій концепції можна беззаперечно погоджуватися, але погляд, погодьтеся, доволі цікавий. Принаймні небанальний і непрямолінійний. Так само, до речі, як і катарсис. Ще з часів Аристотеля прийнято вважати, що споглядання трагедії, людських страждань через призму сценічного мистецтва здатне очищувати душу глядача. Згодом ідею катарсису

підхопили психологи та літератори, зокрема Зигмунт Фройд у своєму психоаналізі. Пізніші дослідження цього явища, з мого погляду, було пов'язані з наступом візуальної культури після II Світової. Візуальної культури, яка була насичена і пересичена «екшином». Чи можна вважати, що реальне насильство світової війни після її закінчення набуло форми гіпертрофованої віртуальної агресії у голлівудських фільмах, телесеріалах та дещо пізніше в комп'ютерних іграх? Це спокуслива гіпотеза, яка цілком узгоджується з теорією катарсису. Звідси логічний висновок: споживання віртуального насильства не збільшує, а, навпаки, зменшує ризики спонтанного насильства в реальному житті. Йдеться про свого роду випускання пари. Привабливий погляд, хоч і не зовсім правдоподібний.

Втім, більшість теоретично-дослідницьких напрацювань стосовно екранного насильства не відзначаються парадоксальністю. Вони радше прямолінійні і навіть дещо примітивні, як експеримент з лялькою Іван-Покиван (так можна перекласти назву великої надувної ляльки *Bobo Doll*). Автором цього експерименту у 60-х рр. XX ст. був американський психолог з відверто українським прізвищем Альберт Бандура. Діти дивилися фільм (для однієї групи – спокійний, з розсудливими і чемними персонажами, для іншої – насичений динамікою та агресією). Після перегляду вони переходили в кімнату, де на них власне чекала ця надувна лялька, яка смішно похитувалася від доторку. Експериментатор помітив, що після перегляду «спокійного» відеоматеріалу діти радше були готові обіймати ляльку. І навпаки, після перегляду агресивного насильницького матеріалу воліли лупцювати бідолашну *Bobo*.

Вважається, що цей і подібні експерименти доводять згубний вплив на дітей екранного насильства.

Читачі, знайомі з цією темою, скажуть, що я спрощую і примітивізую медіаосвітні підходи до екранного насильства. Справді, ця тема упродовж століття – а перші статті на тему *violence in the media* опубліковані в 20-х рр. ХХ ст. – накопичила величезну кількість експериментальних матеріалів та теоретичних узагальнень. Найважливіші з них можна знайти у книзі Джонатана Фрідмана*, який проводить науковий огляд та метааналіз кількох десятків досліджень. Там є і про звикання та знечулення під впливом безнастанного бомбардування насильницькими сюжетами, *happy violence* – безтурботно веселе насильство фільмів-екшнів, і про романтизацію зла, як у «Бонні і Клайд» чи у фільмі Олівера Стоуна «Природжені вбивці», де закохана пара розважається кримінальними злочинами. Про те, що саме позитивний персонаж, «добрий хлопець» часто стріляє і вбиває в фільмах-екшинах найбільше. Якщо йдеться про документальне насильство, то загальновідомою проблемою є не тільки вбивці, які розстрілюють дітей і вчителів у школах, але терористи, які з бухгалтерською педантичністю розраховують на безнастанну увагу медіа. Медіа, які зрештою й завдають головного, психологічного удару широкій аудиторії (незалежно про що йдеться – удар захоплених авіалайнерів по вежах Світового торгового центру на Мангеттені 2001 р. чи про недавню різанину в Ізраїлі).

Як уже згадувалось, ці рядки писалися напередодні Гелловіну. І звичні приготування до

цього свята – накладалися на тривожну інформацію з реального світу. Знову загули сирени повітряної тривоги в наших містах. Хтось попрямував до бомбосховища.

І це стосується не тільки України.

«Земля в Газі затремтіла», – заявив перед Гелловіном міністр оборони Ізраїлю Йоав Галант. Мені здалося, що в його заяві прозвучали навіть певні нотки задоволення. Задоволення військового, який відчуває усю міць повітряного удару по смужці палестинської землі. На той час вже було вбито близько 8000 палестинців, здебільшого жінок і дітей. Починався новий етап воєнної операції: у сектор Гази заходили танки і піхота.

А в Україні продовжували надходити новини з фронту: запеклі бої на Запорізькому, Бахмутському, Авдіївському напрямках...

І хоча мені траплялась інформація, що у деяких локаціях під час війни в Афганістані чи Іраку американські військовослужбовці влаштовувати Гелловін, щоб зняти напругу, все ж, погодьмося, таке поєднання виглядає дещо абсурдно. Подібно до того як гелловінське намагання створити тривожну атмосферу «страшної казки» втрачає своє значення, коли опиняється в контексті війни, так само розсіпається напрацьована для мирного часу концепція боротьби з медіанасильством.

Адже екранне насильство не може не заповнювати канали масової комунікації та соціальних мереж. І що відбувається, коли грайливе придумування смішних жахів і лякалок опиняється в контексті жорстокої війни? У контексті невігданого страхіття і тотального жаху? І чи допоможе тут маркування телевізійних програм з великим вмістом насильницьких сцен (як відомо, підлітки розглядали мар-

*Jonathan Freedman, [Media Violence](#) and its Effect on Aggression: Assessing the Scientific Evidences, 2002.

кування як керівництво для того, аби швидше відшукати привабливий для них фільм)?

Тим паче, що не зазнала змін майже наркотична схильність медіа до демонстрації насильства. Якщо йдеться про критику медіа, то однією з найбільш вдалих, я би навіть сказав, знущальних кариктур на медіа є трилер Джона Герцфелда «15 хвилин». У ньому йдеться про вбивць, які от-от уникнуть покарання. Причому спосіб, до якого вони вдаються, цілком парадоксальний: вони не приховують злочинів, а, навпаки, доводять їх до незвичайної жорстокості і виходять у такий спосіб на рівень «зірок – знаменитостей» – «суперстарз», яким

замовляють книги спогадів та беруть інтерв'ю. Злочинець такого рівня може залучити адвокатів найвищої кваліфікації, що значно збільшує шанси уникнути покарання. Щоправда, для цього усі злочини необхідно задокументувати, що і робить один із зловмисників, старанно знімаючи всі вбивства і тортури відеокамерою.

Отож, напрацьовані підходи «медіаграмотного» ставлення до екранного насильства, здається, потребують суттєвого оновлення, якщо взагалі, не перевинайдення, коли на світ насувається похмура епоха великих затяжних війн.



ЗМІНА МЕДІАТРЕНДІВ: ВІЙНА

Єлизавета ПЕТРІЙ

КОЛИ І ЧИМ ЗАКІНЧИТЬСЯ ВІЙНА: НАЙПОПУЛЯРНІШІ ПРОГНОЗИ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА

Ранок українців починається не з кави, а з новин. Кожен раз переглядаючи інформаційну стрічку, ми намагаємось не пропускати важливі події у нашому житті. А часто й для того, аби врешті-решт побачити щось хороше, як-от: обмін військовополоненими, повернення українських дітей, список допомоги від партнерів, звільнення територій. Хоч предметом найбільшого обговорення серед людей залишається тільки одне – перемога. То які прогнози щодо закінчення війни вирують в українському інфопросторі?

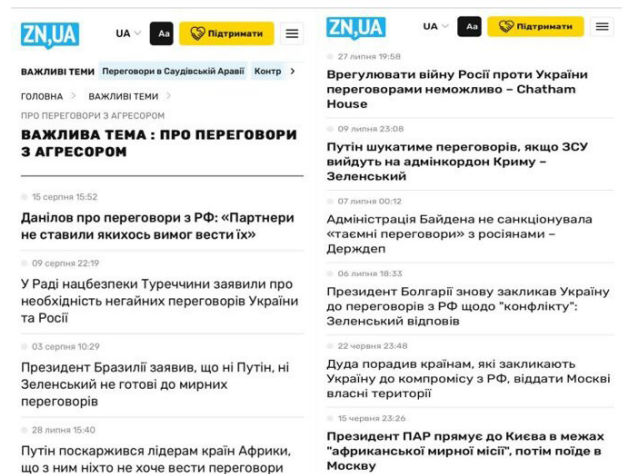
«Суспільне Новини» упродовж літа 2023 року поширювали думки західних партнерів на цю тему. Зокрема Президента Польщі Анджея Дуди, який вважає, що Росія не повинна виграти у війні проти України, оскільки пізніше вона накинеться на інші країни. А міністр оборони Естонії Ханно Певкур [сподівається](#), що Україна вже *цього року* переможе та наголошує, що іншого рішення для українців не існує. Заступник речника Державного департаменту США Ведант Пател також [вважає](#), що перемогою у війні може бути тільки цілковите вигнання агресора з території України. Крім того, він заявив, що Вашингтон і союзники продовжать підтримувати Київ стільки,

скільки потрібно, щоб ми могли захистити себе та «бути у якомога сильнішій позиції за столом переговорів, коли настане час». У всіх трьох новинах тези абсолютно ідентичні.

Аналітичний портал «Слово і Діло» також часто публікує думки іноземців щодо закінчення війни. Наприклад, Папа Римський Франциск [закликає](#) Європу знайти нові шляхи до миру у цьому складному питанні. Понтифік так само осуджує виробництво та розповсюдження зброї, яке, на його думку, лише збіднює людство. «Слово і Діло» [цитує](#) телекомпанію CNN, яка за анонімними джерелами повідомила, що російський диктатор має намір продовжувати війну до президентських виборів

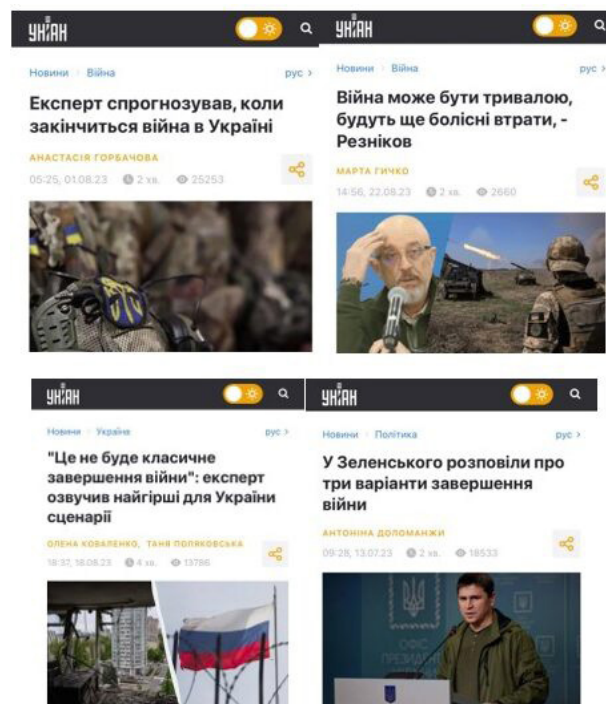
США (осінь 2024 року), бо це може суттєво вплинути на позицію Вашингтона щодо України.

У «Дзеркалі Тижня» є цілі [підбірки новин](#) на тему перемовин з агресором. Зазвичай до цього закликають держави, які є або нейтральними, або підтримують Росію. Представники нашої влади та партнери категорично проти, доки українські землі знаходяться під окупацією російських військ. Таким чином, хоч питання переговорів є важливим, проте неможливим у сьогоднішніх реаліях.



Інформаційне агентство «УНІАН» найбільш зосереджене на аналізі українських експертів щодо закінчення війни. І ці прогнози не є такими позитивними. Приміром, Олександр Коваленко [вважає](#), що цього року українцям перемоги не бачити. Також міністр оборони України Олексій Резніков під час ветеранського форуму [заявив](#), що війна може бути тривалою, адже ворог сильний та підступний. Голова правління Центру прикладних політичних досліджень «Пента» Володимир Фесенко зі

свого боку [вбачає](#), що варіант заморожування війни не варто повністю виключати. «*Поганим сценарієм є ситуація, якщо росіянам вдасться перейти в новий масштабний наступ, коли Україна буде виснажена. Ще один сценарій – не дуже добрий, але я б не назвав його найгіршим. Він, скажімо так, дуже суперечливий, неоднозначний – це припинення бойових дій на певній лінії фронту*», – заявив експерт. Щодо Офісу Президента України, то нам [озвучили](#) три варіанти завершення війни: виграш, програш та «Мінськ-3». Про це повідомив Михайло Подоляк в ефірі телемарафону під час інтерв'ю.



Оглядаючи наведені медіаресурси, можна зробити висновок, що найпоширенішим прогнозом закінчення війни досі залишаєть

ся капітуляція Росії та наша перемога. Хоч в інфопросторі все частіше з'являються інші варіанти, які пропонують деякі експерти для

розв'язання проблеми, проте остаточне слово все одно буде за українським народом.



Лілія СОКУЛЬСЬКА

ВІЙСЬКОВІ АНАЛІТИКИ ТА ЕКСПЕРТИ В МЕДІА. КОМУ МОЖНА ДОВІРЯТИ?

З початком повномасштабного вторгнення в країні загострилася потреба в адекватних думках фахівців щодо оцінки ситуації на фронті й прогнозів розвитку майбутніх бойових дій. Втім, «експертів з усіх питань» нам ніколи не бракувало. І вірусолог, який раптово став фахівцем з питань оборони, і анонімний телеграм-канал, й навіть [таролог з астрологом](#). Але як знайти справді кому можна довіряти й не стати жертвою маніпуляцій «знавців»?

Мабуть, спочатку потрібно з'ясувати, хто ж такі ці експерти. Експертами називають людей, які не з чуток знаються на темі, а володіють великим досвідом розв'язання питань в певній галузі, тобто їхня думка є авторитетною.

Також існують псевдоексперти. Це люди, які або за гроші, або з якихось власних переконань надають некоректні коментарі, орієнтуючись насамперед на те, щоб викликати гострі емоції в аудиторії. Та основна відмінність полягає у тому, що хороший експерт не коментуватиме те, на чому не знається. А ось фейковий завжди матиме висновки щодо геополітичних, економічних, військових та інших сфер, не пов'язаних з його діяльністю.

То ж де шукати якийсь перелік цих нормальних експертів? За запитом в гуглі «військові експерти, яким можна вірити» вибиває лише один ґрунтовний [матеріал](#), який був опублікований ще навесні минулого року. Інші джере-

ла, які б наводили конкретні імена перевірених фахівців, знайти важко.

