

Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
Міністерство освіти і науки України  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Кваліфікаційна наукова  
праця на правах рукопису

ЗУБАР ПЕТРО МАКСИМОВИЧ

УДК 070:[32.019.5:316.77:004.774.6-021.191:616-036.21(477)](043.3)

## ДИСЕРТАЦІЯ

ФЕНОМЕН СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ЯВИЩА  
«ВІРУСНИЙ КОНТЕНТ» У ПЕРІОД СВІТОВОЇ ПАНДЕМІЇ (НА  
МАТЕРІАЛАХ УКРАЇНСЬКОЇ БЛОГОСФЕРИ 2020–2023 РР.)

Спеціальність — 061 Журналістика

Галузь знань — 06 Журналістика

Подається на здобуття ступеня доктора філософії. Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело \_\_\_\_\_

Науковий керівник: Шевченко В. Е., доктор наук із соціальних комунікацій, професор

Київ — 2025

## АНОТАЦІЯ

**Зубар П. М. Феномен соціально-комунікаційного явища «вірусний контент» у період світової пандемії (на матеріалах української блогосфери 2020–2023 рр.).** — Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 061 — Журналістика. Київський національний університет імені Тараса Шевченка МОН України, Київський національний університет імені Тараса Шевченка МОН України, Київ, 2025.

Пандемія COVID-19 стала безпрецедентним глобальним викликом, спричинивши не лише медичну, а й соціально-комунікаційну кризу. Дисертаційне дослідження присвячене феномену соціально-комунікаційного явища поширення вірусного контенту під час глобальної епідемії. У роботі розглянуто теоретичні засади концепції «вірусів розуму», яка розглядає поширення одиниць культурної інформації за метафоричною аналогією до біологічних вірусів. Така система поглядів дозволяє краще зрозуміти механізми «зараження» свідомості людей певними ідеями та переконаннями через комунікаційні канали.

Концепція «вірусів розуму» лежить в основі низки похідних термінів: мем, медіавірус, вірусний контент, вірусний дискурс та інших. У дисертації продемонстрована еволюція відповідної терміносистеми, поглядів на чинники, що сприяють віральності контенту та його трансформаціям у процесі поширення. Дослідження сфокусоване передусім на проявах поширення деструктивного вірусного контенту під час пандемії як прояву інфодемії — безпрецедентного за масштабами поширення недостовірної інформації про хворобу, що супроводжує глобальні епідемії, зокрема коронавірусну. Вказано, як страх та невизначеність, характерні для періоду пандемії, сприяли швидкому розповсюдженню чуток, теорій змови та маніпулятивних наративів.

Дослідження демонструє, що інфодемія є характерною ознакою епохи постправди, коли об'єктивні факти не мають визначального впливу на формування громадської думки та поступаються емоціям та особистим переконанням. У таких умовах деструктивні наративи знаходять сприятливе середовище для поширення, а традиційні джерела інформації втрачають довіру аудиторії. Активісти антивакцинних рухів скористалися нагодою та використали платформи соціальних медіа для формування власних онлайн-спільнот. Якщо до пандемії COVID-19 рухи проти щеплень перебували переважно на маргінесі, то під час неї вони почали активно інституціоналізуватися. В умовах зростання довіри до соціальних медіа як джерела інформації про здоров'я разом із збільшенням часу онлайн, спричиненим глобальним локдауном, антивакцинні активісти спромоглися скористатися ефектом «ехокамер», всередині яких користувачі посилювали свої упередження та недовіру до системи громадського здоров'я.

В Україні початок пандемії збігся у часі зі стрімкою популяризацією платформи YouTube, чим скористалися блогери COVID-дисиденти. У роботі детально досліджено прояви інфодемії в українській блогосфері у 2020-2023 рр., зокрема проаналізовано коронаскептичний контент. Комуніканти заперечували серйозність хвороби, спекулювали на темі її походження, піддажували ефективність протиепідемічних заходів та закликали відмовитися від щеплення. У комплексі це сформувало загрозу для суспільного здоров'я у багатьох країнах. До того ж початок повномасштабного російського вторгнення в Україну поглибив комунікаційну кризу, пов'язану з пандемією, та спричинив трансформацію вірусного контенту та коронаскептичного дискурсу загалом. Блогери, що його формують, зосередили свою увагу на нових реаліях, зокрема мобілізації та інших явищах, спричинених війною, використовуючи схожі або ідентичні прийоми та дискурсивні стратегії.

Дослідження пропонує погляд на вирішення наукової проблеми комплексного аналізу соціально-комунікаційних процесів, що супроводжують

поширення деструктивного вірусного контенту під час глобальних епідемій. Його об'єктом є вірусний контент, створюваний та поширюваний під час пандемії в українській блогосфері, а предметом — складники такого контенту, зокрема деструктивного характеру: прояви дезінформації, маніпуляцій та конспірології, пов'язані з громадським здоров'ям.

**Мета** дисертаційного дослідження полягає в окресленні феномена вірусного контенту як соціально-комунікаційного явища в період світової пандемії. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення низки **завдань**:

1. окреслення теоретичної бази дослідження та систематизації наукових поглядів на поняття, пов'язані з вірусним контентом;
2. визначення особливостей поширення такого контенту під час глобальних пандемій;
3. систематизації наявних методологічних підходів до дослідження інфодемічного вірусного контенту, а також міждисциплінарних поглядів науковців на стратегії протидії його поширенню;
4. оцінці ролі соціальних медіа, зокрема блогосфери, у поширенні вірусного контенту деструктивного характеру під час пандемії;
5. виокремлення критеріїв для класифікації комунікантів, які долучилися до формування коронаскептичного дискурсу в Україні;
6. обґрунтування критеріальної бази для відбору релевантних публікацій із деструктивним вірусним контентом;
7. виявлення провідних дискурсивних стратегій, використаних в рамках дезінформаційної кампанії, пов'язаної з COVID-19.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період пандемії COVID-19 та півроку після її офіційного завершення та включають 2020–2023 рр.

Емпірична база дослідження охоплює відео YouTube-блогерів, які систематично продукували коронаскептичний контент під час пандемії COVID-19, та публікації, присвячені вивченню та протидії поширенню деструктивних інформаційних вірусів у спеціалізованих медіа.

У роботі використана низка як загальнонаукових, так і специфічних для соціальнокомунікаційних досліджень **методів**. Для збирання даних використано біографічний метод, метод наукового спостереження та моніторинг. Завдяки ним здійснене діахронічне дослідження змін тематичної спрямованості вірусного контенту у перебігу дезінформаційної кампанії під час пандемії COVID-19 в Україні. Моніторинг медіа та аудиторії сприяв відстеженню появи нових та блокування попередніх майданчиків комунікації, контент яких потрапив до емпіричної бази дисертаційного дослідження, а також визначенню провідних комунікантів, що поширювали контент деструктивного характеру в період коронавірусної епідемії. Біографічний аналіз дав змогу зібрати свідчення щодо історій діячів, що формують коронаскептичний дискурс в Україні, та визначити характер інституційних зв'язків між ними.

Методами аналізу даних стали контент-аналіз, метод класифікації, метод групування, лінгвістична теорія аргументації та дискурс-аналіз. За допомогою першого були досліджені тексти та інші комунікаційні матеріали у публікаціях українських коронаскептиків. Одиницями кодування виступили текстові дані, за допомогою яких можливо визначити ключові теми, категорії або патерни, що виникають у дискурсі, який формують ці комуніканти. Крім того було встановлено частотність вживання характерних слів та словосполучень для дослідження специфічного понятійного апарату, використовованого для формування деструктивного дискурсу.

Застосування методу дискурс-аналізу, який став ключовим для дослідження, дало змогу визначити основні практики та стратегії, за допомогою яких відтворюється коронаскептичний дискурс. За допомогою цього методу також простежено зміни, яких цей дискурс зазнав після початку повномасштабного російського вторгнення.

