

Батрименко Олег Володимирович

Київський національний університет імені Тараса Шевченка (м. Київ, Україна)

<https://orcid.org/0000-0003-0211-248X>

e-mail: batrymenko@bigmir.net

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА У РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ

Резюме

У статті викладені результати системного дослідження ролі соціальних медіа у висвітленні подій російсько-української війни, які є одним з актуальних інструментів у веденні інформаційного протистояння між Україною та країною-агресором. Стверджується, що соціальні медіа сприяють подоланню традиційних бар'єрів для масової комунікації. Таким чином, збільшується не лише обсяг доступної інформації, але й кількість активних акторів інформаційно-комунікаційних процесів. До останніх сьогодні належать не лише офіційні органи державної влади, а усі небайдужі громадяни.

Наголошується на відмінності між стратегіями, використовуваними РФ та Україною щодо соціальних мереж та платформ. Так, держава-агресор жорстко лімітує доступ своїх громадян до незалежних джерел, забороняючи останні на своїй території, при цьому активно використовує соціальні медіа для пропаганди та дезінформації як на території своєї країни, так і далеко за її межами. В Україні соціальні медіа, насамперед, застосовуються для миттєвого донесення актуальної інформації до громадян, поширення правдивого нарративу серед власного населення та за межами держави. При цьому наголошується, що використання соціальних медіа у інформаційній війні має як свої переваги, так і недоліки. Так, швидкість та доступність є виразними плюсами, а ось до мінусів можна зарахувати проблему достовірності та множинності нарративів. Розроблено низку порад для споживачів контенту соціальних мереж, які можуть допомогти уникнути оман.

Ключові слова: інформаційна війна, Україна, РФ, нарративи, соціальні медіа, платформи, дезінформація.

Вступ

Інформаційна війна між Україною та Росією вийшла на нову фазу загострення, що пов'язано з повномасштабним вторгненням військ РФ на українську територію у лютому 2022 року. Ескалація кінетичного протистояння стала тригером для посилення інформаційного протиборства. У інформаційній війні використовується низка інструментів, одним із тих, що нарощує своє значення та актуальність, є соціальні медіа. Це пояснюється бурхливою цифровізацією суспільних комунікацій, спричиненою динамічним розвитком і застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій, особливо засобів Web 2.0. Соціальні мережі та платформи із зростанням цифрової грамотності населення посилюють свою роль як канали комунікації загалом, і у контексті висвітлення війни між Україною та РФ зокрема.

Серед науковців, які зробили суттєвий внесок у розвиток теоретичного виміру проблеми інформаційної війни, можна виділити Ю. Бабенко [1], Р. Додонова [2], А. Ериксона [3], М. Лібіцького [4], К. Мелекесцева [5], Г. Почепцова [6], О. Саприкіна [7], Г. Сасина [8]. Тим не менш, аспект соціальних медіа у інформаційних протиборствах розкритий невичерпно, чим і зумовлено вибір теми дослідження.

Методи дослідження

У процесі виконання даної студії використовувалася низка загальнонаукових та спеціальних методів. У межах першої категорії превалювали індукція та дедукція для отримання авторських умовиводів. Серед другої — домінували порівняльний метод (ідентифікація відмінностей між стратегіями використання соціальних медіа Україною та РФ) і системний підхід (розкриття ролі соціальних медіа, їх переваг і недоліків як каналу комунікації).

Результати дослідження

У сучасному медійному ландшафті, який характеризується миттєвим обміном інформацією та високим рівнем індивідуальної участі в соціальних мережах, пересічні люди відіграють дедалі помітнішу роль в інформаційній війні. Вторгнення РФ в Україну пролило нове світло на роль Інтернету під час збройних конфліктів у цифрову епоху. Очевидно, що війна ведеться за інформацію так само, як і за територію. Перехід від високоцентралізованої медіа-екосистеми до набагато більш фрагментованого ландшафту з багатьма різними джерелами інформації радикально змінив те, як люди отримують новини про основні глобальні події. Є багато відмінностей у тому, як ця війна сприймається сьогодні порівняно з тим, як її бачили б у дні, коли більшість людей отримували новини з трьох-п'яти основних каналів.