Натомість стрічки новин рясніють псевдоекспертами. Деякі медіа залюбки поширюють «експертні» прогнози щодо ситуації в країні екстрасенсів чи астрологів. Як це [зробили](#) зокрема «УНІАН», коли всі й так накручені через можливий черговий наступ росіян.



Новини > Lite > Астрологія рус >

Астролог назвав дати, коли нас накриють ракетами з усіх боків

ВІОЛЕТТА ОРЛОВА



Або ж можна запрошувати людей, які коментують “усе, що рухається” й водночас є улюбленими гостями різних ефірів. Приклад – Олег Жданов. Експерт, якого називають «прапорщиком Дубком». Як [зазначає](#) головний редактор «Новинарні» Дмитро Лиховій, прогнози цього експерта не справджуються ще з 2014 року. Також про нього [згадує](#) співзасновник «Мілітарного» Тарас Чмут: *«У людини немає ніякого уявлення, розуміння та глибини занурення в те, про що він говорить. Людина, яка за день дає шість інтерв'ю, не може розбиратися в тих питаннях, про які вона намагається говорити»*. Тоді чому він постійний гість загальнонаціональних телеканалів. Дмитро Лиховій вважає, що так відбувається, бо Олег Жданов говорить те, що хочуть від нього почути редактор/ведучий/глядач – банальний оптимізм.

Тут важко не погодитися зі [словами](#) журналістки Ніни Кур'яти: *«Начепивши на будь-яку говорящу голову табличку “експерт”, ви (медіа – ред.) є відповідальними за все, що вона скаже широким масам. І ці маси ухвалюватимуть життєві рішення, спираючись на його / її думку»*.

Складається таке відчуття, що в Україні більше немає експертів, аналітиків, які спеціалізуються на темі війни. Втім, вони є і не всі з них кажуть “зручні” речі. Але якщо ЗМІ немає до цього діла, то стає зрозуміло, що й пересічний читач/глядач/слухач не шукатиме когось з балансом адекватності, щоб зрозуміти, що зараз відбувається і що буде далі. А слухатиме “фахівців”, які готові коментувати все.

Як вже зазначалося, на жаль, матеріалів на тему “кому ж можна довіряти українцям” небагато. Але підбірка військових аналітиків

«[MediaSapiens](#)» досі залишається актуальною. Тож кого вони рекомендують:

[Микола Белесков](#)

Головний консультант відділу військової та військово-економічної політики Національного інституту стратегічних досліджень. Із серпня 2022 року старший аналітик ГО «Повернись живим». Микола Белесков чудово знається на військовій техніці, озброєнні, тактиці й стратегії. Ба більше, його вважають найкомпетентнішим військовим оглядачем в Україні й сильним теоретиком.

[Максим Паламарчук](#)

Максима Паламарчука називають військовим оглядачем світового рівня. У свій час він працював у Національному інституті стратегічних досліджень та Апараті Ради національної безпеки і оборони України. Максим Паламарчук – автор низки наукових публікацій в галузі національної безпеки й статей, що присвячені стратегіям держав у конфліктах.

[Андрій Римарук](#)

Український ветеран російсько-української війни, журналіст та актор. А також Директор воєнного департаменту Міжнародного благодійного фонду «Повернись живим». В ефірах Радіо НВ Андрій Римарук дає численні коментарі щодо військової ситуації. Оскільки він спілкується з військовими командирами і як ніхто інший знає, що там реально відбувається.

[Віктор Кевлюк](#)

Експерт Центру оборонних стратегій, в минулому військовослужбовець. Про непереірвну військову службу на досить серйозних посадах. Свої аналітичні матеріали Віктор Кевлюк публікує в себе на сторінці у [фейсбуку](#) та у виданні [LB.ua](#).

Том Купер

Доступ до альтернативних точок зору, надто важливий. Адже це один зі способів перевірити, що офіційні джерела говорять правду й не маніпулюють інформацією. Саме такою вважають військову аналітику австрійця Тома Купера: «Він коментує день за днем те, що відбувається в Україні у військовому сенсі. Й, попри його симпатії до демократії і боротьби України, подає зважену інформацію».

Щодо медіа, які аналізують безпосередньо події на фронті, «[Детектор медіа](#)» виділяє:

«[Новинарня](#)» – інтернет-видання, засновником якого є Дмитро Лиховій. Тут пишуть про Збройні сили та їх розбудову, про військових, силовиків і ветеранів, мобілізованих/ демобілізованих тощо.

«[Мілітарний портал](#)» – онлайн-медіа, яке спеціалізується на темі силових структур, бойових дій та військової промисловості України та світу. Своїм головними завданнями автори вважають об'єктивне інформування суспільства про опір України військовій агресії, по-

шук проблем в оборонній сфері та просування ідей та рішень, які сприяють посиленню обороноздатності України.

«[Тексти](#)» – аналітичне інтернет-видання, що було створене у 2010 році Анатолієм Бондаренком та Романом Кульчинським. Медіа поєднує класичну журналістику та журналістику даних, й вважається засновником цього напрямку в Україні. Автори видання не просто публікують різні точки зору, а намагаються вивчити проблему зі всіх сторін та донести правду.

«[Цензор.нет](#)» – суспільно-політичний портал, заснований у 2004 році Юрієм Бутусовим. Як зазначається на сайті видання: «Цензор.нет – це популярна політика з коментарями електорату». Також медіа позиціонує себе як сайт «емоційних новин».

Як і в мирний час, завжди корисно комбінувати кілька якісних джерел, перевіряти факти й не поспішати радіти чи засмучуватись, якщо бачите щось особливо оптимістичне або вкрай прикре. Але найважливіше: пора вчитись відриватись від новин, робити паузи, витратити свій ресурс на щось корисне для Батьківщини чи на турботу про себе. Боротьба триває, й Україні потрібні фізично і психічно здорові громадяни, аби вистояти.

(фотоскрин: *detector.media*)

Анастасія АНІСІМОВА

ВІД ЗАСПОКІЙЛИВОГО ДО ОБУРЛИВОГО: ФЕНОМЕН АРЕСТОВИЧА ПІД ЧАС РОСІЙСЬКОГО ВТОРГНЕННЯ

Після звільнення у січні цього року колишній радник президента Олексій Арестович ще декілька разів став інфоприводом для багатьох пабліків в Telegram. Попри звільнення його гучні заяви подекуди мають медійний резонанс і, відповідно, вплив на інформаційну війну. Тож є сенс розглянути феномен цієї персони в українському медіапросторі від початку повномасштабного вторгнення і донині.

АРЕСТОВИЧ НА ПОЧАТКУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ

В перші дні повномасштабного вторгнення Олексій Арестович виступав у ролі «заспокійливого» для українського суспільства. У своїх висловлюваннях він неодноразово говорив про неминучу поразку росії і стверджував, що навіть погода на нашому боці.

24 лютого: *За даними, які уточнюються, перший удар рф провалився. Втрати є, але вони незначні та не знизили боєдатність ЗСУ.*

1 березня: *Зараз за нас навіть погода, яка третій день у Чорному морі через шторм не дає висадитись десанту на Одещині та Миколаєві. Сьогодні передмістя Києва вкриті снігом, який теж не дає змоги окупантам розпочати штурм.*

5 березня: *Чи знаєте ви, що перший удар крилатих ракет супротивника у багатьох місцях припав у макети? І вогневі мішки, і нескінченні kill box, в які затягують війська супротивника наші військові – це все тверезий і холоднокровний розрахунок.*

Російська армія не сильна. Вона просто довга. Вісім із десяти путінських армій тут. Тут ми їх і поховаємо.

Такі вислови Арестовича вселяли надію багатьом українцям. Сформувався своєрідний культ довкола його особистості. Своїми коментарями і посадою при Офісі Президента він викликав довіру у суспільства, адже багатьом людям легше вірити у те, що все добре, ніж у те, наскільки все погано.

Подекуди він дозволяв собі й занадто емоційні коментарі. Ось що відповів Арестович

на пропозицію віддати частину територій [25 травня](#):

*Я зараз перейду на мат... Я сьогодні страшенно злий, дивлячись на все це. А чи не пішли б ви на**й, долбо*би, бл**ь?! З такими пропозиціями, бл**ь, трішки поторгувати українською територією? Взагалі о*єріли там, бл**ь? У нас кров, у нас діти вмирають... Викусить, бл**ь! Ніколи не буде такого!*

Чи доречні такі вислови для радника офісу президента, спірне питання. Але не будемо на цьому акцентувати увагу. Зрештою, проблема зовсім в іншому.

ПЕРШІ ОЗНАКИ ТОГО, ЩО АРЕСТОВИЧ “ПОЛАМАВСЯ”

Цікавою була його зміна у психологічній риториці, від «два-три тижні» до «війна – це надовго».

[31 травня](#): *Війна – це маніакально-депресивний психоз. Маніакальна фаза закінчилася, розпочалася депресивна. Попереду ще обсесивно-компульсивний розлад. А це означає радість від десятиразового миття рук, особливого ритуалу вимкнення світла перед виходом з дому, вимовлення магічних слів та закликів до віри – хоч у щось. Багато хто з нас знайдуть себе в цьому. Попереду цікаві життєві відкриття. Тримайтеся...*

Взагалі, в Арестовича досить широка самоідентифікація (радник офісу президента, психолог, військовий експерт, священник, екзорцист і багато іншого). Популярність радника зросла і цікавість аудиторії до його особистості теж. Суспільство почало переглядати публічні виступи і інтерв'ю Арестовича до 24 лютого. Деякі з його висловлювань вже на по-

чатку повномасштабного вторгнення посіяли зернятка сумніву щодо його слів і чи варто їм довіряти.

Довіра до Олексія Арестовича невдовзі похитнулася й через скандальні заяви. Одним з висловів, який здійняв галас у соціальних мережах, став вислів про «маленьку культуру». Олексій Арестович на черговому ефірі у російського адвоката Марка Фейгіна [заявив](#), що «в Україні багато хто хоче збудувати велику країну з маленькою культурою, яка підходить для маленької моноетнічної держави типу Угорщини, але Україна – велика і полікультурна країна».

У всіх своїх неоднозначних висловах Арестович звинувачував саме суспільство, і цей вислів не став виключенням. Мовляв, ви просто не так зрозуміли, це вирвано з контексту, ви недостатньо розумні, щоб зрозуміти те, що я мав на увазі.

Але давайте розберемо вислів детальніше. Пан Олексій називає Україну полікультурною (що означає саме велика кількість різних культур, а не велику культуру), а Угорщину – моноетнічною. Але в Україні етнос один, все решта – національні меншини. Оскільки етнос – це стійка соціальна група, об'єднана спільною мовою і територією. Найцікавішим в цьому є [пояснення](#) Арестовича свого вислову: він мав на увазі здатність українського суспільства відповідати на великі цивілізаційні виклики, які зараз постали перед Україною.

Речник пояснив, що «маленька культура» – це дрібні реакції на великі виклики, саме це він не хоче бачити в Україні. Але це його пояснення викликає більше запитань, ніж дає відповідей. Про які реакції і виклики йдеться, пан Олексій не уточнює.

До того ж, він у тому ж інтерв'ю наголосив, що «хороші рузькі» потрібні нам для поповнення людського ресурсу. Більшість людей обурив цей вислів. Недовіра і незадоволення до нього почали поширюватися в суспільстві, як епідемія.

АРЕСТОВИЧ – МАЙБУТНІЙ ПРЕЗИДЕНТ?

В інтерв'ю, яке пан Олексій давав Дмитру Гордону, Арестович неочікувано для всіх висловив свої наміри про те, що він збирається балотуватися в президенти. Але за однієї умови, якщо Зеленський не висуватиме своєї кандидатури.

«Я зараз скажу те, що нікому досі не казав. Всі кажуть про мій якийсь божевільний рейтинг. Але мій рейтинг, це рейтинг президента. Я себе від президента ніколи не відділяю. Я ніколи не підставляю людей, із якими працюю. Взагалі зараз ці розмови для мене взагалі не зовсім коректно вести. Якщо він (Зеленський) піде на другий термін, я його підрізати не буду. Якщо Зеленський не буде подаватися, я піду», – [заявив](#) Арестович.

АРЕСТОВИЧ ПРО АКТИВІСТІВ

“Українська культура вражає та захоплює. Доти, поки туди не допустили активістів. В світі нема жодної людини, яка б відчула українську музику та не захопилася. Тому, що там немає активістів. Україна домінує у кіберспорті – активісти ще не добралися. Агро інновації, банкінг, електронна держава, навіть, Збройні Сили – ми демонструємо світові зразки від яких він шаленіє та бажає дотягнутися. Поки

там нема активістів. Суч українська література гарна там, де зуміла відстояти себе від активістів”, – саме так [висловився](#) Арестович про активістів.

В протиставлення цьому доволі однозначному вислову дозволю собі [зацитувати](#) волонтеру року Тату Кеплер: “Ми їдемо туди, куди не добирається влада”. Активісти, волонтери ризикують життям, щоб допомогти тим, хто цього потребує. Велику кількість необхідних речей на передову для наших військових під обстрілами привозять саме активісти, які так само ризикують життям. Різні мітинги і протести, які активісти влаштовують, спрямовані на покращення нашого з вами життя. Якби ж не ті самі активісти 30 років тому, ми б зараз не були незалежними. В часи, коли країна так потребує активістів, казати про них так, як Арестович, це просто злочин. А особливо, коли таке говорять, прикриваючись ім'ям президента. Оскільки Арестович неодноразово повторював, що він – людина президента. Таким чином він тільки підривав репутацію президента. А народ обурювався тим, що його не звільнили одразу ж.

ТРАГЕДІЯ У ДНІПРІ

«Її (ракету, – ред.) збили, вона впала на під'їзд. Вона зірвалася, коли впала», – [заявив](#) Арестович ввечері 14 січня в ефірі «хорошого русского», російського правозахисника Марка Фейгіна. Після таких його скандальних слів, суспільство відреагувало дуже негативно і почало масово критикувати пана Олексія.

15 січня на своїй сторінці Фейсбук Арестович “вибачився”. Свої слова він пояснив тим, що просто втомився і повірив на слово знайо-

мому ППО-шнику. 17 січня Арестович звільнився. Пізніше він видалив пост з “вибаченнями” і натомість написав, що він не винен, оскільки в інтерв’ю з Фейгіним неодноразово казав “ймовірно” і “там ще розбиратися і розбиратися”. А в кінці свого посту додав: “Не так страшні московські воші, як українські гниди”. Знову бачимо перекладання відповідальності за сказане на українське суспільство.