Наукова новизна одержаних **результатів** полягає у формуванні принципово нового підходу до розуміння поширення вірусного контенту як одного з проявів інфодемії. У роботі детальне вивчення метафоричної

концепції небіологічних «вірусів» з акцентом на соціально-комунікаційному аспекті їхнього поширення. У результаті проведеного дослідження вперше детально вивчена дезінформаційна кампанія, пов'язана зі сферою громадського здоров'я на конкретному прикладі пандемії COVID-19, та визначені основні дискурсивні стратегії, що використовуються в процесі поширення вірусного контенту деструктивного характеру.

Завдяки пропонованому дослідженню подальшого розвитку набули теоретичні засади медіадосліджень та суміжних галузей, пов'язаних з маніпуляціями, медіавірусами та інфодемічними процесами. Крім того, удосконалено розуміння ролі соціальних медіа, зокрема блогосфери, у поширенні вірусного контенту. У роботі систематизовано специфічний понятійний апарат, пов'язаний з коронаскептичним дискурсом в Україні. Зокрема виокремлена специфічна лексика, що використовується для формування деструктивних наративів.

Отримані результати дослідження мають важливе практичне значення, адже вони сприятимуть поглибленню розуміння соціально-комунікаційних процесів, що відбуваються в кризових умовах пандемії, можуть стати основою для розроблення ефективних комунікаційних політик і практик державними органами, медіа та іншими зацікавленими сторонами. Напрацювання, створені в результаті цієї роботи, є перспективними для використання під час тренінгів, навчальних курсів, освітніх заходів, присвячених тематиці медіаграмотності та протидії маніпуляціям та дезінформації.

**Ключові слова:**

Вірусний контент, відеоконтент, дискурс, соціальні медіа, маніпуляція, соціальна комунікація, пропаганда, медіанаратив, масмедіа, контент-аналіз, COVID-19, російсько-українська війна, інформаційне середовище, фейк, глобалізація.

## SUMMARY

**Zubar P. “Viral content” as a social and communicative phenomenon during the 2020–2023 global pandemic (on Ukrainian blogosphere data) —** Qualification research work with the manuscript copyright.

A dissertation submitted for the degree of Doctor of Philosophy in specialty 061 “Journalism”. — Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ministry of Education and Science of Ukraine, Kyiv, 2025.

The COVID-19 pandemic has posed an unparalleled global challenge, resulting in both a medical and a social-communicative crisis. This dissertation is focused on the social and communicative aspects of viral content dissemination during the pandemic. It explores the theory behind "memes", which describes how cultural information spreads in a way similar to biological viruses. This perspective enhances our understanding of how certain ideas and beliefs "contagiously" influence people's consciousness through communication channels.

The concept of "viruses of the mind" encompasses terms like meme, media virus, viral content, and viral discourse. This dissertation traces the evolution of these terms and examines the factors affecting content virality and its transformation during rapid dissemination. This study primarily investigates the spread of harmful viral content during the pandemic. It focuses on the phenomenon of the infodemic, which refers to the rapid increase in false information about the disease during global epidemics, particularly COVID-19. The research shows how fear and uncertainty during the pandemic fueled the rapid propagation of rumors, conspiracy theories, and manipulative narratives.

Research indicates that the phenomena of infodemics characterize the post-truth era, where objective facts struggle to influence public opinion, overshadowed by emotions and personal beliefs. This environment allows destructive narratives to thrive, eroding trust in traditional information sources. Activists of the anti-vaccine movements capitalized on this by leveraging social media to build their own online communities. Prior to the COVID-19 pandemic,

such movements were largely marginal, but they gained traction during the pandemic as they began to institutionalize. With global lockdowns increasing online engagement and trust in social media for health information, anti-vaccine activists effectively utilized the "echo chamber" effect, where users reinforced their beliefs and skepticism towards the public health system.

This research addresses the scientific challenge of analyzing social and communicative processes linked to spreading harmful viral content during global epidemics. It examines viral content generated and shared in the Ukrainian blogosphere during the pandemic, specifically focusing on destructive elements such as disinformation, manipulation, and conspiracy theories concerning public health.

**The aim** is to analyze viral content as a social and communicative phenomenon during the global pandemic. This involves several **tasks**:

1. establishing a theoretical framework and categorizing concepts related to viral content;
2. examining the characteristics of its spread during pandemics;
3. organizing existing methodological approaches to studying infodemic viral content and interdisciplinary perspectives on countering its spread;
4. assessing the role of social media, especially blogs, in disseminating harmful viral content;
5. identifying criteria for classifying communicators shaping coronasceptic discourse in Ukraine;
6. developing a criteria base for selecting relevant publications containing destructive viral content;
7. revealing key discursive strategies employed in the COVID-19 misinformation campaign.

The study spans the COVID-19 pandemic and six months post-pandemic, covering the years 2020–2023. It is grounded in videos from YouTube bloggers who consistently produced coronavirus-skeptical content, along with publications focused on countering misinformation in specialized media.

The research employs various general scientific and specific social communication **methods**, primarily utilizing biographical analysis, scientific observation, and media monitoring. These approaches facilitate a diachronic examination of the shifting themes in viral content and the progression of disinformation campaigns during the pandemic in Ukraine. The study also tracks the emergence of new communication platforms and the blocking of previous ones included in the research. Media monitoring facilitated the identification of key bloggers who propagated harmful information. Biographical analysis, in turn, collected testimonials from communicators influencing the coronavirus-skeptical discourse in Ukraine and clarified the institutional ties among these actors

The data analysis methods included content analysis, classification, grouping, linguistic theory of argumentation, and discourse analysis. Content analysis was employed to examine texts and communications in Ukrainian coronavirus skeptics' publications. Textual data served as coding units, allowing for the identification of key themes, categories, and patterns in their discourse. The frequency of specific words and phrases was also analyzed to understand the conceptual framework behind the destructive discourse.

Discourse analysis was central to this research, revealing the primary practices and strategies through which coronavirus skepticism is perpetuated. This method also highlighted the transformations in the discourse following the onset of the full-scale Russian invasion.

The scientific novelty of the **results** obtained lies in the formation of an innovative approach to understanding the spread of viral content as one of the manifestations of infodemic. The work includes a detailed study of the metaphorical concept of non-biological "viruses" with a focus on the socio-communicational aspect of their spread. As a result of the conducted research, a disinformation campaign related to the field of public health has been studied in detail for the first time, using the specific example of the COVID-19 pandemic, and the main discursive strategies utilized in the process of spreading destructive viral content have been identified.

As a result of proposed research, the theoretical foundations of media studies and related fields concerning manipulations, media viruses, and infodemic processes have further developed. In addition, the understanding of the role of social media, particularly the blogosphere, in the spread of viral content has been enhanced. The work systematizes the specific conceptual apparatus related to the corona-skeptical discourse in Ukraine. In particular, specific vocabulary used to form destructive narratives has been highlighted.

The research findings are crucial for enhancing our understanding of socio-communicational processes during the pandemic crisis. They can serve as a basis for developing effective communication policies by government agencies, media, and other stakeholders. Additionally, these insights hold promise for training sessions, educational courses, and events focused on media literacy and combating manipulation and misinformation.

**Keywords:**

Viral content, video content, discourse, social media, manipulation, social communication, propaganda, media narrative, mass media, content analysis, COVID-19, Russian-Ukrainian war, information environment, globalization, fake.

**СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

*Статті в наукових фахових виданнях України*

1. Зубар, П. (2022). Стилiстично зниженi мовнi новотвори в комунiкацiї противникiв вакцинацiї та коронаскептикiв в українському YouTube. *Communications and Communicative Technologies*, (22), 87–92. <https://doi.org/10.15421/292209>
2. Зубар, П. (2023). Частина однієї змови: Засоби пов'язування російсько-української війни та COVID-19 в коронаскептичному дискурсі в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, 34(73), 359–366. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.3/60>

3. Зубар, П. (2024). Місце та структура конспірології в дискурсі коронаскептиків в Україні. *Наукові записки Інституту журналістики*, 84(1), 118–134. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2023.84.10>

4. Шевченко, В., & Зубар, П. (2024). Блогосфера України: контент-аналіз антивакцинної кампанії під час пандемії COVID-19. *Образ*, 2(45), 48–59. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.2\(45\)-48-59](https://doi.org/10.21272/Obraz.2024.2(45)-48-59)

## НАУКОВІ ПРАЦІ, ЯКІ ЗАСВІДЧУЮТЬ АПРОБАЦІЮ РЕЗУЛЬТАТІВ ДИСЕРТАЦІЇ

### *Матеріали конференцій*

1. Zubar, P. (2022). Neologisms in Ukrainian coronavirus skeptics' video content: Peculiarities of formation and usage. У *The interaction of journalism, advertising and PR in the modern media space* (с. 19–22). Baltija Publishing. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-250-0-4>

2. Зубар, П. (2023). Від пандемії до війни: Взаємозв'язок тем в дискурсі українських противників вакцинації після початку повномасштабного вторгнення росії. У *Сучасні тенденції розвитку науки, освіти, технологій та суспільства* (с. 55–56). Центр фінансово-економічних наукових досліджень.