Сьогодні і Росія, і Україна широко використовують соціальні медіа, щоб відобразити свої версії подій, що розгортаються, і посилити контрастні наративи про війну, включаючи її причини, наслідки та продовження. Урядові чиновники, окремі громадяни та державні установи — усі вони звернулися до низки платформ, включаючи Facebook, Twitter, TikTok, YouTube і Telegram, щоб поширювати інформацію. Важко визначити точну кількість контенту, завантаженого цими різними суб'єктами, але масштаб інформації, яка завантажується в соціальні мережі про війну, величезний.

За своєю суттю наративи, представлені Росією та Україною, є діаметрально протилежними. Росія розглядає війну в Україні, яку В. Путін наполегливо тлумачить, як «спеціальну військову операцію», як необхідний оборонний захід у відповідь на розширення НАТО в Східній Європі. Президент РФ також називає військову кампанію необхідною для «денацифікації» України та припинення ймовірного геноциду, який український уряд проводить проти російськомовних. Наратив України, навпаки, наполягає на тому, що війна є відкритою агресією з боку РФ проти суверенної нації, відмінної від російської, і зображує своїх громадян і збройні сили як героїв, які захищаються від невинного вторгнення.

Україна та Росія не єдині державні актори, зацікавлені та залучені до зображення війни з власних позицій. Приміром, такі країни, як Китай і Білорусь, доклали зусиль, щоб зобразити конфлікт під своєю призмою, і запустили скоординовані кампанії з дезінформації в соціальних мережах. Ці кампанії загалом применшують відповідальність Росії за війну та пропагують антиамериканські й антинатовські настрої. Суміш наративів, як правдивих, так і неправдивих, що походять від різних державних акторів, а також мільйонів окремих користувачів у соціальних мережах, збільшили роль технологічних платформ у формуванні динаміки війни та можуть вплинути на її результати.

Масштаб інформації, яка завантажується в соціальні мережі, і швидкість, з якою вона поширюється, створюють нові та складні проблеми для боротьби з кампаніями дезінформації. Часто буває важко визначити походження кампанії чи її охоплення, що ускладнює зусилля з масового видалення неправдивого вмісту або виявлення неправдивих публікацій до того, як вони досягнуть масової аудиторії.

Отже, інформації щодо війни в Україні властиві безпосередність та великі обсяги. І в цьому криються як переваги, так і недоліки. Адже з одного боку, це сприяє поширенню важливих оновлень про перебіг подій, а з іншого — прискорює розвиток розбіжних наративів. У результаті, люди отримують різні версії історії як у висвітленні новин, так і в соціальних мережах. У той же час, громадськість може швидко побачити важливі, драматичні та травматичні події та поділитися ними, що може спонукати до соціальних дій або мобілізації гуманітарної допомоги.

Однією з найбільш значущих подій під час війни в Україні є знищення традиційних бар'єрів для масової комунікації. Раніше, якщо була потреба надіслати неправдиве відео або оманливу заяву або навіть щось правдиве, треба було дійсно мати ресурси держави або принаймні впливового актора. Тепер можна створити TikTok ролик і розіслати його по всьому світу.

Інформаційна війна існує стільки ж, скільки й війна кінетична. Багато тактик воєнної пропаганди, створених під час Першої світової війни, все ще використовуються і сьогодні. Ці стратегії покликані підвищити моральний дух, об'єднати націю, продемонструвати силу та деморалізувати ворога. На місцях в Україні звичайні громадяни звернулися до соціальних мереж, щоб зробити саме це, публікуючи фотографії, відео та історії українських солдатів і цивільних осіб, які протистоять російським військам. Це явище, якому сприяє високий рівень комп'ютерної грамотності в Україні, є одним із головних чинників, які роблять важливим аналіз цього аспекту війни. Інформаційна війна є природною частиною кожного військового конфлікту, але у даному випадку привертає увагу те, що вона ведеться окремими особами у великих масштабах. Сучасні інформаційні технології дозволяють миттєво поширювати відповідні матеріали, а візуальні ефекти набагато переконливіші та більш ефективні, ніж прості слова.