Його слова, сказані у Фейгіна, масово поширили російські пропагандистські ресурси, як аргумент на звинувачення українського ППО у трагедії в Дніпрі. Тож коли Арестович дозволяє собі такі припущення у Фейгіна, якого дивляться й російські пропагандисти, це лише шкодить Україні в інформаційній війні. Відтак, чи варто медійній особі з великою аудиторією висловлювати такі припущення у таких умовах – питання риторичне.

ВИСНОВКИ

На жаль, інститут репутації в Україні працює недостатньо добре. Оскільки звільнився

Арестович тільки зараз. І навіть після свого звільнення він продовжує впливати на інформаційний фронт, тому що зараз він медійна особистість з великою аудиторією, яка має вплив. Якщо відкрити останні пости Арестовича на Фейсбуці, можна побачити, що велика кількість українців продовжують ним захоплюватися.

Проаналізувавши більшість висловів Арестовича, можна прослідкувати його деградацію як медійного персонажа. Від палкої підтримки українського народу до “українських гнид”, які не розуміють нічого і все виривають з контексту. Відкритими залишаються два питання: чому його не звільнили раніше і коли його нарешті закенселять. Здавалося б, що зараз мало прийти усвідомлення, що це не та особа, яку варто слухати, дивитися, читати. Але різні українські видання продовжують публікувати його свіжі вислови, а в коментарях до його постів можна побачити багато слів на його підтримку тих, хто продовжує йому беззаперечно довіряти.

Олександра ЛИТВИН

ЯК ПОПУЛЯРНІ УКРАЇНСЬКІ МЕДІА ВИСВІТЛЮЮТЬ ТЕМУ ЕКОЛОГІЇ ПІД ЧАС ВІЙНИ

Після 24 лютого безліч тем в інформаційному просторі українців стали не на часі. Доволі швидко за звітами про дії військових на фронті та потребами української армії, за новинами про кількість знищеної російської техніки чи про кількість переданої нам зброї ховаються інші важливі теми, які не варто ігнорувати.

Існують питання, висвітлення яких справді може трохи почекати. Проте, відкладання у скриньку із написом "колись там глянемо та щось напишемо" важливих глобальних питань свідчить не про пріоритетність, а про недалекоглядність. Зокрема, коли йдеться про екологію.

ЧОМУ ЦЕ ВАЖЛИВО?

Повномасштабне вторгнення росії позначилось також значним впливом на навколишнє середовище. Адже які б емоції у нас не викликали цифри з кількістю російських втрат, нашій екосистемі завдано значної шкоди. Це і шкідливі викиди від зброї та техніки, і захоплення армією країни-агресора атомних електростанцій, і руйнування лісів та екосистем унаслідок бойових дій тощо.

Українські журналісти [називають](#) такі дії армії країни-агресора екоцидом, прирівнюючи їх до знищення значної кількості території Кувейту після підриву іракськими військовими нафтової свердловини країни в 1991 році. Після цього почалися наймасштабніші в історії

пожежі, які не могли загасити повністю протягом 8 місяців.

Тому говорити про екоцид, який на рівні з усіма іншими злочинами активно здійснює росія, нагадувати українцям, що екосвідомість не має відходити на задній план (звісно, якщо ви перебуваєте у безпеці та маєте все необхідне), одне з багатьох завдань медіа у цей час.

Розгляньмо декілька прикладів, як українські медіа загальної тематики висвітлюють ці питання. Оскільки тема екології не є пріоритетною для більшості українських ЗМІ, то й окремої рубрики для неї у неспеціалізованих медіа зазвичай немає. Однак, ця тема все одно з'являється у провідних ЗМІ країни. Питання лише у тому наскільки якісно і регулярно.

Зокрема на “Суспільному” те, що стосується екології можна віднайти в розділі “Природа”. [Перейшовши](#) за посиланням, ви можете здогадатися, чому “Природа”, а не “Екологія”.

Цей розділ працює за стилем подачі довідника з майже щоденним оновленням інформації, де є новини та пояснення щодо всього, що стосується природи. Так, у цьому розділі є теми про захист навколишнього середовища. Зокрема, “*Киян запрошують обговорити захист річок та озер столиці*” чи “*Навесні почнуть відновлювати ліс довкола Києва, пошкоджений через бойові дії*”. Проте, більшість з них стосуються саме теми природи, а не екології. У матеріалах цього розділу можна побачити й матеріали на тему прогнозу погоди (буде мокрий сніг) чи про поповнення у зоопарку.

Однак розділ “Природа” на “Суспільному” має дві цікаві особливості. Перша з них – більшість новин стосується саме міста Києва та його мешканців. А друга – тут є інформація про наслідки бойових дій для навколишнього середовища, зокрема повідомлення про заміновану місцевість та розмінування. Також у розділі “Природа” публікують матеріали майже щодня.

Наступним мовником, що користується популярністю серед читачів, у нас буде **Бабель**. Найлегший спосіб знайти тут теми про екологію – ввести це слово в пошук, адже матеріали журналісти медіа ділять не за темами, а за жанрами («новини» та «тексти») й напрямками («користь», «подкасти» та «пекельце»). Та помітити, що новин на екологічну тематику в цьому медіа дуже мало. За 2022 рік їх було 2, а за 2021 – 4. І деякі з них були не повністю присвячені екології чи проблемам довкілля, а лише дотичні до неї. Наприклад, у [матеріалі](#)

«Найближчі два тижні стануть вирішальними для вступу України в ЄС – іншого шансу може й не бути. Чи отримає Україна статус кандидата, що він дає і чому деякі країни проти? Відповіді на головні запитання» про екологію згадується лише раз. Як про одну з 30 сфер, де потрібні реформи та закони, аби доєднатися до ЄС.

Але пошук працює не досконало, тому якщо ввести інші теги, то можна зібрати більшу кількість матеріалів на цю тематику. Наприклад, після вводу слова “екологічний” вам висвітиться ще 5 матеріалів за 2022 рік та аж 17 за 2021. Помітна тенденція, що тема екології за торік у разі зменшилась, поступившись тематиці війни та політики загалом. А першою новиною на «тему екології» торік стала звістка про те, що чоловік жбурнув шматок торта в картину Мона Лізи, називаючи це екопротестом. Але жодного матеріалу про вплив повномасштабної війни на екологію немає.

Наступним обраним ЗМІ став “**The Village**”, екологічна тематика в якому представлена помітно. У розділі “Люди та місто” доволі швидко можна знайти матеріал, у назві якого є слово “екологічно”. Зокрема [інтерв'ю](#) “*Як святкувати Новий рік екологічно: розповідають люди з досвідом*”, де респонденти поділилися порадами на доволі корисну тематику.

Прослідкувати матеріали на екологічну тематику за рік за тегами доволі важко, адже система, за якою видаються матеріали дотичні до пошукового слова, розташовані не в хронологічному порядку, а змішано. Однак сама екотематика під час війни представлена доволі добре. Тут є матеріали про екозвички, які варто формувати вже нині, про те, скільки збитків зазнало українське довкілля за час повномасш-

табного вторгнення, та навіть про дельфінів, що гинуть біля берегів України через російські кораблі.

Також у “The Village” присутня екотематика, яка не має стосунку до війни в Україні. Є навіть окрема рубрика “Еко”, яка не поєднана з усіма матеріалами на цю тематику. Зокрема, про грінвошинг (про те, як деякі бренди вдають, що вони «еко») або як жити за принципом zero waste (без відходів).

Щодо “24 каналу”, то окремого розділу, присвяченого екологічній тематиці тут немає. Натомість екологічна тематика представлена тут доволі широко. Наприклад, тільки за місяць цього року ми маємо 39 матеріалів на тему екології чи дотичних до неї питань, з яких майже половина стосується тематики висвітлення екології під час повномасштабної війни.

Зокрема, новина про те, що в Росії після повномасштабного вторгнення захотіли зробити електромобіль під назвою “Буханка” або про те, чи потрібно мати офіційний дозвіл на використання генератора, де згадується й екологічний аспект придбання цього пристрою.

Останнім розглянемо ресурс «Українська правда». У цьому ЗМІ дуже зручний пошук за тегами, адже вам їх можна навіть і не вводити, тому що слова впорядковані за алфавітом. Та-

кож, [відкривши](#) весь перелік тем, які висвітлюють журналісти, можна помітити за розміром слів, які теми найбільш популярні. Серед них були «війна», «Верховна Рада», «Донбас», «росія» та інші. А от тег “екологія” був одним з найменших.

Серед усіх наведених вище ЗМІ УП найбільш активно пише про шкоду екоциду, який чине армія країни-агресора. Лише за початок цього року серед 10 новин на екологічну тематику 6 були присвячені саме цій темі. Це, наприклад, матеріали “Через обстріл Херсонського порту нафтопродукти витекли у Дніпро” або “Мільйон диких орхідей та вирій для птахів. Що війна робить із Кінбурнською коосою”. Також висвітлюється світова екологічна тематика, наприклад, матеріали про озоновий шар та головні глобальні ризики.

Загалом, тема екології не є надто поширеною у популярних українських медіа. Це, звісно, не повноцінне дослідження, а радше побіжний огляд та узагальнення. Адже в Україні є також спеціалізовані видання, які за своєю специфікою приділяють значну увагу екології. Ми оглянули саме популярні медіа і, як бачимо, є серед них і такі, що мають окрему рубрику та значну кількість публікацій на екологічну тему в контексті війни.

Ольга МУНТЯН

ВІД ДРУГОЇ АРМІЇ СВІТУ ДО ОРКІВ: ЯК ЗМІНЮВАВСЯ ОБРАЗ РОСІЙСЬКОГО СОЛДАТА В УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Важливим складником російсько-української війни стала ідеологічна пропаганда. Так, образ сучасного російського солдата виник як логічне продовження образу солдата радянського. Культивування ідеологічного міфу про «другу армію у світі», непереможність та сучасність російської армії сприяло потужній інформаційній кампанії, націленій на внутрішнє та зовнішнє споживання. Перед тим, як використовувати маніпуляційні методи просування прообразу великої армії за межами власної країни, російська влада активно залучала всі наявні комунікаційні інструменти задля створення образу внутрішнього споживача.

Після розпаду СРСР Росія наділила себе титулом правонаступниці Радянського Союзу та його окремих елементів, зокрема й армії, що перемогла у Другій світовій Війні. Для мас активно просували культурний сегмент радянського простору. Він насичений образами героїчних солдатів, як, наприклад, узагальнений образ солдата-визволителя Василя Тьоркіна, та спеціалізованими військово-політичним виданнями, агітаційними зображальними плакатами, літературою на тему війни, кінострічками радянського виробництва, де лише радянський солдат може врятувати своїх побратимів та державу. Після розвалу СРСР та здобуття незалежності її колишніх членів ви-

никла термінова потреба змінити агітаційну політику – на росії відбувається побудова нового образу «великої країни».

ЯК ПОП-КУЛЬТУРА ПЛЕКАЛА ОБРАЗ ВЕЛИЧНОГО «ОСВОБОДИТЕЛЯ»

Нова епоха трансформує звичні екраноцентричні кінообрази російського солдата, які вибудовував десятиліттями СРСР, у новий простіший та доступніший для суспільства сегмент – музику, незалежне кіно, масову культуру. Величний та білий лик солдата-росіянина автоматично сприймався українською аудиторією як щось рідне та близьке. Цьому

сприяв загальний медійний простір України та росії: вся культурна спадщина автоматично зараховувалась на два фронти, що лише підкріплювало думку про єдиний братський народ.

Масове культурне середовище, яким на той час виступали традиційні ЗМІ, а пізніше нові медіа, дозволяє методам м'якої маніпуляції подавати потрібні значення. Проте кожний такий процес потребує ядра, з якого можна створювати контент. Для росії цим ядром стають війни, оскільки так можна не просто отримати необхідні цілі, але й підкреслити образ незламного чесного російського солдата, який робить все задля порятунку цивільного населення. У поп-культурі головною ознакою є орієнтація виробника на потреби «середньостатистичної людини», гнучкість та спроможність до трансформації артефактів, що створені в межах інших культур. Вона перетворює наявні артефакти у предмет масового споживання комерційного характеру з наявним кліше при створенні. Так, Друга Світова війна (Отечественная), війна в Афганістані, дві Чеченські війни, анексія Криму та частини території Донецької й Луганської областей слугують прикладом для романтизації образу радянського (а пізніше російського) солдата як ключового персонажа. У цьому контексті, доцільно говорити про створення масовою культурою образу російського солдата методом просування агітаційних та пропагандистських риторик в інфопросторі. Загальне медійне середовище з часів розпаду СРСР до подій Революції Гідності використовувалось як площина для закріплення поданих образів у свідомості українців.

Становлення образу російських солдатів можна простежити у фільмах російського ви-

робицтва, які в межах єдиного інформаційного простору транслювались й розповсюджувались в Україні. Ось декілька кінострічок, де чітко вимальовують образ «хорошого російського солдата проти злого терориста», возвеличують та підносять «своїх» солдатів, стираючи межі правдивості та вигадки:

- «Грозовые ворота» 2006 р. А. Малюков – Друга чеченська війна
- «Брат» 1997 р. А. Балабанов – Перша чеченська війна
- «9 рота» 2005 р. Ф. Бондарчук – Війна в Афганістані
- «Мы из будущего» 2008 р. А. Малюков – Друга Світова війна
- «Крым» 2017 р. А. Пиманов – окупація Криму.

Масова свідомість запам'ятовує подані клішовані образи «героїчних російських солдатів» VS «злих терористів» та підсвідомо накладає типаж бравих хлопців на армію росії. Варто зазначити, що ведення будь-якої війни, де була присутня росія, подавалось українцям через засоби масової комунікації зі світоглядної проросійської призми, вкорінюючи стереотип про порядного, відважного російського солдата та злого підступного ворога. Не оминула образ російського солдата романтизація та канонізація. Війна в Афганістані, Перша та Друга чеченські війни супроводжувались підтримкою в культурному сегменті, де музика використовувалась як елемент для романтизації солдатських буднів та пояснювала внутрішній воєнний устрій та дії армії:

*«...И он ушёл, не встретив первую весну.
Домой пришёл в солдатском цинковом гробу.
Рыдает мать, и словно тень стоит отец. Для
них он был, для них он был ещё юнец. А сколько*

их, не сделав в жизни первый шаг, домой пришли в солдатских цинковых гробах», – ці слова вказували на «несправедливість подій» та жертовність російських солдатів, підкреслювали їхній героїзм.