3. Зубар, П. (2024). Конспірологічні меседжі українських COVID-дисидентів та противників вакцинації: Структура, поширеність та роль у дискурсивній стратегії. У *Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття* (с. 237–242). Національний університет «Одеська політехніка».

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>13</b>
<b>РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ ЯВИЩЕ «ВІРУСНИЙ КОНТЕНТ»: ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ.....</b>	<b>19</b>
1.1. Терміносистема дослідження вірусів розуму, медіавірусів та вірусного контенту.....	19
1.2. Вірусне поширення інформації в епоху постправди.....	38
1.3. Методологія дослідження інфодемічного контенту та міждисциплінарні погляди на протидію його поширенню.....	50
Висновки до розділу 1.....	59
<b>РОЗДІЛ 2. ДЕСТРУКТИВНІ НАРАТИВИ ВІРУСНОГО КОНТЕНТУ В УКРАЇНСЬКІЙ БЛОГОСФЕРІ: ПОШИРЕННЯ, АУДИТОРІЯ, ТЕНДЕНЦІЇ.....</b>	<b>63</b>
2.1. Дезінформаційні кампанії як інструмент поширення деструктивного вірусного контенту.....	63
2.2. Роль блогосфери України у формуванні громадської думки у період світової пандемії.....	70
2.3. Медійна активність українських блогерів-коронаскептиків в YouTube....	78
Висновки до розділу 2.....	108
<b>РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ КОРОНАСКЕПТИЧНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>112</b>
3.1. Тематична спрямованість публікацій блогерів-противників вакцинації.....	112
3.2. Специфіка мови блогерів-коронаскептиків.....	121
3.3. Місце конспірології в дискурсі противників вакцинації.....	130
3.4. Воєнний аспект коронаскептичного дискурсу в Україні.....	146
Висновки до розділу 3.....	158
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>163</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>177</b>
<b>ДОДАТКИ.....</b>	<b>200</b>

## ВСТУП

Домінування соціальних медіа та цифрових комунікацій стало тим чинником, що відрізняє пандемію COVID-19 від попередніх глобальних епідемій. Паралельно з поширенням хвороби відбувалося безпрецедентно швидке розповсюдження інформації через традиційні та соціальні медіа, що призвело до поширення інфодемії. Комунікаційні процеси зазнали суттєвих трансформацій, демонструючи нові моделі поширення контенту та взаємодії в суспільстві. Поряд із системою охорони здоров'я, яка опинилася на передовій у боротьбі з новим вірусом, комунікаційний складник відіграв вкрай важливу роль у перебігу подій.

Паралельно з епідемією COVID-19 в Україні, як і в багатьох інших країнах, спостерігалася так звана інфодемія — масове (та вірусне) поширення інформації, пов'язаної з хворобою. Тут йдеться саме про дезінформацію, маніпуляції, теорії змов тощо. Відтак поширення контенту деструктивного характеру — заперечення хвороби (чи її серйозності), заклики не вакцинуватися чи ігнорувати карантинні заходи, потрапило у фокус уваги дисертаційного дослідження через загрозу суспільному здоров'ю та колективному імунітету.

Це дослідження, присвячене соціально-комунікаційному явищу вірусного контенту в умовах пандемії COVID-19, має на меті комплексно проаналізувати трансформації, яких зазнали комунікаційні процеси в Україні протягом цього періоду. Воно спрямоване на виявлення особливостей поширення контенту деструктивного характеру. Крім того, в ньому здійснено спробу пояснити мотиви та цілі авторів такого контенту, а також механізми його впливу на громадську думку та поведінку.

**Об'єкт дослідження:** вірусний контент, створюваний та поширюваний під час пандемії в українській блогосфері.

**Предметом дослідження** є складники вірусного контенту, зокрема деструктивного характеру: прояви дезінформації, маніпуляцій та конспірології, пов'язані з громадським здоров'ям.

**Метою** дисертаційного дослідження є окреслення феномена вірусного контенту як соціально-комунікаційного явища в період світової пандемії.

**Завдання** поставлені задля реалізації мети:

1. Окреслити теоретичну базу дослідження, систематизувати наукові підходи до визначення та співвідношення понять «віруси розуму», «медіавіруси» та «вірусний контент» (ВК).
2. Визначити особливості поширення ВК під час світових пандемій.
3. Систематизувати наявні методологічні підходи до дослідження інфодемічного ВК та міждисциплінарні погляди науковців на стратегії протидії його поширенню.
4. Оцінити роль соціальних медіа, зокрема блогосфери, у поширенні ВК деструктивного характеру під час пандемії.
5. Виокремити критерії для класифікації блогерів, які долучилися до формування коронаскептичного дискурсу в Україні.
6. Сформулювати та обґрунтувати критеріальну базу для відбору релевантних публікацій із деструктивним ВК.
7. Виявити провідні дискурсивні стратегії, використані в рамках дезінформаційної кампанії, пов'язаної з COVID-19.

**Хронологічні межі дослідження:** 2020–2023 рр.

**Емпірична база дослідження**

Емпірична база охоплює публікації, присвячені вивченню і протидії поширенню деструктивних медіавірусів, та публікації блогерів, які містили такий контент.

У другому розділі дослідження представлені результати вивчення публікацій профільних організацій та медіа, які спеціалізуються на вивченні та протидії поширенню деструктивних медіавірусів, насамперед розвінчання дезінформації, пов'язаної з пандемією COVID-19.

Основою третього розділу дослідження став емпіричний матеріал у вигляді публікацій найпопулярніших блогерів, які систематично розповсюджували контент деструктивного характеру під час епідемії

COVID-19. Визначивши низку критеріїв для відбору матеріалів, було встановлено список з 232 опублікованих цими авторами відео, популярних у період пандемії.

Через те, що емпірична база дослідження складалася з публікацій на YouTube, у ньому майже не відображені особливості інших медіаплатформ, за допомогою яких комуніканти провадять свою медійну активність.

До того ж необхідно врахувати факт блокування значної частини самих каналів або окремих публікацій, в яких міститься дезінформація про COVID-19, на платформі YouTube. Отже, частина відео, які потрапили до емпіричної бази, є недоступними для перегляду на відеохостингу, проте вони збережені у сховищі, доступному за посиланням (додаток А).

### **Методологія дослідження**

Задля виконання поставлених завдань було використано як загальнонаукові, так і специфічні для соціальних комунікацій методи дослідження: метод наукового спостереження, моніторинг, біографічний аналіз, контент-аналіз, метод класифікації, метод групування, лінгвістична теорія аргументування та дискурс-аналіз.

Завдяки методам *моніторингу* було проведено діахронічне дослідження змін тематичної спрямованості ВК під час пандемії COVID-19 в Україні та відстежено появу нових та блокування попередніх майданчиків комунікації залучених до поширення такого контенту. Моніторинг аудиторії допоміг скласти список найпопулярніших блогерів, що поширювали контент деструктивного характеру в період епідемії коронавірусу.

Основним методом дослідження є *дискурс-аналіз*. Його застосування зробило можливим визначити, за допомогою яких практик та стратегій відтворюється коронаскептичний дискурс в Україні, його ключових осіб та події в його розвитку. Поза тим було визначено ролі кожного з авторів YouTube-каналів, які вони відіграють для формування коронаскептичного дискурсу. У третьому розділі цього дослідження був простежений його

взаємозв'язок з дискурсом війни в Україні та доведена його загрозливість для національної обороноздатності.