Російські ж зусилля щодо контролю та використання інформації про війну є більш централізованими, оскільки російський уряд прагне обмежити поширення інформації серед свого населення та просувати свої офіційні виправдання для вторгнення. Російські державні ЗМІ поширюють інформацію про те, що вторгнення було вимушеним заходом через НАТО та загрози з боку США та їх західних союзників. Росіяни, які повноцінно довіряють державним ЗМІ, можуть звинуватити США в конфлікті, але численні протести по всій Росії свідчать про те, що ця дезінформація не переконує всіх.

Окрім цього, російський уряд пішов на закриття та цензуру незалежних ЗМІ, щоб краще контролювати наративи. Якщо так триватиме й надалі, у РФ легко поширюватиметься лише дезінформація.

Різноманітність платформ соціальних медіа, які використовуються, і відмінності в їх доступності в різних країнах перешкоджають здатності координувати зусилля для боротьби з дезінформацією, водночас створюючи різні інформаційні екосистеми в різних регіонах. Наративи про війну, що виникають у соціальних мережах, мають різні форми залежно від платформи та регіону, зокрема в Росії та Україні. Facebook і Twitter заборонені на території Росії, але російська пропаганда та дезінформація, спрямовані на зовнішню аудиторію, все ще процвітають на цих платформах. У Росії YouTube і TikTok все ще доступні для звичайних громадян, але з жорсткою цензурою. Найпопулярнішою соціальною медіа-платформою, яка

використовується в Росії, є «ВКонтакте» (VK), що обслуговує 90 відсотків користувачів Інтернету в Росії. Раніше ця платформа була доступна і широко використовувалася в Україні до 2017 року, але український уряд заблокував доступ до VK та інших російських соціальних медіа, таких як Яндекс, щоб боротися з російською онлайн-пропагандою. У 2020 році президент України Володимир Зеленський продовжив заборону VK до 2023 року, що не сприяло спілкуванню між росіянами та українцями від початку війни цього року [9].

Обмеження, накладені урядами на основні соціальні медіа-платформи, залишають Telegram, по суті, єдиною соціальною медіа-платформою, доступною як для росіян, так і для українців офіційно. Telegram — це зашифрований сервіс обміну повідомленнями, який був створений і належить російському технологічному мільярдеру П. Дурову. Цей канал використовується на війні для всього: від зв'язку з українськими біженцями щодо можливостей безпечного проходу до надання відео подій на полі бою майже в реальному часі.

Важливо те, що в боротьбі з дезінформацією Telegram не має офіційної політики цензури або видалення будь-якого контенту. Хоча деякі канали в Telegram були закриті, компанія не публікує офіційних заяв про те, чому, і загалом дозволяє більшості вмісту, опублікованого користувачами, продовжувати поширюватися, незалежно від його характеру. Це дозволяє Telegram служити переважно нефільтрованим джерелом дезінформації в Росії та Україні та охоплювати аудиторію, від якої західні соціальні медіа-платформи були відрізані. Хоча Telegram не фільтрує вміст, як багато інших платформ, він також не використовує алгоритм для підвищення певних публікацій і покладається на прямий обмін повідомленнями між користувачами. Така конструкція ускладнює ефективне посилення дезінформації інструментами штучного інтелекту (ШІ). Навпаки, на інших платформах, таких як Twitter і Facebook, ШІ сприяє швидкому поширенню дезінформації про війну.

Загроза дезінформації також нависає за межами Росії, оскільки Інтернет переповнений неправдивою або оманливою інформацією, призначеною для того, щоб залучити підтримку певної сторони, просунути певну оповідку, посіяти плутанину та конфлікт або просто набирати кліки заради прибутку.