До 2014 року в Україні широко використовувались російські соціальні мережі «Однокласники» та «Вконтакте», які стирали межі між українцями та росіянами, утверджуючи думку про один народ. Згодом інформаційна кампанія росії збільшила оберти, готуючи підґрунтя для початку окупації території України. Оскільки російське культурне середовище на той момент було невід'ємною частиною українського культурного середовища, романтизація та образ солдата російської армії як переможниці та рятівниці був широко розповсюджений в свідомості українців. На територію України трансливався російський продукт, де образ російського солдата та возвеличення російської зброї протиставлявся образіві «хохлів, дурних селяноків» з шароварщиною замість оригінальної культури.

ВІД ДРУГОЇ АРМІЇ СВІТУ ДО СВИНОСОБАК

Грунтовне зрушення в масовій свідомості українців відбулось 24 лютого 2022 року, коли відбулось широкомасштабне вторгнення росії на територію України. Російська влада не оголосила війну Україні, назвала власні окупаційні дії «спеціальною військовою операцією», що знову нав'язувало ідею про визвольну місію російських солдатів. За вісім років окупації Криму та частини Донеччини й Луганщини українська спільнота зазнала значної трансформації в медійному середовищі. Тому ще

з перших днів широкомасштабної війни росії проти України різними українськими ресурсами поширювались відео з першими російськими полоненими, які створювали негативний образ російської армії, всупереч образу нездоланих та професійних бійців. Українці, які прокинулись о 5 ранку від перших ракетних ударів, пережили значний стрес та психологічний тиск, побачили перші відео, на яких були розгублені молоді хлопці у застарілому та неякісному екіпіруванні... Це був початок подолання стереотипу російського солдата як професіонала та успішного військового.

Трансформацію образу російського солдата в свідомості українців продемонструвала так звана «народна творчість», яка з перших днів повномасштабної війни транслює суспільні настрої щодо окупантів. Суспільство, яке почало відмовлятися від стереотипного образу сильної російської армії, активно слідувало за офіційними та громадянськими українськими веб-ресурсами, що подавали новий образ непідготовлених та розгублених солдат, яких в народі вже охрестили «чмонями».

Окупаційна війна та щоденні обстріли українських міст, мародерства швидко змінювали ставлення українського суспільства до росіян. Звірства в Бучі, масові захоронення та катівні на Херсонщині й Харківщині, знищений Маріуполь, розбомблені ракетами будинки по всій країні провели чітку червону лінію між росіянами та українцями, розкривши всі істинні мотиви і показавши світу правду про російську армію. «Свинособаки», «орки», «мародери», «бруднодупі» – все це за рік війни вкоренилося у масовій свідомості, замінивши імперські нарративи росії.

З перших днів онлайн-ресурси та офіційні представники влади обрали успішну тактику комунікації з громадськістю, використовуючи народні образи та мему як елемент інформаційної кампанії в рамках російсько-української

війни. «Братські російські солдати» перетворились у «рашистів», «орків», «свинособак» тощо. Українська свідомість зазнала кардинальних змін за дуже високу ціну.



ІНФОПАСТКИ ВОЄННОГО ЧАСУ

Анастасія СОРОКА

УВАГА! ТЕРМІНОВО! СТАЛО ВІДОМО, ЧОМУ КЛІКБЕЙТИ В TELEGRAM Є ШКІДЛИВИМИ ПІД ЧАС ВІЙНИ...

Якщо ви зараз бачите перед собою цей текст, вірогідно, ви повелись на заголовок, як рибка на приманку. Адже перед вами – приклад справжнісінького клікбейту. Але, будемо відверті: це чи не єдиний випадок «клікбейтної» новини, яка може бути корисною.

TELEGRAM ЯК ДЖЕРЕЛО ІНФОРМАЦІЇ: У ЧОМУ НЕБЕЗПЕКА?

З початком російського повномасштабного вторгнення дедалі більше українців почали черпати новини з соціальних мереж. Чому бачимо таку тенденцію? Насамперед, тому що за умов стрімкої зміни подій у нас з'явилась потреба отримувати інформацію максимально оперативно.

На жаль, традиційні медіа та навіть інтернет-видання цю потребу закрити як слід не можуть: банально через складніший та довший процес публікації матеріалів. Натомість у соцмережах це робити значно простіше. Зокрема, у Telegram – месенджері, який набув феноменальної популярності в українському суспільстві особливо з початком війни. Якщо раніше цей ресурс виконував радше комуні-

кативну функцію, то тепер до неї доєдналася ще й інформаційна. До того ж, стати джерелом новин тут може кожен охочий: достатньо лише створити свій Telegram-канал та назбирати аудиторію. А далі – підбираєш влучний заголовок, пишеш декілька речень, і твоя новина, неначе пожежа, поширюється інфопростором за лічені секунди. Усі щасливі, оскільки проінформовані швидко.

Та це лише одна сторона медалі. Інша – не така вже й приваблива. Адже оперативність – аж ніяк не єдиний стандарт журналістики. Є ще правдивість, точність, етика, повнота та інші, не менш важливі, особливо під час війни. І тут ховається найбільша проблема: деякі з таких Telegram-каналів справді здатні блискучно втамувати інформаційний голод споживача, однак не завжди здатні подати правдиву

інформацію. А деякі ресурси взагалі є проросійськими.

Поширюють вони фейки несвідомо, чи з певною метою – неважливо. Так чи інакше, вони маніпулюють громадською думкою. До того ж, аж ніяк не всі користувачі цієї та інших соцмереж аналізують контент, який споживають. Багато людей далі продовжують сприймати інформацію за чисту монету, зовсім не усвідомлюючи, що той чи інший допис може бути геть ненадійним джерелом, або ж навіть ворожим. Тож це може неабияк зашкодити державі та соціуму, що перебувають у стані війни.

Саме тому, читаючи новини в Telegram та інших соціальних медіа, маємо дотримуватись медіагігієни та ставити під сумнів абсолютно усе. А ще – слід добре вивчати авторитетність джерел та бути уважними. Адже було чимало випадків, коли навіть професійні журналісти як українських, так і світових ЗМІ помилялися. Навіть провідна американська телерадіокомпанія CNN мала необережність послатися на фейковий Telegram-канал 46-ї окремої аеромобільної бригади Десантно-штурмових військ, через що потрапила в гучний скандал.

КЛІКБЕЙТ: ВІЙНА ЗА УВАГУ ЧИ РОСІЙСЬКЕ ІПСО?

Окрім фейків та дезінформації, ще одним явищем, характерним для Telegram і не менш отруйним для суспільства, є клікбейти – гучні, емоційні та сенсаційні заголовки. Щось на кшталт того, який ми обрали для цієї статті. Зазвичай їх можна розпізнати за надмірною кількістю розділових знаків, зокрема, знаків оклику та деяких ключових слів, інколи написаних капслоком. Серед них слова «УВА-

ГА!!!», «ТЕРМІНОВО», «ЖАХ!!!», «інсайд» та інші.


Та все ж, якщо ми іронічно застосували клікбейт, аби привернути увагу читача до важливої теми, то у Telegram від адміністраторів «каналів-помийок» (так їх часто називають користувачі цієї платформи) якоїсь шляхетної мети чекати не варто. Зазвичай, метод клікбейту застосовується ними у двох випадках:

- Щоб посяяти у суспільстві паніку та страх («канали-помийки» проросійського походження, що видають себе за українські);
- Щоб збільшити популярність, змусити споживача перейти на інший (часто споріднений або дружній) «канал-помийку» та підписатись.

Перші поширюють російське ІПСО, у тета якого, на жаль, ми час від часу потрапляємо. Наприклад, «клікбейтна» новина із заголовком *«ТЕРМІНОВО! Білорусь атакуватиме північні кордони України наприкінці листопада!»*, яку поширив кілька місяців тому один з анонімних Telegram-каналів, а за ним й інші «Telegram-помийки», що женуться за хайпом, має явно проросійське походження і є частиною інформаційно-психологічної спецоперації країни-агресора з метою нагнітання паніки в українському суспільстві. Це повідомлення одразу спростувало Головне управління розвідки України та Генштаб, зазначивши, що цей метод рашисти застосували також для того, аби Україна перемістила сили з наступальних операцій на півдні та сході до північного кордону. До того ж, за інформацією держструктур, такі «дані» з'явилися водночас з анонімними «вкидами» про масовану ракетну атаку, яка нібито передуватиме вторгненню з Білорусі.

Метод клікбейту рашистські Telegram-канали, що діють під прикриттям, використовують й під час масованих атак по українській енергосистемі. Вони роблять це, щоб деморалізувати наше суспільство, змусити його зневіритись у діях влади. Зокрема, також кілька місяців тому у Telegram ширилось ось таке повідомлення: *«Увага! Витягніть всі прилади з розеток! Через потужні стрибки в багатьох погоріли зарядні пристрої і техніка. Будьте обережні!!!!!!»* Це також яскравий приклад клікбейту з російським ПССО, адже жодної інформації такого типу від Укренерго, звісно ж, не надходило.

!!! ВНИМАНИЕ, орки уже завершили подготовку, ожидается мощный обстрел.

ПО ДАННЫМ СМИ Возможно до двух суток подряд (или 2 через 2) с общим применением до 400 ракет  (отрабатывали дозаправку в воздухе они не просто так)

(приклад клікбейту)

Інколи визначити чи є клікбейт справою рук окупантів справді складно. Наприклад, якщо у повідомленні використовуються слова «орки», «рашисти», «русня» та інші, які містять критику росіян чи російської армії. Тож клікбейт *«Увага, орки вже завершили підготовку, очікується потужний обстріл!!!!»* цілком ймовірно є теж частиною російського ПССО, адже викликає після прочитання страх та паніку. Тим паче якщо попередньо схожої інформації від офіційних осіб не було.

Звісно ж, не кожен клікбейт є ПССО. Є Telegram-канали, які мають українську генезу, утім створені виключно з комерційною метою. А отже, не прагнуть нести відповідальність за інформацію, яку поширюють. Їх це, м'яко кажучи, взагалі не хвилює. Зазвичай, для власників таких Telegram-каналів гроші не пахнуть навіть під час війни. У гонитві за хайпом свого псевдомедіа, вони так само здатні поширювати різного роду панічний контент. А це, своєю чергою, завдає шкоди нашому ментальному здоров'ю і, звісно ж, грає на руку російській пропаганді.

Їхні меседжі нерідко оприлюднюються без посилення на офіційні джерела та не підкріплюються фактами. *«УВАГА! Львівщина! Пишуть про вибухи!»* – яскравий приклад таких клікбейтів. Під схожими заголовками далі нерідко йде наступний текст: *«Про це йдеться у місцевих телеграм-каналах, офіційної інформації поки що немає»* тощо. Ключовим маркером, за яким можна визначити «клікбейтність» заголовку у цьому випадку є й слово «пишуть». Одразу ставимо собі запитання: «хто пише?». Потім, звертаємо увагу на іншу особливість: адміністратор каналу підкреслює, що інформація неофіційна. Таким чином, робимо три висновки: 1) якщо у новині наголошують на неофіційності інформації, отже знімають із себе відповідальність за написане; 2) якщо дані не підтверджені, це свідчить про те, що вони були оприлюднені з метою збільшення активності на Telegram-каналі, або ж задля свідомого дезінформування суспільства; 3) отже, краще від такого джерела новин відписатись, аби не завалювати себе інформаційним сміттям.

Також, напередодні звільнення українськими військами Херсону, в Telegram-просторі час від часу з'являлись клікбейти на кшталт

«Терміново! ЗСУ взяли в оточення Херсон. Дивитись пряму трансляцію! Хлопці готуються заходити в місто». Зрозуміло, що ніякої прямої трансляції не існувало, адже війна – це не телепередача і, вочевидь, ніхто не показує бойові дії у прямому ефірі. Утім власники Telegram-каналів вирішили пошити споживачів контенту в дурні: раптом, хтось повірить та таки перейде за посиланням.

Найгірше, що нерідко схожі Telegram-канали хайпують на найбільш резонансних, а інколи – й чутливих для суспільства темах. Візьмемо до уваги клікбейт Telegram-каналу Всевидящее око. Його адміністраторам вистачило розуму спекулювати на темі загиблих під час прильоту по центру Вінниці. *«З'явилися шокуючі кадри вбитих мирних мешканців у Вінниці. Побачене може зашкодити вашій психіці. Все виклало сюди: (посилання)»* – як бачите, приклад нахабаного хайпожерства прямо на кістках.

Ось ще приклади «*бейших» клікбейтів, які зустрічалися упродовж війни на відомих російськомовних Telegram-каналах Труха та Реальная Война:

- «У Львові *бейший прильот! Всі подробиці в нашому регіональному каналі!» (переклад з Труха. Україна);
- «У Вінниці попадання в ТЕЦ. Дізнатись, де у Вінниці та області не буде світла за посиланням» (переклад з Труха. Україна);
- «Увага Херсон! Тільки що разом із референдумом почалась масова мобілізація в місті та області. Рашисти беруть з вулиці та будинків усіх: жінок та чоловіків. Навіть багатодітних.
- «Наші колеги опублікували список де зараз стоять орки і забирають людей:…» (переклад з Труха. Херсон);

- «Терміново. Прямо зараз був ракетний обстріл у центрі Києва. Є загиблі та постраждалі. Пряму трансляцію веде канал Реальна Війна».

Найцікавіше те, що усі ці Telegram-канали можуть похизуватись неабиякою популярністю та успішно функціонують, продовжуючи завдавати шкоди українському суспільству. Зокрема, Труха.Україна налічує майже 3 мільйони підписників (станом на січень 2023 року).

До слова, це спільна риса інтернет-ресурсів сумнівної якості: вони мають значно вищу активність, аніж сторінки авторитетних видань. Наприклад, кількість підписників на офіційній Telegram-сторінці української філії *Radio Свобода* – трохи більше ніж 97 тисяч. Офіційний Telegram-акаунт *Української служби ВВС* – близько 61 тисячі. Та ж сама історія з Telegram-каналом *Української Правди* – вони мають приблизно 161 тисячу підписників. У порівнянні з аудиторією Telegram-каналів Труха, Інсайдер та інших – це справді дуже мало.