Результати *біографічного аналізу* наведено у другому розділі роботи, де вказані зібрані нами свідчення та факти щодо активності комунікаторів, які формують коронаскептичний дискурс в Україні, одночасно поширюючи ВК деструктивного характеру. Крім того за допомогою цього методу визначено характер інституційних зв'язків між згаданими діячами.

За допомогою *контент-аналізу* були систематично вивчені тексти та інші комунікаційні матеріали у публікаціях українських коронаскептиків. Одиницями кодування виступили ключові теми, категорії та патерни, які виникають у їхньому дискурсі, разом з характерними словами та словосполученнями, що формують його понятійний апарат.

Метод *класифікації* дав змогу розділити комунікантів на групи, встановивши їхні особливості, а також визначити категорії меседжів, використаних під час формування свого дискурсу.

На додаток застосовано *лінгвістичну теорію аргументування* для виявлення ідеологічних настанов комунікаторів за допомогою аналізу їхніх аргументів.

### **Новизна отриманих результатів з наукової точки зору**

Наукова новизна одержаних результатів полягає в принципово новому підході до розуміння вірусного контенту.

У результаті проведеного дослідження

*вперше:*

- встановлено особливості непрофесійних комунікантів, каналів комунікації та охопленої аудиторії дезінформаційної кампанії, пов'язаної з пандемією COVID-19;
- сформульовані основні дискурсивні стратегії, що використовуються в процесі поширення ВК деструктивного характеру;

- зафіксовано зміни деструктивного дискурсу, пов'язаного з пандемією COVID-19, з початком повномасштабного російського вторгнення в Україну;
- запропоновано шляхи протидії гібридній агресії в частині вирішення проблеми поширення вірусного контенту деструктивного характеру.

*удосконалено:*

- специфічний понятійний апарат, пов'язаний з коронаскептичним дискурсом в Україні, зокрема виокремлено специфічну лексику, яка використовується для формування деструктивних наративів.
- підходи до вивчення конспірологічних теорій у частині їхнього вірусного складника.

*набули подальшого розвитку:*

- концепція вірусного контенту у частині його використання в деструктивних дезінформаційних кампаніях.
- концепція медіатизації світових пандемій як шлях до інфодемії.
- наукові підходи до вивчення маніпуляцій, дезінформацією, маніпулятивного та оманливого впливу.

### **Практична значущість отриманих результатів**

Отримані результати дослідження мають важливе практичне значення. Вони сприятимуть поглибленню розуміння соціально-комунікаційних процесів, що відбуваються в кризових умовах пандемії, можуть стати основою для розроблення ефективних комунікаційних політик і практик державними органами, медіа та іншими зацікавленими сторонами.

Результати роботи можуть бути використані для розробки методичних рекомендацій для органів державної влади, комунікаційних служб та медичних установ, для створення ефективних інформаційних кампаній.

Передбачене сприяння підвищенню рівня медіаграмотності української аудиторії соціальних медіа завдяки розробці освітніх програм, створенню навчальних матеріалів.

Можливе застосування під час тренінгів та інтердисциплінарних заходів з протидії маніпуляції і дезінформації.

### **Апробація результатів дослідження**

Дисертаційна робота виконана та обговорена на кафедрі онлайн-медіа Навчально-наукового Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Сформульовані у роботі рекомендації та пропозиції, головні наукові положення оприлюднено у доповідях на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях: Міжнародній науковій конференції «The interaction of journalism, advertising and PR in the modern media space» (м. Ченстохова, Польща, 12–13 жовтня 2022); Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку науки, освіти, технологій та суспільства» (м. Полтава, 12 вересня 2023 р.), XVII Міжнародній науково-практичній конференції «Інформаційна освіта та професійно-комунікативні технології XXI століття» (м. Одеса, 11–13 вересня 2024 р.).

### **Публікації**

Основні положення та висновки дисертаційної роботи висвітлено у 7 наукових працях, а саме — у 4 наукових статтях, опублікованих у наукових фахових виданнях України та 3 тезах доповідей на наукових конференціях.

### **Структура й обсяг дисертації**

Відповідно до обраної мети та визначених завдань і предмета дослідження праця складається з анотації, вступу, трьох розділів, що об'єднують десять підрозділів, висновків до кожного розділу та загальних висновків дисертації, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг дисертації становить 200 сторінок, з яких основного тексту — 172 сторінки. Список використаних джерел — 22 сторінки (187 найменувань). Додатки налічують 1 сторінку.

## **РОЗДІЛ 1. СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНЕ ЯВИЩЕ «ВІРУСНИЙ КОНТЕНТ»: ТЕОРЕТИЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ**

### **1.1. Терміносистема дослідження вірусів розуму, медіавірусів та вірусного контенту**

Термін «вірус», що дослівно перекладається з латини як «отрута», найчастіше використовується у галузі біології, де його використовують на позначення мікроскопічних агентів, які можуть реплікуватися лише всередині живих клітин організмів (Harper, 2011). Утім, нездатність вірусів до самостійного відтворення та паразитування ними натомість на інфікованому носіїві призвела до метафоричного використання цього поняття у інших сферах людського пізнання.

Біологічні віруси існують для того, щоб розмножуватися майже скрізь: від рослин і тварин до мікроорганізмів, включно з бактеріями. У біологічному розумінні, віруси відрізняються від бактерій або мікробів тим, що вони не є живими істотами та не можуть відтворюватися самі собою. Деякі з них спричиняють інфекційні хвороби, а іноді навіть масштабні пандемії, які можуть мати далекосяжні наслідки та шкоду для здоров'я людей, економіки та суспільства.

У контексті людського здоров'я, вірусні інфекції можуть варіюватися від легких, як застуда, до надзвичайно серйозних, як, наприклад, COVID-19, який призвів до глобальної пандемії, що змінила хід багатьох соціальних процесів. Пандемії, спричинені вірусами, вимагають швидкої та ефективної реакції на глобальному рівні, щоб зменшити поширення інфекції та мінімізувати її наслідки.

За межами біології також виокремлюють комп'ютерні віруси — спеціально створені програми, які призначені для розповсюдження від одного комп'ютера до іншого, завдаючи шкоди або порушуючи нормальну роботу систем. Ці віруси можуть збирати особисту інформацію без дозволу,

спричиняти втрату даних або навіть отримувати контроль над інфікованими машинами. Їхня здатність швидко поширюватися через мережі робить їх особливо небезпечними та вимагає розроблення ефективних антивірусних програм. Поширення таких вірусів також може спричинити глобальні втрати, хоча ці наслідки історично неможливо прирівняти до наслідків пандемій вірусних інфекційних захворювань.

Однак в розрізі цього дисертаційного дослідження уваги потребує третій, метафоричний вид вірусів, поширення яких може призвести до не менш масштабних наслідків — віруси розуму.

### *Віруси розуму*

Цю концепцію вперше запропонував англійський еволюціоніст Р. Докінз у своїй роботі «Viruses of the Mind». В есе автор розглядає поширення певних ідей<sup>1</sup> і поведінки як *меметичний* вірус, аналогічний біологічним та комп'ютерним. Мем — ще один запропонований Р. Докінзом термін, який варто розглянути детальніше. Прикладами мемів, які наводить Докінз, є мелодії, ідеї, крилаті фрази, способи створення речей чи навіть віра в життя після смерті. Меми, на його думку, відтворюються за допомогою письма, спілкування, музики, мистецтва тощо.

За задумом автора, нововведений термін мав звучати схоже до слова «ген», однак сам Р. Докінз пізніше визнав, що правильніше було б назвати цю одиницю культурної передачі чи наслідування «мімемом», адже в такий спосіб воно б походило від відповідного грецького кореня. Він проводив таку соціобіологічну аналогію, стверджуючи, що меми, як і гени, можна розглядати як «егоїстичні» реплікатори, що змагаються за обмежені ресурси: людську увагу, час, а також засоби передачі (час на радіо та телебаченні, площа на рекламних щитах, газетні колонки та бібліотечні полиці). Але якщо гени забезпечують власне виживання через організми, меми можуть забезпечити своє виживання безпосередньо через людську культуру (не обов'язково приносячи користь своїм «носіям»). Показово, що процес

---

<sup>1</sup> В роботі передусім йдеться про релігійні переконання.