Кожного разу, коли надходять екстрені новини, ми бачимо проблеми з неякісною інформацією, яка поширюється в засобах масової інформації. Приміром, пропонуються зображення, вирвані з контексту, люди, які поширюють дезінформацію, використовують порожні дані тощо. Це змушує бути надзвичайно обережними з неперифікованою інформацією.

Одна з ключових стратегій дезінформації, яку застосовував російський уряд у минулому, полягає в розповсюдженні величезної кількості

неправдивої та оманливої інформації, щоб приховати справжній характер глобальних подій. Якщо ми пригадаємо висвітлення РФ збиття малайзійського авіалайнера підтримуваними Росією сепаратистами, вони вкидали величезну кількість дезінформації, щоб наповнити ефір такими обсягами інформації, щоб нічого неможливо було відсортувати. Єдиною метою було, щоб «голка» правди загубилася в «копиці сіна» брехні.

Зусилля Росії поширити дезінформацію про вторгнення в Україну вже викликали заклики до соціальних медіа-компаній, таких як Facebook, застосувати більш жорсткий підхід, коли справа стосується виявлення та видалення неправдивих або оманливих публікацій. Це постійний предмет дебатів про те, скільки відповідальності мають брати на себе платформи. Останнім потрібно зробити більше самим або вони з необхідністю зіткнуться з більшою регулятивною перевіркою та втручанням з боку акторів публічного сектору.

Очевидно, що у розпал цієї триваючої кризи платформам онлайн-комунікацій просто неможливо відсіювати всю дезінформацію, яка створюється. Тим часом, пропаганда продовжує поширюватися в програмах однорангового спілкування, таких як Telegram і WhatsApp. Що має змусити їхніх користувачів діяти більш обережно. Людям властиво переоцінювати власний досвід, а це небажано, особливо у контексті трактування війни.

Серед основних порад для споживачів новин з надр соціальних мереж можемо виділити наступні: — проконсультуйтеся з кількома джерелами інформації та переконайтеся, що їхня аженда бодай частково співпадає; — шукайте історії, засновані на перевірених і названих джерелах; — ретельно розглядайте джерела, використані в історіях, і те, які порядки денні, що можуть сформувати їх точку зору, вони можуть мати.

Соціальні медіа відкрили двері для будь-кого, хто має підключення до Інтернету, у тому числі, для участі в російсько-українській інформаційній війні. Переважна більшість інформації про війну формується пропагандистами: і «автентичні» повідомлення з перших вуст у TikTok, і офіційні урядові заяви. Усі сторони використовують типову тактику військової пропаганди. Новим є те, що тепер ми всі можемо брати участь у інформаційних баталіях.

Висновки

Напередодні введення військ Росії в Україну та з моменту повномасштабного вторгнення, соціальні медіа слугували і лишаяються полем битви для держав і недержавних акторів, щоб поширювати конкуруючі наративи про війну та зображати поточні події під своїм кутом зору. РФ активно заповнює ці цифрові екосистеми дезінформацією. Стратегічні пропагандистські кампанії, включно з розповсюдженням дезінформації, аж ніяк не є чимось новим під час війни, але перехід до соціальних медіа

як основного каналу розповсюдження змінює спосіб ведення інформаційної війни, а також значно розширює коло суб'єктів, які можуть брати участь у формуванні провідних наративів.

Список посилань

1. Бабенко Ю. Інформаційна війна зброя масового знищення! URL: <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050>.
2. Додонов Р. Гібридна війна: in verbo et in praxi: монографія. Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. 410 с.
3. Eriksson A. Viewpoint: Information Warfare: Hype or Reality? URL: <https://www.nonproliferation.org/wp-content/uploads/npr/erikss63.pdf>.
4. Libicki M. What is Information Warfare? Washington, National Defense University, 1995.
5. Мелекесцев К. Про трактування інформаційної війни: від технічно-кібернетичної до історико-психологічної парадигми. Південний архів (історичні науки), 2022. № 38. С. 62–67.
6. Почепцов Г. Інформаційна війна як інтелектуальна війна. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1330>.
7. Саприкін О. Інформаційна експансія, інформаційна війна та інформаційна атака у засобах масової інформації на прикладі Євро-2012. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkr_2013_1_13
8. Сасин Г. Інформаційна війна: сутність, засоби реалізації, результати та можливості протидії (на прикладі російської експансії в український простір). Грані. 2015. № 3 (119). С. 18–23.
9. Указ Президента України №184/2020 Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 травня 2020 року «Про застосування, скасування і внесення змін до персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1842020-33629>.