Чому так? Є припущення, що фейкові новини розповсюджуються значно швидше, аніж звичайні новини. Для того, щоб досягнути охоплення 1500 людей, правдивій інформації необхідно в 6 разів більше часу, аніж фейку. Саме такий висновок зробили вчені з Массачусетського технологічного інституту, проаналізувавши більше ніж 4,5 млн записів у соцмережі Twitter. А розслідування 2017 року, опубліковане у «Science» показало, що вірогідність поширення фальшивої новини в середньому на 70% більша, ніж справжньої. Це справді може пояснювати таку тенденцію: сумнівні Telegram-канали могли зробити свою аудиторію завдяки розповсюдженню фейків.

Утім, є й інше пояснення – на жаль, ми все ще не навчилися фільтрувати інформацію, яку споживаємо.

ЯК БОРОТИСЯ З НЕЯКІСНИМ ІНФОПРОДУКТОМ У СОЦМЕРЕЖАХ ПІД ЧАС ВІЙНИ?

Міжнародна федерація бібліотечних асоціацій та установ (англ. *The International Federation of Library Associations and Institutions*, **IFLA**) наводить [правила](#), що можуть допомогти у читанні новин:

- Вивчайте джерело;
- Читайте новину повністю;

- Перевіряйте автора;
- Перевіряйте наявність посилань та джерел;
- Перевіряйте дату;
- Переконайтесь, чи інформація, подана в матеріалі – не жарт;
- Оцінюйте неупереджено.

І пам'ятайте: найбільш ефективні методи захисту від шкідливої інформації – критичне мислення та холодний розум. Їх особливо важливо дотримуватись під час війни. Адже ворог веде протистояння як на полі бою, так і на інформаційному фронті. Тож ми маємо бути не лише сильними та хоробрими. Нам гостро необхідна медіаграмотність. Тоді переможемо на обох.



Ігор БУРКО

ЯК ЗА ВБИВЦЯМИ СПОСТЕРІГАЄ СВІТ: ІНФОРМАЦІЙНА ПАСТКА РОСІЙСЬКОГО «ВІЙСЬКОВОГО ПЕРЕВОРОТУ» ПРИГОЖИНА

[24 червня 2023 року відбулось «збройне повстання» найманців та вбивць ПВК Вагнера](#) за наказом їхнього лідера, яке, врешті-решт, не мало жодного практичного результату. Окрім інформаційного. Вкотре росіянам вдається привернути увагу української та світової аудиторії до власних проблем, немов відволікаючи або даючи марні надії на обнадійливі для нашої країни наслідки. Цей феномен можна вважати «телеграмним інтерактивним кіно».

Феномен таких персонажів як Євгеній Пригожин доволі специфічний: колишній кухар путіна, а сьогодні вельми шанований військовий герой для значної аудиторії всередині росії та за її межами, про якого майже не щодня створюють [меми](#). Ба більше, медійно він постає як нібито самостійна фігура на історичному плацдармі російсько-української війни. Ще до початку заколоту і противники росії також щораз більше глорифікували Пригожина – він нібито, одна з надій на поразку рф у воєнному і політичному сенсі. Проте, для українського інформаційного простору історії та меми з Пригожиним стали аж занадто популярними.

ПЕРЕДІСТОРІЯ

Якщо дуже просто: очільник ПВК Вагнер вирішив помститися за раптову та підступну атаку по своїм підрозділам з боку підконтрольних міністерству оборони рф військових. Було ухвалене різко негативне рішення у власному Telegram-каналі щодо деяких кадрів у міністерстві оборони, а саме Шойгу та Герасімова – обидва повинні відповісти за безлад, що коїться на фронті. Проте, чому ж українську аудиторію так зацікавили внутрішні чвари? Розглянемо кілька причин.

TELEGRAM ЯК ЄДИНИЙ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКИЙ ІНФОПРОСТІР

Насамперед, історія із військовим заколотом знову яскраво засвідчила, що в українців Telegram є так само найпопулярнішим засобом комунікації, як у росіян та білорусів. Потенційно це, мабуть, найбільш небезпечна інформаційна зброя, якою ворог може скористатися для своїх ІПСО. Особливо, якщо підтвердяться чутки про те, що Telegram [тако дозволив](#) російській ФСБ користуватися конфіденційними діалогами своїх користувачів. З огляду на це дивує факт, що українські прес-центри та особи, причетні до Офісу Президента віддають перевагу Telegram у комунікації з українцями, а їхню інформацію підхоплюють безліч українських медіа. Тож і заколот Пригожина, якщо виходити з результатів, почався у Telegram і у Telegram закінчився.

Безперечно, Telegram важливий в інформаційній війні, але аж така його популярність серед українців може одного разу зіграти злий жарт.

ТРІЩИНА У «ЄДНОСТІ» ЧИ ПОСТАНОВКА?

Безперечно, українцям завжди буде цікаво спостерігати за внутрішньою кухнею ворога. Це природно, але проблема в тому, що ми більше зацікавлені чужими проблемами, аніж власними. Навряд чи хтось не погодиться з тим фактом, що 24 червня 2023 року Україна із захватом спостерігала за «несподіваним демаршем бандитів та найманців у бік Москви» – а саме так трактували це популярні Telegram-канали. Прикрість ситуації полягає у

тому, що цю подію встигли наділити якостями «тріщини у єдності», зрадою серед військового керівництва або, принаймні, її основного рушія (ПВК Вагнер). Що аж ніяк не є dokonаним фактом.

З огляду на те, чи була авантюра Пригожина постановкою, можна сперечатись. Але з інформаційного погляду, згадуючи усі форсування мемів, погроз у бік міністерства оборони рф, Пригожин спромігся довести, що є найпопулярнішою медійною фігурою у росії. І цілком логічно припустити, що демарш матиме негативний вплив саме для росіян – тому що внутрішня агресія та збройний конфлікт всередині їхньої країни вийшли з площини припущень. Зрештою, [західні медіа](#) також встигли потрактувати ці події як розкол у військовому керівництві, немов, путін тепер не контролює ситуацію і очікується громадянська війна. Але все це поки що лише припущення, не варті того, щоб спиратися на них як на основний стрижень інформаційної війни.

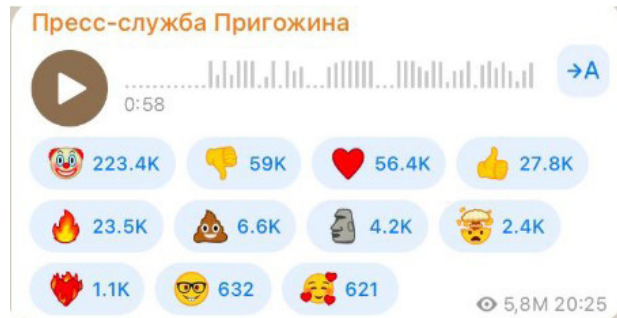
ТОЖ ЯКІ МОЖНА ЗРОБИТИ ВИСНОВКИ?

Насамперед, чим більше будемо популяризувати внутрішні проблеми ворожої країни у власному інфополі, тим більше медійно програватимемо. Жодної корисної інформації наші громадяни не отримують для себе – не варто наділяти речі тими властивостями, яким вони непридатні апріорі. «Заколот» російського виробництва на макрорівні зміг покращити настрої для українців на добу, проте на тлі [мінування енергоблоків ЗАЕС \(за словами Буданова, очільника ГУР\)](#) та контрастну ситуацію україн-

ців такі події мають доволі низьке значення у порядку денному.

Хоча, для росіян це, звісно, один з тривожних дзвіночків, що війна та смерть десь поряд із звичайним життям, а вірити словам таких медіаперсон, як Гіркін та Пригожин, які говорять нібито «гірку правду про війну», як мінімум необачно.

Зрештою, реакція аудиторії Пригожина на завершення «перевороту» якнайкраще відображена у цьому скріншоті:



Скріншот з Telegram-каналу очільника ПВК Вагнер – кількість реакцій та переглядів цього посту про «припинення» маршу за справедливість.

Ярослав ПОГОНЧУК

У ГОНИТВІ ЗА ЕКСКЛЮЗИВОМ ТА ОПЕРАТИВНІСТЮ: ЯК ПАБЛІК «ТРУХА.УКРАИНА» НЕСВІДОМО ПІДІГРУЄ РОСІЙСЬКІЙ ПРОПАГАНДІ

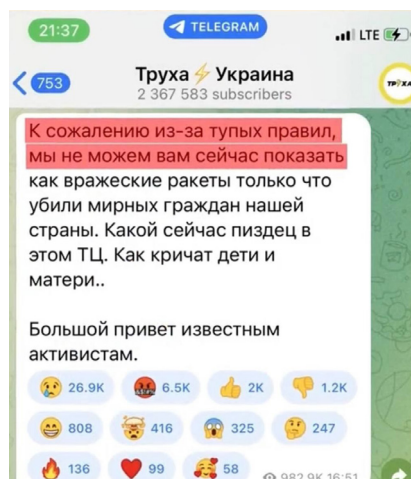
Один із перших українських популярних телеграм-каналів, який розпочав активно висвітлювати події в Україні – «Труха.Украина». Пік популярності канал здобув саме після 24 лютого завдяки оперативному висвітленню воєнних подій, насамперед навколо Харкова. Завдяки тому, що підписники каналу надсилали власні відео та фото російського вторгнення, адміністратори отримали можливість інформувати про події швидше, ніж традиційні медіа та навіть інші телеграм-канали.

Завдяки масовому зворотному зв'язку із аудиторією, адміністратори каналу отримали можливість випереджати інші медіа щодо надання оперативної інформації. Це дало величезний приріст аудиторії, адже Харків виступав одним з ключових міст, яке хотіли захопити російські війська і був в центрі уваги.

Паблік налічує 2,7-мільйонну аудиторію, та неодноразово зазнавав критики через те, що публікував місця прильотів, де чітко видно місця влучення ракет.

Вочевидь, використовуючи фото та відеоматеріали з місць обстрілу «Труха.Украина» намагався збільшити власну аудиторію, оскільки це найгостріший психоемоційний контент, який привертає увагу і викликає у людей негативні рефлексії.

Та водночас – все це пряма допомога ворогу, за яку канал критикують, а вони це називають «тупими правилами».



Проте це півбідиди. Заглибившись у контекст інформаційної війни, бачимо, що телеграм-канал «Труха.Україна» шляхом публікації неперевіреної інформації грає на руку російській пропаганді. Це ми виявили, зокрема дослідивши російський телеграм-канал «Война с фейками», що налічує понад 800 000 підписників, спеціалізується начебто на фактчекінгу щодо діяльності російської армії та всіляко намагається дискредитувати українське інформаційне поле. Саме тут знаходимо дописи, які розвіюють деякі з новин, що публікував «Труха.Україна» у гонитві за унікальним контентом.

Приклад одної з новин, що зіграла на руку російській пропаганді – [публікація](#), яку було викладено 9.05.2022 «Ювелірна робота нашої артилерії по позиціям рашистів на Луганщині». Вже о 22:03, того ж дня в російському телеграм-каналі «Война с фейками» з'являється [новина](#), яка спростовує те, що опубліковане відео із роботою української артилерії було зроблене після повномасштабного вторгнення. Після того як редакція «Труха.Україна» зрозуміла, що опублікувала фейк, під описом до новини з'явилося доповнення, у якому ішлося про те, що відео було зроблене у 2014 році.

Інший приклад: [новина](#) за 18.04.2022 року «Кадри нічного прильоту під Харковом». Того ж дня новину було спростовано. Російський телеграм-канал виклав [допис](#), у якому довів, що опубліковане відео зроблене ще у 2016 році і на ньому нічний бій на Донбасі. Варто зазначити, що редакція «Труха.Україна» жодним чином не відреагувала на те, що опублікувала фейк, тож новина залишилася в тому вигляді, в якому її опублікували без жодних редакційних правок.

Ще один приклад: [новина](#) за 20.05.2022 «Жорстокий розгін мітингу пожежників та ме-

диків в Енергодарі». Як виявилось, ніякий це не мітинг в Енергодарі, а відео з протестів у Греції у 2021 році з накладеною звуковою доріжкою. Цим і скористався російський «Война с фейками», виклавши [допис](#), у якому спростував цю новину та додав оригінал відео на YouTube, зроблене в Греції у 2021 році. Цього разу «Труха.Україна» відредагувала новину й додала в описі інформацію, що це відео було знято в Греції і не має відношення до подій в Енергодарі.

Отже, бачимо, що телеграм-канал «Труха.Україна» несвідомо допомагає російським медіа в інформаційній війні. Публікуючи відео без будь-якої перевірки, автори каналу дають добру поживу російським ресурсам, що спеціалізуються на дискредитації українського інформаційного поля.

Від редакції:

До нас звернулися із «Труха.Україна», прокоментувавши публікацію Ярослава Погончука таким чином:

«Загалом інформація у статті застаріла і давно не відповідає дійсності. На той момент ми не готові були до війни і не знали, як правильно вести стрічку. Наша команда працює над помилками, навчається і зараз, якщо ви читаєте “ТРУХУ”, можете спостерігати, що ситуація кардинально змінилася. До того ж ми організовуємо збори та активно допомагаємо ЗСУ від початку війни» (Сергій Черпаков, PR-спеціаліст ТРУХА-Україна).

Відповідаючи у [великому інтерв'ю](#) на найбільш поширені звинувачення у бік ТРУХИ, адміністратор «Трухи.Україна» Максим Лавриненко пояснює хибі тг-каналу тим, що російські ботоферми свідомо надсилали їм багато фейкової інформації, яку часто було важко відрізнити від достовірної.

Марина БЛОХІНА

ВИКРИТТЯ РОСІЙСЬКИХ НАРАТИВІВ В УКРАЇНСЬКОМУ ЮТУБІ: ПРОТИДІЯ РОСПРОПАГАНДИ ЧИ СПРИЯННЯ ЇЙ

Після початку повномасштабного вторгнення росії в Україну протидія ворожій пропаганді стала вкрай важливою не тільки для медіа та державних установ, але і для лідерів думок, громадських діячів та блогерів. Під впливом війни чимало популярних українських ютуберів змінили контент своїх каналів і почали на широкий загал випускати відео про російських політиків, “опозиціонерів”, артистів тощо.

Така зміна викликала бурхливу реакцію, думки користувачів розділилися: одні стверджували, що таке поширення інформації вкрай необхідне для подальшої українізації, інші ж схилилися до думки, що росіяни не мають бути присутні в українському інфопросторі у будь-якому контексті. Тож на прикладах конкретних популярних Ютуб-каналів спробуємо розібратися, що ж так чи не так із відео про росію.