передавання «плідних» мемів Р. Докінз називав не інакше як «паразити́ванням» та перетворенням мозку на засіб розповсюдження в такий же спосіб, як біологічний вірус паразитує в клітині-носії (Dawkins, 1976/2016, с. 250).

На думку Р. Докінза, «розумові віруси» вправно проникають і поширюються через свідомість людини, нерідко без її відома, і можуть суттєво впливати на поведінку та мислення. Людський розум, будучи сприятливим ґрунтом для мемів, особливо сприйнятливий до цих вірусних ідей через його розвинену здатність відтворювати інформацію та слідувати інструкціям, які є важливими для культурної передачі та навчання. Найбільш вразливими для інфікування Р. Докінз вважав дитячі розуми, вказуючи на те, що діти схильні вірити в те, що їм говорять (Dawkins, 1993, с. 1). Розширюючи рамки біологічної аналогії, Р. Докінз порівнює «успішні» віруси розуму з комп'ютерними вірусами, які вкорінюються та швидко поширюються, залишаючись непоміченими (Dawkins, 1993, с. 8). Урешті-решт, в окремих випадках «віруси розуму» можуть бути настільки потужними, що перебивають раціональне мислення, спонукаючи людей діяти проти власних інтересів або ухвалювати необґрунтовані чи небезпечні для носія рішення.

Необхідно зазначити, що хоча ані роботу «Еґоїстичний ген», ані інші есеї та книги Р. Докінза, де він продовжує ідею мемів, не можна вважати цілком науковими, він заклав важливі підвалини для розуміння механізмів передачі культурної інформації. І хоча теорія мемів, створена Р. Докінзом, первісно була достатньо загальною, її захоплено сприйняли та розширили деякі інші дослідники. Наприклад, Р. Броуді, продовжуючи думку Р. Докінза, стверджує, що віруси розуму поширюються через спілкування та вивчення нових ідей від інших людей. Природно, що в межах цього дослідження нас цікавить насамперед соціально-комунікативний аспект дослідження мемів. Саме комунікації між людьми як запоруці поширення вірусів розуму Р. Броуді присвячує значну частину своєї фундаментальної праці, де він розмірковує,

що меми є, в якомусь сенсі, платою за свободу слова — причому чим більше свободи існує у середовищі, тим більш сприятливим воно стає для поширення вірусів розуму (Brodie, 1996, с. 17). Коли люди спілкуються та обмінюються інформацією, розумові віруси можуть проникати в їхній розум. Йдеться як про «давні» засоби — освіту, релігійні вчення чи просто спілкування друзів, так і про новітні медіа (на момент написання книги такими вважали телебачення та популярну музику). Разом із розвитком комунікаційних технологій з'являється більше можливостей для передачі вірусів між людьми, а отже, створюються сприятливіші умови для їхнього поширення.

Крім походження вірусів розуму, Р. Броуді розмірковував і про те, чому одні меми поширюються швидше та успішніше за інші. Наприклад, на його думку, меми, пов'язані з небезпекою, їжею чи сексом, поширюються швидше за інших тому, що люди налаштовані приділяти їм більше уваги (Brodie, 1996, с. 87). Додаткового Р. Броуді класифікує віруси розуму як такі, що природно еволюціонували з часом (*cultural viruses*) та штучно створені (*designer viruses*). Перші виникають спонтанно, без усвідомленого наміру людини. До них автор зараховує релігію, політичні ідеології, традиції та соціальні інституції, наприклад, сім'ю. Вони еволюціонують через природний добір, а саме конкуренцію з іншими ідеями та адаптацію до середовища. Другі ж свідомо створені людськими розумами для «зараження» інших. Вони спеціально розроблені для впливу на думки та поведінку людей на користь певної мети (с. 64). У дослідженні розглянуто приклади саме таких, деструктивних, штучних вірусів.

Нарешті, Р. Броуді дискутує щодо «дезінфекції» від шкідливих вірусів розуму. Якщо розглядати освіту як процес копіювання мемів між поколіннями, вона постає особливо вразливою до вірусів розуму (Brodie, 1996, с. 224). Автор критикує модель освіти, яка передбачає виключне запам'ятовування та повторення інформації за вчителем. Натомість автор відзначає важливий прогрес в західній моделі за останнє століття — перехід

від простого запам'ятовування до розвитку абстрактного мислення (с. 225). Продовжуючи цю думку, навички критичного мислення є інструментом захисту від інфікування розуму деструктивними вірусами.

Отже, оригінальна теорія Р. Докінза знайшла продовження у роботах послідовників, що призвело до появи теорії меметики — погляду на передачу інформації, який пояснює культурну еволюцію через концепцію мемів, які є одиницями наслідування, реплікації та поширення.

Американський філософ Д. Деннет продовжив розвиток концепції мемів та зробив значний внесок у сферу меметики завдяки інтеграції меметичних концепцій у свою ширшу філософську структуру, особливо щодо еволюції культури та свідомості. Проводячи аналогію з популяційною генетикою, Д. Деннет стверджує, що для мемів спільним є фенотиповий ефект, який систематично прагне вивести з ладу селективні сили, спрямовані проти них (Dennett, 1990, с. 129). Автор звертається до «небезпечних» чи «поганих» мемів, згадуючи, наприклад, теорії змови. Таким чином, наприклад, конспірологічний мем зберігатиметься цілком незалежно від його правдивості, а мем віри здатний забезпечити власне виживання, а також виживання релігійних мемів, які «пересуваються» на ньому навіть до найбільш раціоналістичних середовищ (с. 131).

Додатково Д. Деннет розглядає концепцію «фільтрів» — механізмів, за допомогою яких люди відсіюють прийнятні та неприйнятні для себе меми. Подібно до того, як фізичні фільтри видаляють домішки з речовин, розумові фільтри служать для просіювання величезної кількості мемів, які бомбардують наші почуття та розум. На ці фільтри можуть впливати різні чинники, наприклад, особисті уподобання, культурні норми та освіта (Dennett, 1990, с. 132). У такий спосіб вчений підтримує ідею, що ці одиниці культурної трансмісії підлягають процесам природного добору, які відфільтровують слабкі меми та сприяють поширенню сильніших. Врешті, Д. Деннет пояснює, що навіть часткові відступи самого Р. Докінза від концепції мемів під тиском критики інших вчених не применшують

принципової важливості цього концепту (с. 134). Таким чином підкреслюється евристична цінність мемної теорії — вона дозволяє по-новому подивитися на поширення культурних явищ і краще зрозуміти механізми культурної еволюції.

Інша прихильниця меметики С. Блекмор вважає теорію еволюції Ч. Дарвіна основою вчення про мему як одиниці культурної інформації. Розглядаючи погляди різних вчених на цей феномен, дослідниця визнає, що біологічна аналогія між мемами та генами є слабкою. Найважливішим принципом меметики вона називає те, що гени та мему є реплікаторами, але в іншому вони різні. С. Блекмор вважає, що аналогія між генами та мемами є слабкою: у біологічній еволюції гени будують свої фенотипи, але копіюються прямо вниз до нащадків, натомість в меметичній еволюції цей процес більший схожий на «зигзаг із мемами, які стрибають з мозку на папір, на комп'ютер і назад у мозок» (Blackmore, 2000, с. 105). Сам же термін «мем» С. Блекмор пропонує визначати як одиницю інформації, яка передається від людини до людини через наслідування або копіювання. Авторка закликає не вважати всі ідеї мемами — щоб кваліфікувати якесь явище як мем, воно дійсно повинно передаватися від однієї людини до іншої через наслідування або копіювання (с. 77). Таке зауваження дійсно запобігає надмірному узагальненню концепції мему та більш чіткому визначенню цього терміна.

До внеску С. Блекмор важливо зарахувати також пропозицію поняття «мемплекс», яке використовується для позначення групи мемів, які пристосувалися до більш успішного спільного відтворення. Вона розглядає релігії та ідеології як ключові приклади великих успішних мемплексів, які Р. Докінз називав «співадаптованими комплексами мемів» (Blackmore, 2000, с. 17).