References

1. Babenko, Yu. (2006). Informatsiivna zbroia masovoho znyshchennia! URL: <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2006/04/20/4399050>. [in Ukrainian].
2. Dodonov, R. (2017). Hibrydna viina: in verbo et in praxi: monohrafiia. Vinnytsia: TOV «Nilan-LTD». 410 s. [in Ukrainian].
3. Eriksson, A. (1999). Viewpoint: Information Warfare: Hype or Reality? URL: <https://www.nonproliferation.org/wp-content/uploads/npr/erikss63.pdf>.
4. Libicki, M. (1995). What is Information Warfare? Washington, National Defense University.

5. Mieliekiestsev, K. (2022). Pro traktuvannia informatsiinoi viiny: vid tekhnichno-kibernetychnoi do istoryko-psykholohichnoi paradyhmy. Pivdennyi arkhiv (istorychni nauky). № 38. S. 62–67. [in Ukrainian].

6. Pocheptsov, H. Informatsiina viina yak intelektualna viina. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/1330>. [in Ukrainian].

7. Saprykin, O. (2013) Informatsiina ekspansii, informatsiina viina ta informatsiina ataka u zasobakh masovoi informatsii na prykladi Yevro-2012. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2013_1_13. [in Ukrainian].

8. Sasyn, H. (2015). Informatsiina viina: sutnist, zasoby realizatsii, rezultaty ta mozhlyvosti protydii (na prykladi rosiiskoi ekspansii v ukrainskyi prostir). Hrani. № 3 (119). S. 18–23. [in Ukrainian].

9. Ukaz Prezydenta Ukrainy №184/2020 Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 14 travnia 2020 roku «Pro zastosuvannia, skasuvannia i vnesennia zmin do personalnykh spetsialnykh ekonomichnykh ta inshykh obmezhuvalnykh zakhodiv (sanktsii)». URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1842020-33629>. [in Ukrainian].

Oleh Batrymenko

Taras Shevchenko National University of Kyiv (Kyiv, Ukraine)

<https://orcid.org/0000-0003-0211-248X>

e-mail: batrymenko@bigmir.net

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE RUSSIAN-UKRAINIAN INFORMATION WAR

Abstract

The article presents the results of a systematic study of the role of social media in covering the events of the Russian-Ukrainian war, which are one of the relevant tools in conducting an information conflict between Ukraine and the aggressor country. It is argued that social media help overcome traditional barriers to mass communication. Thus, not only the amount of available information is added, but also the number of active participants in information and communication processes. Today, the latter include not only official bodies of public authority, but all concerned citizens.

The differences between the strategies used by the Russian Federation and Ukraine regarding the social networks and platforms are emphasized. For example, the aggressor state severely limits the access of its citizens to independent sources, prohibiting the latter from actively operating on its territory, while using social media for propaganda and disinformation both far away on the territory of its country and beyond. In Ukraine, social media is primarily used for instant delivery of relevant information to citizens, spreading the true narrative among its own population and outside the state. At the same time, it is emphasized that the use of social media in the information war has both advantages and disadvantages. On one hand, speed and availability are clear pluses, but the problem of credibility and multiplicity of narratives can be counted among the minuses. A number of tips have been developed for consumers of social network content that can help avoid confusion.

Keywords: information war, Ukraine, Russian Federation, narratives, social media, platforms, disinformation.

Стаття надійшла до редакції 28.09.22

© Батрименко О.В. 2022