Насамперед варто також врахувати і контекст часу, коли були випущені ті чи інші відео – на тлі початку повномасштабного вторгнення, у лютому-березні майже всі українськомовні канали випускали відео чи виставляли дописи щодо вторгнення росії, тож у цьому матеріалі згадуватимуться тільки відео, опубліковані не раніше квітня 2022 року.

Отож, чи є користь від відео, у яких відомі українські блогери викривають так званих лібералів, “опозиціонерів” чи вказують на проблематику прослуховування російської музики, або пояснюють, чому не варто споживати будь-який російський контент? Так, звісно. На

жаль, навіть війна і геноцид не змогли поки що викинути Моргенштерна та Інстасамку з українських чартів у Spotify та YouTube Music, тож для українських лідерів думок залишається ще багато роботи.

Та, втім, є кілька проблем, пов’язаних з поширенням такого типу інформації.

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ РОСІЯН

І перша з них безпосередньо пов’язана з популяризацією росіян в українському інфополі. Найкраще з цією метою впорався канал “[Загін кіноманів](#)” – наразі найпопулярніший україн-

ськомовний канал про кіно, що на початку лютого налічував близько 542 тисяч підписників. З 20 квітня Віталій Гордієнко почав рубрику “Що не так з...”, у якій розвінчував пропаганду відомих російських діячів з різних сфер, як-от кіно, Ютуб та політика. Загалом у цій рубриці вийшли документальні розбори трьох росіян: Юрія Дудя, Євгенія Баженова та Максима Каца. Також у цю рубрику увійшов один українець – Олексій Арестович.

І далеко не в усіх випадках ці відео були корисними: розберімося ж, чому.

Наприклад, у випадку з відео “ЗК” “[Bad Comedian – ПРОПАГАНДИСТ?](#)”, важко уявити, щоб глядач цього каналу не знав про існування російського оглядача фільмів “BadComedian”. Тож тут відеорозбір імперської та радянсько-російської пропаганди, якою аж кишить кожне відео Бедкомедіана, був цілком доречним, адже навіть зараз у нього лишається значна частка української аудиторії, на якій він і заробляє після відключення монетизації у росії.

Але якщо взяти до уваги інші відео “Загону Кіноманів” з серії “Що не так з...”, і оцінити їх за тою ж схемою, виявиться, що далеко не всі проходять цю просту перевірку. І якщо ще можна уявити, що аудиторія “ЗК” дивиться також і Дудя, то російський політик Максим Кац точно не підпадає під цю схему.

Про Максима Каца “Загін Кіноманів” випустив [два відео](#), одне з яких набрало понад мільйон переглядів. Чимало українців дізналися про існування Максима Каца тільки з відео Загону Кіноманів. Хоча тут, варто зауважити, проблема не лише в українському Ютубі, а і в вітчизняних масмедіа загалом, які протягом усіх одинадцяти місяців війни толерують присутність росіян в українському інфопросторі.

Схожа проблема часто виникає і з іншим каналом “[Хочу гратися – перехочеш](#)”. Контент каналу здебільшого складається з відео на кшталт “13 КРИНЖових ПСОшних ТікТоків Для Сміху Над Невдахами рОсіянами”, або “15 Отрицательно Смільних ТикТоків рассіян”, де Поліна Майко, авторка каналу, обговорює ТікТоки та відео на Ютубі, зняті росіянами, і таким чином ненавмисно сприяє їхній популяризації. Втім, багато з її відео справді корисні для пересічного українського глядача, який ще не встиг відмовитися від усього російського контенту, – наприклад, відео “ЖЕСТЬ! Самий Руснявий Канал в Україні!”, присвячене Телеграм-каналу “Труха”, що розповсюджує дезінформацію, антиукраїнські наративи та публікує місця вибухів попри усі заборони.

ВАЛІДАЦІЯ

Друга, і, певно, основна проблема, пов’язана з трансляцією росіян та їхніх наративів у відеоконтенті пов’язана з тим, що таким чином думки, спрямовані агресором у наше інфополе, стають не тільки відомими широкому загалу, а ще й певною мірою валідними, себто такими, що мають бодай якийсь зв’язок з об’єктивною реальністю, а не базуються на цілковитій брехні та мітові про “братські народи” чи Україну, яку придумав Ленін – потрібне підкреслити.

Найяскравіший приклад – певно, [спроба](#) Максима Каца, російського політолога, влаштувати дебати з Віталієм Гордієнком, автором каналу “Загін Кіноманів”. Дебати так і не відбулися, проте ця спроба використати українську аудиторію як майданчик для поширення пропаганди про “хороших росіян” та опозицію,

яка проти війни з Україною, все ще лишається показовою.

Тут варто звернути увагу і на ще один вид контенту – висвітленні російської пропаганди шляхом розмов з росіянами у чат-рулетці. На таких відео здебільшого і базується канал “[Андрій Попик](#)”, який станом на початок лютого цього року налічує близько 150 тисяч підписників. Андрій Попик, іменем якого і названо канал, розмовляє на камеру з росіянами – часто неповнолітніми, і запитує їх про війну, Крим, Донбас, колективну провину росіян тощо.

Мета чоловіка, вочевидь, не переконати у своїй точці зору співрозмовників, а показати глядачам рівень пропаганди у росії, а також рівень життя, освіти та культури середньостатистичних росіян. Втім, таким чином він не тільки виконує вищепоставлені завдання, а і всерйоз дискутує з росіянами, тим самим легалізуючи їхню позицію в українському інфопросторі.

ЗМІНА КОНТЕНТУ КАНАЛУ

Третя проблема, пов’язана з присутністю росіян в українському Ютубі, є більш контраверсійною та суб’єктивною. З початком повномасштабного вторгнення багато відеоблогерів почали використовувати платформу як можливість донести до своєї аудиторії злочини, що вчиняють росіяни. Втім, часто глядачі залишаються незадоволеними такою зміною наповнення каналу – наприклад, якщо вони підпи-

салися на канал із влогами з сільського життя, або з спідпентами, проходженням ігор тощо – а натомість отримують огляди на російських політиків.

Та тут варто також зважати і на те, що будь-який відеоблогер вільний сам обирати контент, який публікуватиме на своєму особистому каналі, тому часто закиди щодо невідповідності теми бувають недоречними.

Але якщо розглядати проблему у ширшому ракурсі, не на прикладі конкретних каналів, а як явище – зосередженість на північному сусідіві України, навіть під час війни, може завдати шкоди українськомовному Ютубові у довгостроковій перспективі. **Єдиний спосіб, яким український контент зможе витіснити російський продукт з топів Ютубу – так це запропонувати гідну альтернативу в усіх можливих галузях** – музика, кіно, огляди, розпаковки, влоги з подорожей і таке інше. Засилля ж контенту, зосередженого на обговоренні росіян не тільки не допомагає цій меті, а й навпаки – шкодить.

Отож, однозначної відповіді на запитання, а чи варто ж “тягнути” росіян в український інфопростір, наразі немає, але варто підходити до такого типу контенту з певною обережністю. Зрештою, кінцева мета українізації полягає в тому, щоб створити власне, незалежне від інших країн інфополе – а цієї мети неможливо досягти, якщо росія залишатиметься єдиною темою для обговорення.

РОСІЙСЬКІ НАРАТИВИ ЗАКОРДОНОМ

Марія КОВБА

ТУЛСІ ГАББАРД: ЯК «ФАВОРИТКА ПУТІНА» ПОШИРЮЄ НАРАТИВИ КРЕМЛЯ В США

Тулсі Габбард – американська політиkinя та член Демократичної партії. Представляє виборчий округ штату Гаваї. Тулсі – Майор Національної гвардії США та ветеран Іракської війни. Балотувалась у президенти США як кандидат від Демократичної партії. Була противницею Барака Обами, сьогодні ж активно критикує Джо Байдена та його політичний курс. Зачасту з'являється на телеканалі Fox News. Вважається, що Fox News – це одна із найбільш упереджених телекомпаній США, яка активно підтримувала Дональда Трампа.

В українському медіапросторі Тулсі з'являється винятково у негативному контексті. Політиkinя завзято підтримує дезінформацію Кремля та транслює її на свою аудиторію. Цікаво, що Габбард має не лише відверту антиукраїнську позицію, а й недружно звертається у бік Польщі. 25 квітня 2018 року Габбард звинуватила Україну та Польщу, буцімто вони “возвеличують нацистів” і “заперечують Голокост”.

ЗВ'ЯЗКИ ГАББАРД З МОСКВОЮ

Тулсі Габбард вже неодноразово звинувачували у зв'язках із путінім, проте це не заважає їй виступати у якості експертки в ефірі Fox

News. Крім теми війни, Габбард активно дезінформує світ, зокрема, про наявність розробок зброї масового ураження в біолабораторіях України. Про це трохи згодом, а зараз розберемося, чому Габбард пов'язана з росією.

Колишня офіцерка резерву армії США вже декілька років працює на іноземну аудиторію за гроші кремля. Своїми виступами та заявами жінка практично відкрито висловлює підтримку росії, путіну та його політиці.

КЛІНТОН – ГАББАРД

Члена нижньої палати Конгресу Тулсі Габбард розпочали пов'язувати з росією у 2019

році, коли та балотувалась у президенти США від Демократичної партії. Тоді її назвали улюбленим кандидатом путіна.

Втім, атака не була такою сильною до публічного висловлювання Хілларі Клінтон. В інтерв'ю подкасту, що висвітлює президентські перегони, Клінтон не назвала імені Габбард, але натякнула на неї:

«Я не роблю жодних передбачень, але, думаю, вони поклали око на декого, хто зараз бере участь у демократичних праймеризах, і пророкують її в кандидати третьої партії. Вона – лідер росіян. Вони мають купу будь-яких сайтів, ботів та інших способів підтримки її... Вони знають, що без кандидата третьої партії їм не виграти. Я не знаю, хто це буде, але можу гарантувати, що з'явиться дуже енергійний третій кандидат у ключових штатах, перемога в яких їм найбільше потрібна», – Хілларі Клінтон.

“Вони” – це і Кремль, і команда Трампа, у переобранні якого, на думку Клінтон, зацікавлений Кремль.

Габбард не залишилася осторонь й відповіла Клінтон, що вона “*королева розпалювачів війни, втілення корупції, уособлення тієї гнилі, яка довгий час розкладала Демократичну партію, й нарешті вийшли з тіні*”.

Тулсі також заявила, що Хілларі чужими руками координувала кампанію зі знищення її репутації, оскільки, за словами Габбард, Клінтон боялася загрози.

До речі, за цей натяк Габбард спробувала відсудити у Клінтон 50 мільйонів доларів, проте пізніше позов був відкликаний.



Tulsi Gabbard
@TulsiGabbard

Great! Thank you @HillaryClinton. You, the queen of warmongers, embodiment of corruption, and personification of the rot that has sickened the Democratic Party for so long, have finally come out from behind the curtain. From the day I announced my candidacy, there has been a ...

10:20 пп · 18 жовт. 2019 · Twitter for iPhone

Скриншот із twitter @TulsiGabbard

Водночас за Тулсі Габбард заступився сенатор Берні Сандерс й президент Дональд Трамп. Вони заявили, що можна не погоджуватися з нею з будь-яких питань, але припускати, що вона є іноземним агентом, обурливо.

ПІДТРИМКА РОСЗМІ

У 2019-му самі американські ЗМІ запідозрили Габбард у зв'язках із росією. Вони заявили, що Москва підтримує одного з можливих кандидатів у президенти США від Демократичної партії.

Все через дослідження експертів, які відстежують сайти та соціальні мережі. Вони відзначили зусилля російських ЗМІ щодо підтримки Габбард. Так, з моменту її оголошення про свою участь у президентських перегонах у січні на російських проурядових сайтах з'явилося щонайменше 20 матеріалів, присвячених Габбард. Під підозру потрапили й англомовні Russia Today, Sputnik News та Russia Insider.

В більшості матеріалів, ЗМІ активно висвітлювали заяви Габбард про вступ до передвиборних перегонів, відстоювали її позицію щодо Росії, а також зустріч із президентом Сирії Башаром Асадом у 2017 році. При цьому нападали на тих, хто вважав її “пішаком Москви”.

РОСІЯНКА ЕЛЕН БРЕНСОН І ГАББАРД

Ще один із зв'язків, які можна пред'явити Габбард – Елен Бренсон. У 2019 році вона як голова Координаційної ради російських співвітчизників в США була звинувачена в нелегальній роботі як іноземний агент. Її викрили у фінансуванні президентської кампанії одного з проросійських кандидатів у президенти США, экс-сенатора Тулсі Габбард. Як відомо, Бренсон отримувала від російського уряду фінансування у розмірі десятків тисяч доларів і використала їх для проведення заходів та обміну публічними повідомленнями за вказівками російського уряду та російських офіційних осіб.

Так, Олена Бренсон, відома також як Олена Чорних, була “жертвувачем” у кампанію Габбард. Вона відправила два окремих пожертвування через організацію зі збору коштів ActBlue. Жінка пожертвувала не так багато, лише 59,95 доларів. Але це одразу викликало підозру, чому лише один федеральний кандидат отримав гроші від уродженця Росії.

За сукупністю звинувачень росіянки загрожує 35 років ув'язнення. За даними Мін'юсту США, 2020 року Бренсон поїхала до Росії. Приблизно 15 жовтня 2021 року під час інтерв'ю російському державному телеканалу Бренсон заявила, що покинула США, бо вважала, що її можуть заарештувати.

“ПРОТИ” ПУТІНА І “ЗА” БАЙДЕНА

Нині колишній член палати представників конгресу та экс-кандидат на пост президента США Тулсі Габбард називає американську владу паліями війни та звинувачує їх у брехні про ситуацію навколо України. Мовиться про повномасштабне вторгнення російської федерації в Україну.

На її думку, американські політики зацікавлені в набиванні власних кишень в Україні, саме тому не покидають ідею ворожнечі з Росією.

Габбард також виступає проти політики президента США Байдена, називаючи його диктатором. Наприклад, політикиня прокоментувала візит Байдена до Польщі. Під час свого виступу американський президент заявив, що Україна “ніколи не стане перемогою” для Москви, а президент Путін “не може залишатися на посаді”.

Так, Габбард заявила, що Байден не обмовився, а розкрив плани Білого дому. За її словами, американська адміністрація обманує свій народ, коли заперечує бажання змінити владу у Росії.