Розглядаючи еволюцію засобів комунікації (згадуючи телеграф, телефон, радіо та телебачення), С. Блекмор наголошує, що новітні медіа збільшують «плідність» процесу копіювання мемів та відстань, на якій вони поширюються. Присвятивши цілий розділ розвитку каналів поширення

мемів, авторка стверджує, що інтернет надав мемам можливість розповсюджуватися все швидше. У своїх роботах С. Блекмор настільки захопилася ідеєю суб'єктивізації мемів, що дійшла припущення, нібито меми могли самі створити всесвітню мережу, щоб сприяти власному розмноженню, і конкурують один з одним, щоб привернути людську увагу (Blackmore, 2000, с. 274). Людям С. Блекмор відводить роль «мем-машин», або ж «засобу пересування» для мемів, що призводить до сприйняття їх пасивними жертвами, а не активними учасниками їхнього поширення. Поведінка людини, на думку дослідниці, керується мемплексами, що відтворюються в біологічних системах.

Утім, підходи С. Блекмор, як і інших прихильників меметики, яких не можна назвати вченими в класичному розумінні, піддавалися критиці. Наприклад, Г. Толедо, називаючи доробок С. Блекмор захоплюючим та таким, що змушує замислитися, критикує його за брак емпіричних доказів, які є наріжним каменем для підтвердження теоретичних пропозицій у науковому дискурсі. Погляди С. Блекмор автор називає надто абстрактними і спрощеними. Авторка, на його думку, розглядає меми як відірвані від їхнього середовища (людського розуму) і не враховує психологічні, біологічні та культурні чинники, що впливають на передачу мемів (Toledo, 2013, сс. 183–184). І хоча з критичним поглядом Г. Толедо неможливо не погодитися, прихильники меметики внесли свій вагомий внесок у основи розуміння культурної еволюції та механізмів поширення ідей та запропонували унікальну метафору, для розгляду процесів культурної трансмісії, зокрема у медіа.

На думку ж Д. Бурмана, популяризація концепту мему призвела до неправильного розуміння його початкового значення, яке в нього вкладав Р. Докінз. Наприклад, згаданий раніше Д. Деннет цитував Р. Докінза в спосіб, який дозволяв припустити, що меми є активними, самовідтворюваними сутностями, а не просто метафорою. Така інтерпретація була підхоплена та поширена у статтях наприкінці 1980-х рр., популяризуючи ідею мемів як

вірусів розуму, які активно поширюються від людини до людини, що значно відрізнялися початкового метафоричного наміру Р. Докінза. До того ж завдяки роботам С. Блекмор, як вважає Д. Бурман, меми зажили власним життям, зовсім іншим, ніж початкова ідея Р. Докінза, який ввів концепцію мему як частину ширшої думки про одиниці добору в еволюції. Зокрема, він хотів переорієнтувати увагу з генів на більш загальний «реплікатор» як фундаментальну одиницю, що керує еволюційними змінами. Мемі задумувалися як метафора, а не як фактичний культурний аналог гену чи як нова галузь дослідження, а сам Р. Докінз розглядав меми як шаблони інформації, які потенційно можуть відтворюватися у спосіб, аналогічний генам, а не як активних, самовідтворюваних істот (Burman, 2012).

#### *Інтернет-меми*

З огляду на вже згаданий позитивний вплив інтернету на ефективність поширення мемів, закономірно, що у сучасних дослідженнях термін «мем» пов'язаний зі словом «інтернет». Наприклад, Л. Шифман визнає центральною дилемою меметики неоднозначність природи терміна, запропонованого Р. Докінзом, на думку якого мем можна розглядати і як одиницю культурної передачі, і як одиницю наслідування. Така неоднозначність призвела до розбіжних підходів у вивченні мемів (Shiffman, 2013, с. 37). Натомість Л. Шифман пропонує термін «інтернет-мем» — набір пов'язаного цифрового контенту, який поширюється в інтернеті через імітацію та трансформацію багатьма користувачами інтернету (с. 41). Таким чином постає не одна вірусна сутність, а група взаємопов'язаних елементів, які разом утворюють мем.

Л. Шифман зазначає, що інтернет-меми виявляють інтертекстуальність, вони змішують елементи інших мемів у складний і творчий спосіб (с. 2). Нові версії імітують, цитують або трансформують аспекти попередніх версій. Цей процес часткової імітації та варіації допомагає мему розвиватися та поширюватися.

Дослідник закликає розрізняти інтернет-меми та явище вірусного або ж вірального<sup>2</sup>, називаючи їх близькими сусідами в науковому дискурсі. Водночас пряма диференціація, на його думку, не в змозі охопити складний зв'язок між мемами та вірусами. Автор пропонує замість бінарної дихотомії розглядати «вірусне» та меми як два кінці динамічного спектру. Аргументом цьому Л. Шифман наводить той факт, що багато «мемних» відео починалися як вірусні. Отже, на його думку, більш точно буде розмежувати три елементи: (1) *вірусне* — окрема культурна одиниця (у вигляді слів, зображень або відео), яка поширюється кількома агентами та може мати або не мати похідних; (2) *заснований на чомусь мем* — інтернет-мем, який спричинений певним (часто вірусним) текстом, відео чи фотографією, за яким йде багато версій, кожна з яких переглядає менше людей; (3) *егалітарний мем* — має багато версій, які розвивалися одночасно без чіткого основоположного тексту. Такі меми характеризуються більш рівномірним розподілом популярності між різними версіями (Shiffman, 2013, с. 58).

Отже, по-перше, «вірусним» є один певний поширюваний елемент, тоді як мем — це завжди група чи колекція пов'язаного контенту, де елементи творчо покликаються та доповнюють один одного за допомогою імітації та реміксування користувачами в інтернеті. По-друге, Л. Шифман стверджує, що необхідно розрізняти способи залучення аудиторії інтернет-мемами та «віральною». Хоча можна стверджувати, що вірусне поширення є більш пасивним способом спілкування, ніж меметична імітація, дослідник вважає, що як віральний, так і меметичний контент передбачають зацікавлену комунікацію, хоча й пов'язане з різними рівнями залучення. У випадку віральної комунікації може включати персоналізовані метакоментарі (наприклад, «Не намагайтеся повторити цього вдома»), тоді як меметичний контент передбачає зміни початкового тексту. Третя відмінність полягає у фокусі дослідження: вивчення вірусного відбувається здебільшого в сферах

---

<sup>2</sup> Англійський прикметник «viral» українською перекладається також як «віральный», обидва варіанти надалі використовуватимуться в одному значенні.

маркетингу та політичної комунікації — зосереджуються на питаннях, які стосуються поширення певних сутностей, досліджують чинники, що підвищують їхню ефективність, і визначають структуру влади, що лежить в основі цього процесу. Поширеним питанням у політично орієнтованих дослідженнях є те, яку роль відіграють блоги та інші соціальні медіа у вірусному процесі, порівнюючи її з роллю, яку відіграють відомі засоби масової інформації. Під час вивчення мемів натомість увагу звертають на аспекти культури, ідентичності, психології тощо (Shiffman, 2013).

У більш точному визначенні явища вірусності важливим є внесок Д. Хемслі та Р. Мейсона, які розглядають його процес розголосу «з вуст в уста»<sup>3</sup>, що характеризується активним пересиланням повідомлення від людини до людини через численні слабо пов'язані персональні мережі та всередині них, що супроводжується періодом геометричного зростання кількості осіб, які піддаються впливу повідомлення. Це визначення охоплює суть того, як інформація розповсюджується в епоху соціальних медіа, взаємопов'язаність яких сприяє швидкому та широкому поширенню контенту. Концепція вірусності додатково підкреслюється визнанням того, що соціальні медіа дають змогу людям стати співавторами цінностей та сенсів. Дослідники стверджують, що можливість одночасно опублікувати повідомлення для всіх своїх друзів дає користувачам потенційну змогу досягти аудиторії «у 10 000 всього за два кроки» (Hemsley & Mason, 2012, с. 3892).