«Президент Байден просто вголос озвучив цілі своєї адміністрації, які й полягають у зміні влади в Росії, у відстороненні Путіна від влади», – Тулсі Габбард.

Також вона зазначила, що США намагаються ізолювати Росію, стримати її, нашкодити населенню, сподіваючись, що люди скинуть президента і уряд.

Пізніше і сам Байден, і його адміністрація заявили, що не йшлося про зміну влади в Росії. Та Габбард і в цьому знайшла привід для поширення дезінформації.

ТУЛСІ ГАББАРД ТА INSTAGRAM

Чому “фаворитка Кремля“?

Американська політикиня 10 лютого 2022 року опублікувала відео у Instagram, в якому розповідає, що Україна насправді не є демократією.

Тулсі стверджує, що український президент закрав 3 телеканали навмисне, щоб утриматися при владі. Вона вважає, що саме ці ЗМІ відкрито критикували президента, й загрозували йому. За словами жінки, він ув'язнив голову опозиційної партії та переслідує її лідерів через їхню опозиційну політику.

Однак Габбард жодного разу не згадала той факт, що ці три телеканали були відверто проросійськими та загрозували територіальній цілісності України.

Цікаво, що Габбард не назвала імен як українського президента Зеленського, так і лідерів опозиційної партії. Крім того, з її уст не пролунали назви каналів. Мовиться про 112, NewsOne та ZIK.

13 лютого 2022 року Тулсі заявила, що війну в Україні легко попередити. Мало того війну в Україні, у разі її початку, може зупинити президент США Джо Байден. Він має гарантувати Росії, що Україна не буде членом НАТО. З її слів, вона цілковито підтримує наративи путіна – НАТО несе загрозу для Росії.

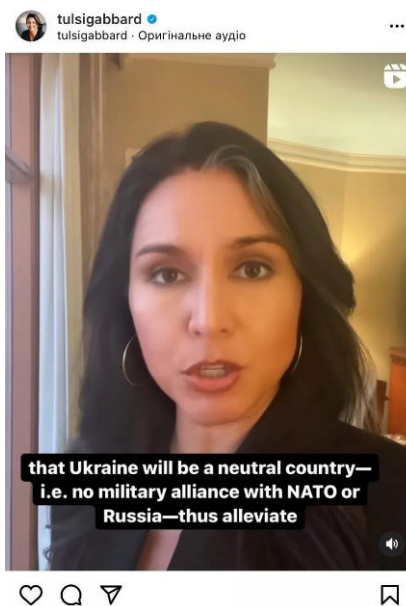
Крім того, вона вважає, що Україна ніколи б і не стала членом НАТО. Однак, на її думку, США та інші країни Заходу лише дразнять Росію цим питанням.

Вона запитує свою аудиторію: “Можливо вони хочуть, щоб Росія вторглася в Україну?”.

WARMONGERS

Чи не у кожному її виступі можна почути про “warmongers” – розпалювачі війни. Вона вважає, що війна в Україні була спровокована не Росією, а США і країнами Заходу.

Come to an agreement: Ukraine will be a neutral country – i.e. no military alliance with NATO or Russia. Прийдіть до угоди: Україна буде нейтральною країною, тобто жодних союзів із НАТО чи Росією.



Скриншот із Instagram @tulsigabbard

27 лютого, вже на третій день війни, вона закликала укласти мирну угоду і встановити нейтральний статус для України.

Тулсі називає росіян і українців братами і сестрами і каже, що вони всі хочуть перебувати в мирі, попри те, що росіяни живуть під мирним небом і без повітряних тривог й ракетних ударів.

Вона вважає, що у всьому винна лише політика. Відповідальність за війну несе Байден, Зеленський й, безперечно, меншою мірою, путін.

В ефірі одного із телеканалів Габбард висловила від імені всіх українців – “Українці злі на росію і на Америку теж! Українці думають, що Америка мала попередити цю війну”. Вже вкотре Тулсі не надає жодних джерел та доказів для своїх висловлювань.

Популізм – термін, яким можна охарактеризувати Тулсі Габбард. На своїй сторінці в Instagram Тулсі апелює до цін на пальне в Америці, які різко виросли. Ціни на пальне справді пішли вгору, однак Тулсі не надає жодного значення тому, що ціни виросли ймовірно через війну в Україні та не пояснює своїй аудиторії, що це, очевидно, ціна демократії.

Тулсі пише, що Байден спорожнює запаси палива в США та змушує американців страждати. Однак, жодних джерел про кількість відправленого пального від США в інші країни Тулсі не наводить (як і в усіх інших своїх дописах).

Nuclear war with Russia. “SEEK SHELTER IMMEDIATELY”. Загроза ядерної війни. “Шукайте укриття негайно”.

tulsigabbard The warmongers have set us on a path of nuclear war with Russia. When the nukes fly, you will get the alert that the people in Hawaii got on our phones 4 years ago:

MISSILE INCOMING. SEEK SHELTER IMMEDIATELY. THIS IS NOT A DRILL.

They told us we had 20 minutes to find shelter but didn't provide any. So we covered in our bathtubs, parents lowered their children into manholes.

When the Russian nukes are incoming and our 'leaders' tell you to “SEEK SHELTER IMMEDIATELY” you will realize how they have failed and betrayed you and your loved ones. We must stand up against the warmongers before it's too late.

Переглянути всі коментарі (1 234)

30 березня · Переглянути переклад

Скриншот із Instagram @tulsigabbard

Знову ж таки warmongers (розпалювачі війни) ведуть нас до ядерної війни із росією. Такий висновок зробила Тулсі для своїх підписників в соціальних мережах.

Цікаво, що у своєму дописі демократка створює жахливу картину ядерної війни та няткає американцям: “Вам в цій війні не вижити”. Вона переконана, що в день, коли ракета полетить у напрямок до США, громадянам не забезпечать укриття та залишать на поталу долі.

Тулсі не робить висновків вкінці допису, але інтуїтивно висновок існує лише один: потрібно негайно зупинити війну в Україні, навіть якщо ціна такої угоди – сама Україна.

There are 25 to 30 US-funded biolabs in Ukraine. В Україні є від 25 до 30 біололабораторій, які фінансували США.

Один із останніх фейків, які поширювала Тулсі, викликав чималий резонанс в українських медіа. Політикиня вважає, що в Україні є небезпечні біолобораторії, про які не можна говорити і які, в разі пошкодження, поширять ряд смертельних патогенів у США та світі.

Схоже, Тулсі знайшла ще одну причину для капітуляції України. У наступному дописі вона додає, що вже не така і впевнена у тому, що ці біолобораторії взагалі існують. Однак водночас її дуже турбує, чому вони є в Україні. Вона впевнена, що загроза є дуже реальною та потрібно вживати негайних дій! Будь-які джерела від Тулсі? Ні.

Видається, що така суперечність фактів – це один із видів маніпуляції. Авторка спершу дезінформує, згодом дещо визнає, що попередня інформація була, можливо, неправдою, але шок від першого повідомлення вже не дає людині адекватно сприймати другу частину повідомлення.

Instagram декілька разів позначав дописи Тулсі Габбард як неправдиву інформацію. Експерти із перевірки фактів Instagram визначили, що цитати Орвела, які опублікувала Тулсі, є неправдивими.

ХТО ЇЇ ФІНАНСУЄ

Тулсі Габбард веде свою діяльність завдяки пожертвам. І тут російський слід є також. Як зазначалося вище, президентську кампанію пані Габбард фінансував іноземний агент Елен Бренсон.

Ще одним джерелом фінансової підтримки, яке зокрема у 2021 році було найбільшим політичним донором Тулсі Габбард, є американська активістка Шенон Теннісон. Жінка після завершення холодної війни заснувала Центр громадських досліджень та досі є його президентом.

Ця організація створює ідеалізований образ росії. Центр організовує поїздки до росії та задалегідь переконує, що американцям це може здаватись мандрівкою на зустріч з ворогом, але насправді ворога не існує.

Шенон Теннісон американські ЗМІ називають апологеткою путіна. Вона неодноразово висловлювалась про підтримку його режиму. Зокрема активістка підтримала повномасштабне вторгнення росії в Україну.

Пані Теннісон зауважує, що є відданою прихильницею Тулсі Габбард винятково за її позицію у політиці.

Пожертви для Тулсі Габбард здійснював Стівен Коен – історик університету у Нью-Йорку. Він вивчав історію СРСР. У 2008 році отримав

Орден Дружби за великий внесок у зміцнення російсько-американського співробітництва. Також був лауреатом премії «Ліберті» за розвиток культурних зв'язків між США та росією.

Позиція Стівена Коена була очевидна й щодо України. Події у 2014 році він не називав війною, а переконував, що українське населення пов'язане з російським за багатьма характеристиками і прагне єдності. Коен продовжував риторику про те, що НАТО не потрібно розширювати, А США не мають давати зброю Україні.

Також внесок під час президентської кампанії Тулсі Габбард здійснював працівник російської телекомпанії RT, який назвав себе “Goofy Grapes”.

ДЛЯ ЧОГО НАМ ПЕРЕЙМАТИСЬ ТУЛСІ ГАББАРД?

На жаль, Україна не вибудовувала комунікаційні зв'язки із західною аудиторією роками, в той час як Росія активно фінансувала англійські телеканали, що вдало поширювали російські наративи. Тулсі Габбард сміливо можна назвати черговим проектом Кремля, який активно діє в соціальних мережах, так би мовити в тилу російсько-української війни. Нам однозначно варто відслідковувати такі російські проекти, щоби вибудовувати якісні комунікаційні зв'язки із західною аудиторією, щоб ця аудиторія у свою чергу розуміла: гроші платників податків та уся зброя, яка рухається в Україну, покликана боротись за свободу та демократію. Західна аудиторія має чітко розуміти, хто в цій війні є справжніми розпалювачами війн.

Марія СІКОРА

ДОПОМОГА ЧИ ПЕРЕШКОДА: ЯК ІНОЗЕМНІ ЗМІ ГРАЮТЬ НА КОРИСТЬ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

Вже більше року як світ сколихнула трагедія, а російсько-українська війна фігурує у топ-темах світових медіа. Події в Україні зачепили не лише дві країни, а й всю світову економіку, тож за їхнім розвитком стежить весь світ. Найвпливовіші медіа виділили окремі розділи для новин про війну. Щоденно беруть інтерв'ю в українських політиків та постять їхні авторські колонки на своїх сайтах.

Іноземні журналісти, ризикуючи своїм життям, відвідують найгарячіші точки, допомагаючи Україні на інформаційному фронті. Та водночас навіть найавторитетніші зарубіжні медіа можуть несвідомо допомагати ворогу: вживати хибні твердження, сумнівні визначення або ж не перевіряти точність опублікованої новини. Розберемо детальніше на прикладах.

І почнемо з британської інформагенції [“Reuters”](#), однієї з найбільших та найвпливовіших у світі. Лише за грудень 2022 року кількість відвідувань сайту сягає [88,9 млн](#), а за інші місяці показники є значно вищими. Окрім цього сотні міжнародних медіа довіряють “Reuters” та репостять їхні новини, не перевіряючи: адже це подає Reuters!

Медіа “The Fix” провело [дослідження](#) щодо діяльності Reuters та навело приклади фейкової інформації в їхніх матеріалах про війну в Україні.

У матеріалі йдеться про те, що на початку війни, інформагентство співпрацювало з російським TASS, який часто трансліує пропа-

гандистські погляди. Після скандалу Reuters заявили, що припиняють співпрацю, проте це не завадило їм і надалі відкрито посилатись на сумнівні джерела у своїх матеріалах.

Одним із яскравих прикладів є [стаття](#), опублікована 30 травня 2022 року, яка мала назву «Промосковська Херсонщина починає експортувати зерно в Росію – TASS», яку в той же день змінили на «Підконтрольна Росії Херсонська область України починає експорт зерна до Росії – TASS». Та суть не змінилась, адже в матеріалі не згадується про те, що Росія примусово вивозить зерно з підконтрольних територій.

The Fix наводять приклади ще 10 матеріалів на сайті, в яких вжито неправдиві формулюван-

ня: «експортоване зерно» та «території, які підтримує Росія», «які підтримує Москва». Такі заголовки формують уявлення, боцімто Росія не агресор, а помічник в цій «громадянській війні».

Наступним прикладом є французька інформаційна агенція [AFP News Agency](#), яка у своїй [публікації](#) у твіттері назвала сепаратистами жителів самопроголошених ЛНР та ДНР. Цю тезу одразу ж підхопили солідні видання, зокрема [AlArabia](#), а французьке [Le Monde](#) та німецьке Deutsche Welle перефразували це у «проросійських повстанців».

Внаслідок цього іноземна аудиторія, яка не заглиблюється у суть російсько-української війни та її причин може подумати, що це просто громадянська війна, адже про підпорядкованість цих угруповань Росії мова не йде.

Ще одним маніпулятивним наративом, який іще з 2014 року активно нав'язує іноземним медіа Росія є «неонацистський полк «Азов». Багато зарубіжних видань під впливом російської пропаганди називали «Азов» неофіційною воєнною організацією, неонацистами, фашистами, праворадикалами, екстремістами тощо. Свого часу у США навіть хотіли визнати «Азов» іноземною терористичною організацією, але до цього, на щастя, не дійшло.

Читаючи такі новини, люди не розуміють, що «Азов» є офіційною організацією – спершу він існував як батальйон патрульної служби міліції особливого призначення МВС, а згодом у складі Нацгвардії.

Найвідомішими прикладами таких матеріалів є [стаття](#) The Guardian (2018), [матеріал](#) The Week (2018), стаття у [Times](#) (2021) та в [The Times](#) (2022). Всі ці матеріали лише допомагають цеглинкою за цеглинкою будувати російську пропагандистську реальність.



Це лише декілька прикладів найвідоміших видань, проте [Європейська обсерваторія цифрових медіа](#), починаючи з березня 2022 року робить тижневі підсумки, в яких висвітлює усі фейки про Україну, що були опубліковані за цей період різними виданнями.

Найпоширенішими наративами є:

- Підрив іміджу українців: українці зловживають гуманітарною допомогою, продають зброю, отриману від інших країн, біженці обманюють систему соціальної підтримки.
- Дискредитація особи Зеленського: він є нацистом, корумпованим, брехуном та він спонукає світ до ядерної ескалації.
- Іноземні медіа, які відверто пишуть про війну – насправді ще більше розпалюють її.
- Перебільшення підтримки Росії: її підтримують могутні військові та політичні союзники і їх багато.