У іншій роботі Д. Хемслі та Р. Мейсон концептуалізували вірусні події<sup>4</sup>, забезпечивши основу для розуміння феномену швидкого поширення контенту. Вони визначили такі ключові характеристики вірусних подій: подібність до інформаційного каскаду, де є повідомлення з вуст в уста; швидкість поширення: на думку авторів, «половина всіх поширень відбувається протягом першої години, а 75% — упродовж першого дня», та

---

<sup>3</sup> Англ. *word-of-mouth*

<sup>4</sup> Англ. *viral event*

широке охоплення завдяки з'єднанню низки слабо пов'язаних особистих соціальних мереж (Hemsley & Mason, 2013, с. 143–144). Учені стверджують, що вірусні події можуть привернути увагу та сформувати суспільний дискурс навколо різних соціальних, політичних чи організаційних питань, які стають предметом ВК (с. 159). Пандемія COVID-19, беззаперечно, стала саме такою вірусною подією.

### *Медіавіруси*

Розвиваючи концепцію мемів, Д. Рашкофф пропонує термін «медіавірус». Так він називає подію, технологію, систему мислення чи інше культурне явище, яке поширюється через медіа у спосіб, аналогічний тому, як поширюються біологічні віруси. На думку автора, «протеїною оболонкою» медіавірусу може бути подія, система мислення, секс-скандал — головним чинником є привернення уваги. Після прикріплення медіавірус впорскує свої приховані програми у формі мемів (Rushkoff, 1994, с. 10), тобто, сам виступає для них своєрідною оболонкою. Вони упаковані в такий спосіб, щоб привернути увагу та впровадити приховані плани у медіа, зрештою впливаючи на те, як люди сприймають реальність і взаємодіють один з одним. У своїй роботі медіазнавець розмірковує про те, як віруси навмисно створюються чи самогенеруються, та у який спосіб вони впливають на культурний ландшафт.

Схожим чином, як Р. Броді, розрізняючи на «природні» та «штучно створені» мему, Д. Рашкофф пропонує розділяти медіавіруси на три типи. Так, на його думку, перший різновид — навмисно створені медіавіруси, наприклад, «рекламні трюки чи акції медіаактивістів». Медіавіруси другого типу виникають спонтанно, але швидко підхоплюються та поширюються зацікавленими групами для просування власного порядку денного. Для позначення цього типу вірусів автор посилається на так званий «bandwagon effect» — ефект приєднання до більшості (в українському науковому дискурсі медіавіруси цього типу називають «тягачами», що, вочевидь, не передає закладеного автором сенсу). Третій тип медіавірусів — самостійно

зароджувані або самогенеровані. До нього автор зараховує скандальні події або наукові відкриття (Rushkoff, 1994, сс. 10–11).

Примітно, що у контексті різних типів медіавірусів Д. Рашкофф згадує епідемію СНІД, яка офіційно була зафіксована у 1981 р., за кілька років до першої публікації його роботи, як важливу подію, яка сформувала суспільний дискурс і спричинила дискусії про охорону здоров'я та соціальну справедливість. Наводячи приклад медіавірусів другого типу, дослідник вказує на те, що спалах хвороби був використаний американськими ультраправими консерваторами для прирівняння гомосексуальності до зла. Схожим чином пізніше конспірологи використовуватимуть пандемію COVID-19 для демонізації технологій, як-от 5G.

Ще один вартий уваги у розрізі дослідження приклад іншого типу зумисно створених медіавірусів, який згадує Д. Рашкофф — «розумні ліки»<sup>5</sup>. Цей медіавірус був створений на початку 1990-х рр. як спосіб підважити тодішні конвенційні погляди на різного роду стимулятори, які впливають на свідомість (Rushkoff, 1994, с. 13). Варто зазначити, що препарати, які мали популяризуватися за допомогою цього медіавірусу, не були незаконними «вуличними» наркотиками. Насамперед йшлося про речовини, які, як вважали «творці» цього медіавірусу, були перспективні для лікування СНІДу, але не схвалені регуляторними органами у США. Тодішні активісти боротьби зі СНІДом вирішили, що було б слушно вказати на покращення розумових здібностей у результаті вживання деяких препаратів. Тоді ці маргіналізовані групи вдалися до медіаактивізму. Використовуючи тогочасні доступні для широкого загалу медіаінструменти, вони створювали та розповсюджували альтернативний медіаконтент, а також створювали навмисні медіавіруси для «зараження» суспільної свідомості (с. 13). Показово, що пізніше, під час пандемії коронавірусу, активісти-коронаскептики вдавалися до схожого інструментарію медіаактивізму, переслідуючи проте кардинально інші цілі, ніж пошуки шляхів боротьби з хворобою. Іншим доступним медіаактивістам

---

<sup>5</sup> Англ. “smart drugs”, або ж «ноотропи»

«дешевим» та неочікувано дієвим інструментом для поширення власних ідей є альтернативні медіа — через те, що до них ставляться недостатньо серйозно, вони можуть бути наповнені загрозливими мемами (с. 180).

Одним із найбільш комплексних досліджень медіавірусів в українських онлайн-медіа є робота Г. Семенюка (2013). У своїй роботі він систематизував погляди вчених на цей феномен, на підходи до дослідження меметики, розглянув особливості структури медіавірусів та здійснив спробу подальшого виокремлення їхніх видових особливостей. Згадуючи працю Д. Рашкоффа, Г. Семенюк вказує на те, що його класифікація (за ініціюванням, за способом поширення, за метою) медіавірусів не є вичерпною, оскільки не враховує їхні важливі ознаки (с. 93). На противагу автор пропонує свій погляд на розрізнення медіавірусів: за місцем їхнього поширення та дії (локальні та універсальні), за їхнім ядром як структурним елементом (мемові, мемплексові та мемотипові), а також за ідейно-інформаційним контентом (ідейно-інформаційні, ідеологічні та світоглядні медіавіруси) (с. 144). Особливо цінною є ілюстрація кожного із запропонованих типів медіавірусів прикладами саме з українського медійного поля. Водночас Г. Семенюк стверджує, що дослідження проблематики медіавірусів здійснюється фрагментарно, без комплексного аналізу. Так, частина науковців розглядають медіавіруси вузько, у межах певних наукових дисциплін, а інші — занадто узагальнено.

З огляду на тематику дослідження, неможливо не помітити, що Г. Семенюк у своєму дисертаційному дослідженні сам став несвідомою жертвою «навмисного» (за Д. Рашкоффом) «мемового» (за визначенням самого Г. Семенюка) медіавірусу нібито фейковості «свинячого грипу», епідемія якого вирувала за 10 років до COVID-19. Водночас автор в якості аргументації цитує німецького доктора В. Водарга (Семенюк, 2013, сс. 97–99), який тоді називав епідемію фальсифікацією. Власне кооптованим медіавірусом Г. Семенюк назвав саму епідемію, яку політики використали для нагнітання штучної паніки та залякування. Згадані маніпулятивні заяви

В. Водарга майже одразу розвінчало українське бюро журналістських розслідувань «Свідомо» (Землянська & Соболев, 2010). Сам німецький лікар пізніше за допомогою схожих аргументів заперечував вже COVID-19, а його COVID-дисидентські заяви спростувала українська фактчекінгова організація Stopfake (Stopfake, 2020).

Показово, що вже справжній медіавірус «фейковості» пандемії став настільки успішним, що, за згадкою Г. Семенюка, він вплинув на імідж тодішньої прем'єр-міністерки України Ю. Тимошенко. Тоді утворився її образ «витрачальниці коштів із бюджету» через спрямування ресурсів на боротьбу з епідемією, як наслідок спровокованої ВООЗ нібито невиправданої паніки (Семенюк, 2013, с. 99). Забігаючи наперед, зазначимо, що саме такого роду медіавірус вигаданості хвороби сприяв поширенню коронаскептичних поглядів під час пандемії COVID-19. Зрештою, факт несвідомого поширення медіавірусу абсолютно не знецінює здобутку автора дослідження, який у своїх роботах вивчає передумови трансформації сучасного, зокрема українського медіаландшафту та виникнення нового глобального інформаційного середовища, яке сприяє появі та активному функціонуванню медіавірусів.