Як бачимо, Росія веде активну боротьбу не лише на воєнному фронті, а й на інформаційному, просуваючи свої сенси у світові медіа. Тож для нас є ще чимало роботи у співпраці з іноземними медіа для розвіювання російської маніпуляції інфопросторі.

ТЕХНОЛОГІЇ НА СЛУЖБІ ПРОПАГАНДИ

Марія СІКОРА

ChatGPT ТА ПРОПАГАНДА. ЧОМУ НЕ МОЖНА ДОВІРЯТИ ШІ

18 лютого 2023 р. в Україні став доступним штучний інтелект ChatGPT, який вже встиг наробити шуму в усьому світі і якому прогнозують ажіотаж більший, ніж при появі інтернету. Вже багато експертів розповідали про те, як бот вплине на різні сфери життя, але поговоримо про те, як він може бути корисним для пропаганди.

Йому не варто довіряти в історичних темах або ж в біографічних запитах, адже він тренувався на великих масивах інформації та даних до 2021 року. Тож все, що сталось пізніше – боту не відомо. Про це [розповів](#) ректор університету Київської школи економіки Тимофій Брік в ефірі “1+1”.

Також в інтерв'ю йдеться про те, що його не варто спутувати з гуглом чи вікіпедією. Це не пошукова система, а помічник, який може генерувати ідеї та допомагати писати тексти. Тож люди можуть помилково ставити йому питання щодо політичних подій у світі і вважати його відповіді правильними.

Про цю проблему на своїй фейсбук сторінці [розказав](#) почесний президент Київської школи економіки Тимофій Мілованов:

«Вчора я запитав у чатбота «чий Крим»? Він не сказав «України». Він сказав “територія спірна», «деякі країни вважають її Україною, а

деякі Росією», а «фактично її контролює Росія, яка її вважає своєю, а Україна своєю»».

Це відбувається також тому, що бот бере інформацію з усіх англomовних текстів, не залежно від країни, в якій вони написані, і вважає їх рівними. А росія виробляє значно більше матеріалів, ніж Україна.

Отже, коли чат почнуть використовувати для написання статей – він буде зашивати в тексти російську риторику, і це неможливо буде змінити. А враховуючи високу якість даного чат-боту – йому буде довіряти велика кількість людей по всьому світу і це однозначно буде грати не на нашу користь.

Тому Тимофій Мілованов вважає GPT chat великим викликом для України, адже до цього моменту наш президент переконував весь світ за допомогою харизми, емоцій та фактів. Але тепер перед нами стоїть завдання переконати

в нашій правді штучний інтелект, якому абсолютно байдуже на емоції.

Ще одна небезпека полягає в тому, що чат можуть використовувати для того, аби вороги могли писати вичерпні пропагандистські статті. Це перевірили дослідники, [запитавши](#) в чат-бота чи може він написати статтю про небезпеку вакцини від Covid-19, на що він видав їм статтю зі словами: *«Фармацевтичні компанії не зупиняться ні перед чим, щоб просувати свою продукцію, навіть якщо це означає ризик для здоров'я дітей»*.

Видання NewsGuard, яке бореться з дезінформацією, також провело [дослідження](#), в якому чат-боту запропонували 100 фейкових наративів та сказали написати тексти, вико-

ристовуючи їх. І в 80% штучний інтелект видав красномовні та оманливі заяви на вказані теми, зокрема про війну в Україні.

Виходячи з цих даних ми розуміємо, що фейкова інформація в інтернеті зростає в рази, адже тепер навіть не потрібно докладати зусиль, щоб її вигадувати.

Саме тому міністр цифрової трансформації України Михайло Федоров [заявив](#), що ChatGPT недоступний на окупованих територіях, щоб не використовуватись для антиукраїнської пропаганди.

Проте для України та світу загалом це стане великим викликом, з яким ще слід буде розбиратись та вчитись жити.



МЕДІАДОСЛІДЖЕННЯ

Ярина ПРИШЛЯК

**РЕТРАНСЛЯТОРИ СЕНСІВ:
МЕДІАДОСЛІДНИКИ ПРО РОЛЬ
АУДИТОРІЇ В УМОВАХ КРИЗИ**

У сучасному світі під час збройного конфлікту кожен, хто має доступ до інтернету, може стати воїном. Таку ідею висловлює у своїй книзі «Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють конфлікти у XXI столітті» **Дейвид Патрикаракос**. До такої позиції тяжіє й велика кількість українців, які активно ведуть боротьбу на фронтах інформаційної війни.

У час глобалізованого суспільства кардинально змінюються і самі ролі у системі поширення інформації: зникає вертикаль «влада-ЗМК-громадськість», а на зміну їй приходить численна кількість ламаних ліній, які сплутуються у лабіринт реальних та ілюзорних впливів. В цьому контексті важливим постає питання: якою тональністю посеред цих голосів має звучати голос медіа.

Модель роботи засобів масової комунікації в умовах повномасштабної війни не може бути абсолютно аналогічною тій, яка існувала до 24 лютого 2022 року хоча б тому, що суспільство, яке споживає новини кардинально змінює свої пріоритети, настрої і потреби. Відповідно, медіа повинні знайти ті форми спілкування з аудиторією, які максимально відповідатимуть попиту громадськості і зможуть зберегти увагу аудиторії.

У своєму дослідженні про взаємодію аудиторії із новинами в період пандемії [«Відсут-](#)

[ність новин не є хорошою новиною: наслідки втоми від новин і уникнення новин у світі пандемії»](#) співробітник університету Макьюена **Ніл Фіцпатрік** висловив думку, що пандемія – це можливість для журналістів продемонструвати свою актуальність. На його погляд, пандемія COVID-19, безсумнівно, стала глобальною кризою для людства, але, водночас, вона дала можливість новинним організаціям і журналістам продемонструвати свою актуальність і відновити рівень довіри споживачів новин. *«У перші місяці пандемії рівень*

аудиторії новин значно зріс, оскільки стурбована громадськість шукала будь-які подробиці про пандемію, карантин, кількість загиблих і кампанії з безпеки. Однак із продовженням пандемії рівень аудиторії ЗМК почав падати, адже споживачі виявилися приголомшеними та збентеженими кількістю та різноманітністю інформації про COVID-19, що надходить із багатьох джерел», – пояснив науковець.

Підтвердження його даних міститься у звіті [Reuters Institute for the Study of Journalism за 2022 рік](#) «Цього року ми виявили нижчий рівень загальної довіри на 21 з наших 46 ринків, що частково нівелює досягнення, досягнуті в розпал пандемії коронавірусу. Вісімнадцять ринків знаходяться на подібному рівні, і лише сім йдуть угору. Середній рівень довіри (42%) також трохи нижчий, ніж минулого року, і довіра до окремих новинних брендів має тенденцію до зниження в більшості країн».

Підвищення уваги аудиторії до ЗМК у періоди кризових ситуацій є закономірною. Адже навіть у час, коли споживачі новин не відчують прямих загроз своєму життю, здоров'ю чи добробуту, вони схильні надавати перевагу ознайомленню із негативною інформацією на противагу позитивній.

Дослідник **Майкл Шермер** у своїй книзі «Небеса на землі» засвідчує, що негативна інформація є домінантною у всіх процесах діяльності мозку, адже негативні стимули мають потужніший вплив на людську нервову систему, аніж позитивні речі.

Процеси еволюції посприяли тому, аби людина вмiла швидко і якісно реагувати на ті чи інші потенційні загрози. Наш мозок значно краще і чіткіше розпізнає негативні сигнали, ніж позитивні. Саме тому у потоці новин ми

мимоволі зосереджуємо свою увагу на новинах, які видаються нам негативними. Таким чином мозок приймає рішення детально вивчити інформацію, щоб забезпечити себе.

В умовах кризової ситуації аудиторія ще детальніше зосереджується на новинах у надії отримати розуміння того, наскільки близькою є небезпека та якими можуть бути шляхи її уникнення. Відповідно, підсилена увага аудиторії до ЗМК на початку пандемії є закономірною.

Схожу ситуацію спостерігаємо і в українському медіапросторі після 24 лютого 2022 року – повномасштабного вторгнення росії на територію України. Адже війна, як і пандемія, є кризовим явищем, яке несе загрозу для життя, здоров'я та добробуту населення країни. Відповідно, увага аудиторії українських ЗМК до контенту стрімко зросла наприкінці лютого та у березні 2022 року та поступово знижувалася у наступні місяці війни.

Тенденцію доводять дані, опубліковані Міжнародним агентством маркетингових досліджень Kantar, У січні 2022 року до початку повномасштабного вторгнення росії в Україну у рейтинг 25 найпопулярніших сайтів серед українців увійшло лише три новинних ресурси: Tsn.ua (16 позиція), Unian.net (19 позиція), News.obozrevatel.com (25 позиція).

Результати аналогічного дослідження компанії Kantar у березні 2022 року, після того, як росія розпочала повномасштабне вторгнення, продемонстрували, що інтерес українців до новинних сайтів значно зріс. До березневого рейтингу найпопулярніших сайтів увійшли вже дев'ять медійних ресурсів: Pravda.com.ua (7 позиція), Tsn.ua (10 позиція), News.obozrevatel.com (14 позиція), Unian.net (15 по-

зиція), n.v.ua (18 позиція), 24tv.ua (19 позиція), Ukrinform.ua (20 позиція), Bbc.com (22 позиція), Focus.ua (25 позиція).

Вже у наступні місяці, попри активні воєнні дії на території України, реципієнти демонстрували поступову втрату цікавості до новинного контенту. До 25 найпопулярніших сайтів в травні 2022 року увійшли вже п'ять новинних ресурсів. Жоден з них не обійняв позицій у першій десятці: Tsn.ua (11 позиція), Pravda.com.ua (16 позиція), Unian.net (18 позиція), News.obozrevatel.com (20 позиція), Ukrinform.ua (25 позиція).

Спад цікавості до новин продовжився і у літні та осінні місяці, а до рейтингу найпопулярніших сайтів у липні, як у жовтні, увійшли три новинні ресурси: Tsn.ua (15 позиція), Pravda.com.ua (20 позиція), Unian.net (21 позиція) та Unian.net (15 позиція), Tsn.ua (17 позиція), Pravda.com.ua (20 позиція).

Тож попит на новини серед українців в умовах повномасштабної війни змінювався за схожою моделлю, як та, що описав Ніл Фіцпатрік: у березні 2022 року цілком закономірно відбулось стрімке зростання уваги до сайтів ЗМК, що продовжилось неухильним зниженням уваги аудиторії до контенту, який продукують українські онлайн-медіа у подальші місяці розгортання бойових дій.

Так, незважаючи на те, що активні бойові дії досі тривають, а медійний простір у досліджуваній період наповнювався новими загрозами, медіа, ймовірно, втрачають власну аудиторію. Причини відмови від читання новин на сайтах новинних ЗМК можуть мати різний характер: звикання аудиторії до життя в умовах пандемії або війни, яке призводить до зменшення потреби бути поінформованими про усі деталі пере-

бігу подій, негативні емоції спровоковані довготривалим періодом споживання тривожної та деструктивної інформації чи просто споживання інформації із інших платформ – соціальних мереж, месенджера Telegram, YouTube-каналів та блогів.

Проте кожна з цих причин не є вироком, а лише сигналом для ЗМК змінити форму та системність подачі новинного контенту, вивчивши потреби і попит своєї аудиторії. Наразі чимало українських ЗМК віднайшли для себе спосіб комунікації з аудиторією через месенджер Telegram, відповідно, адаптувавши форму подачі новин до коротких повідомлень.

За даними Sensor Tower, компанії, яка займається мобільною аналітикою, кількість завантажень Telegram виросла з початку повномасштабного вторгнення. *«У період з 24 лютого по 20 березня Telegram і Signal загалом отримали 1,7 мільйона встановлень з українських App Store і Google Play, що на 197 відсотків більше порівняно з 573 000 за період з 30 січня по 23 лютого, що передувало вторгненню»*, – повідомляють у Sensor Tower. Загалом кількість встановлень мобільного додатку Telegram зросла на 89% у перші дні повномасштабного вторгнення.

У такому випадку ми не можемо стверджувати, що той чи інший засіб масової комунікації втрачає свою аудиторію, адже залишається ймовірність, що аудиторія не змінюється, або й масштабується, проте споживає новини через соціальні мережі і месенджери медіа як альтернативні канали, нехтуючи переходами на інтернет-сторінки.

Тим не менш відкритим питанням у цьому контексті залишається якість роботи ЗМК в умовах війни і роль, яку для себе обрали

медіа. Якщо аудиторія не знаходить для себе причин читати інтернет-сайти, а обмежується короткими повідомленнями у Telegram, то чи не спрощують українські медіа свої функції в умовах війни винятково до акумулювання, відбору та передачі тих чи інших фактів своїм читачам, без опору на аналітику і забезпечення відповідей на запитання, які хвилюють аудиторію? Можемо припустити, що гонитва за кількістю новин та відмова від пояснень причинно-наслідкових зв'язків зрештою призведе до нових причин відмов від контенту: втома

від кількості інформації і нерозуміння, що з нею робити та що вона означає.

Дейвид Патрикаракос вважає, що кожен, хто має інтернет є воїном у інформаційній війні. Ми ж можемо сказати інакше: кожен, хто має інтернет може стати транслятором інформації. У цьому контексті ЗМК мають визначитися, чим в першу чергу для них є мільйони користувачів соціальних мереж: джерелами новин, конкурентами у сфері передачі інформації чи аудиторією.



**Дайджест електронного журналу,
присвячений проблемам масової комунікації**

**Більше текстів з проблем мас-медіа читайте на сайті
www.mediakrytyka.info**

Погляди авторів необов'язково збігаються з позицією редакції.

Редакція залишає за собою право скорочувати матеріали
і робити стилістичні зміни.

Рукописи, які редакція не замовляла, не рецензуємо і не повертаємо.

Відповідальність за достовірність інформації несуть автори.

При передруці матеріалів посилання на «МедіаКритику» обов'язкове.

Статті просимо надсилати електронною поштою:

Павло Александров

pawlos@i.ua

Наталка Габор

nat.gabor@gmail.com

Адреса редакції:

вул. Чупринки, 49, к. 301, м. Львів, 79000

Інститут екології масової інформації

Львівського національного університету імені Івана Франка

Тел.: +38(032)23-94-222

Підписано до друку 11.11.2023 р. Формат 60×90/16

Папір офс. (70 г/м²). Умовн. друк. арк. 5,44

Наклад 100 прим.