Велику увагу науковці приділяють використанню медіавірусів у медіа, зокрема соціальних. Наприклад, Є. Цимбаленко досліджує у своїй роботі рекламну технологію вірусного маркетингу, називаючи його комунікацією, поширеною за рахунок учасників комунікації. Автор розглядає медіавірус як потужний інструмент впливу, оскільки він може бути цікавим та відкритим для інтерпретації, що стимулює дискусії та бажання поширювати його. Цимбаленко наголошує: саме неоднозначність у змісті медіавірусу практично гарантує його поширення. Автор дає ґрунтовний аналіз феномену ВК, акцентуючи увагу на його перевагах для маркетингових цілей, та доходить висновку, що уміло побудований медіавірус є дешевим та ефективним інструментом для просування брендів. У роботі позитивно оцінюється досвід вірусного маркетингу компаній Apple та Microsoft. Не обмежуючи свою увагу

на комерційному застосуванні медіавірусів, Є. Цимбаленко в якості вдалих прикладів називає тодішні українські резонансні соціально-політичні явища, інформація про які поширювалася у соціальних медіа (Цимбаленко, 2012, сс. 144–145).

В. Бабенко у своєму дослідженні також розглядає ВК в якості маркетингового інструменту. Важливо, що авторка пропонує свої визначення понять «вірусний контент» та «вірусне відео», яке знадобиться нам у подальшому дослідженні. Так, В. Бабенко порівнює поширення ВК з інформаційною епідемією, яка передається від одного користувача до іншого, свідомо використовуючи біологічну метафору (до якої вдавалися і вчені-послідовники меметики). Вірусним відео дослідниця вважає «візуальний контент, який поширюють онлайн-користувачі засобами соціальних мереж та інших спеціалізованих ресурсів» (Бабенко, 2016, с. 104). Серед ключових чинників вірусності контенту авторка називає оригінальність, цікавість та бажання користувачів поділитися контентом зі своїми контактами.

У своєму дослідженні чинників вірусності відео Х. Карпаситіс вірусними відео називає ті, кількість переглядів яких експонентно зростає завдяки швидкому обміну та просуванню користувачами в інтернеті на таких платформах, як YouTube, Facebook, Twitter тощо. Дослідник фокусується здебільшого на потенціалі використання таких відео брендами та зазначає, що вивчення коментарів користувачів може дати краще розуміння, аніж дослідження кількісних показників залучення. Автор вважає, що захопливий сюжет, залучення відомих людей, відповідна музика, релевантність бренду, співтворчість глядачів та емоційне залучення є одними з основних чинників, що сприяють цьому. Він зазначає, що захопливий, актуальний контент є основним рушієм залучення користувачів і до поширення відео на основі як результатів нетнографії (один з видів якісного дослідження соціальних мереж), так і опитувань (Karpasitis, 2017).

Зауважимо втім, що Г. Семенюк у своєму дослідженні наводить аргументи, що погляд на медіавіруси як на рекламний інструмент є не виправданим, згадуючи при цьому Д. Рашкоффа, який сам акцентував на різючій різниці між медіавірусом і «піар-трюком». Річ у тому, що медіавірусам властиві ускладнення проблематики, демонстрація її неоднозначності, стимулювання рефлексій, а не продукування готових відповідей, що є неприйнятним для інструментарію реклами (Семенюк, 2013, с. 43).

На додаток вчених цікавило використання медіавірусів не тільки як рекламного інструменту, наприклад, В. Курбан взагалі розглядає їхній потенціал як інформаційної зброї. У дослідженні автор наводить приклад кількох медіавірусів, застосовуваних російською пропагандою у 2014–2015 рр. Автор доходить висновку, що їхній формат є надзвичайно ефективним для застосування у рамках інформаційних війн, особливо у поєднанні з залученням медіаактивістів (окремих блогерів чи груп «Антимайдан», «Кибер Беркут» та ін.), яких дослідник називає виконувачами функції кібердиверсантів (Курбан, 2016, с. 268). Саме аспект гуртування медіаактивістів задля створення деструктивних медіавірусів цікавить нас найбільше, адже об'єднання груп діячів навколо певних ідей надають їм більшої ваги та залучають ширшу аудиторію.

### *Вірусний контент*

Спираючись на дослідження, у яких розглядається феномен вірусності, природним є намагання науковців детальніше окреслити поняття «вірусний контент», яке прямо відсилає до біологічних вірусів, підкреслюючи контагіозний<sup>6</sup> характер його поширення. Так, А. Захарченко та Е. Цимбал у своїй роботі досліджували трансформації у процесі поширення соціальними медіа ВК, вважаючи таким «будь-яке повідомлення, що поширюється учасниками горизонтальної соціальної комунікації з лавиноподібною динамікою у межах певної соціальної системи» (А. Zakharchenko & Tsymbal,

---

<sup>6</sup> Або ж «заразливий».

2015, с. 61). На думку авторів, меми як одиниці активно поширюваної інформації є надзвичайно лабільними і здатні змінюватися як у формі передачі, так і у власному змісті. У дослідженні класифікуються документи, за допомогою яких поширюється ВК: текстові, графічно-зображальні та звукові. Науковці вважають окремою категорією медіавірусів вірусні відео, які завантажуються здебільшого на відеохостинг YouTube та за невеликий проміжок часу набирають порівняно велику кількість переглядів (с. 64). До того ж дослідники виокремили основні майданчики для виникнення мемів, назвавши серед них персональні сайти, файлообмінні ресурси та хостинги, соціальні медіа. Автори детально проаналізували можливі шляхи поширення ВК в інтернеті та назвали ключові етапи цього процесу, визначивши типовий сценарій життєдіяльності мему. Той передбачає зародження на певному ресурсі та поширення поміж його користувачів, подальший перехід на інший ресурс та розповсюдження там, і, врешті, зниження зацікавленості аудиторії нового ресурсу мемом. Зауважимо, що фази переходу та зниження уваги (як і подальше її зростання), на думку науковців, можуть повторюватися безліч разів, залежно від кількості ресурсів, явищ суспільної дійсності, динаміки поширення медіа тощо. Зрештою, той факт, що сьогодні ВК частіше поширюється не копіюванням файлів, а передачею покликань на нього у соціальних мережах (с. 66) та месенджерах ускладнює спроби визначити ступінь вірусності кількісно.

Шляхи поширення мемів цікавили також О. Чернікову. Дослідниця розділяє їх на такі, що були до епохи інтернету та ті, що з'явилися після. Цей підхід пояснюється тим, що після появи інтернету ці шляхи значно урізноманітнилися завдяки новим каналам: форумам, спеціалізованим вебсайтам і розсилкам. Авторка у своєму дослідженні наголошує, що численні історичні меми залишаються активно використовуваними та актуальними, тоді як меми, що походять у цифрову епоху, мають ефемерний характер, хоча водночас спостерігається зростання кількості їхніх якісних різновидів. Крім того О. Чернікова пропонує термін «генератор мема»,

називаючи таким «відомий витвір мистецтва... або широко відому ситуацію чи персоналію, завдяки яким народжується та починає розповсюджуватися новий мем» (Чернікова, 2016, с. 253). Такою подією може стати як сама глобальна епідемія, під впливом якої відбуватиметься генерація мемів, так нові комуніканти, що поширюватимуть контент та генеруватимуть меми, які поєднуюватимуться у мемплекси. Важливо простежити закономірності, притаманні цьому процесу.

Згідно з К. Дашаратха та К. Хе, ВК — це контент, який набуває високої популярності та поширеності на певній платформі. ВК у соціальних медіа став важливим джерелом інформації для багатьох людей, а на саму вірусність контенту впливають як дії користувача, так і алгоритми платформи. Вивчаючи можливість навчання у соціальних медіа, дослідники розробили рівноважну модель взаємодії користувачів з новинними історіями. Вони визначили критичний рівень вірусності алгоритму формування стрічки новин, вище якого можуть виникати «оманливі» стійкі стани, де більшість поширюваного контенту не відповідає дійсності, навіть якщо загалом на платформі правдивих історій більше. Поява таких оманливих станів є різкою та дискретною — ймовірність їх виникнення стрибкоподібно зростає під час перетину критичного рівня вірусності. Це демонструє, як дизайн алгоритмів соціальних медіаплатформ (якій сприяє вірусності контенту) може призводити до самопідтримуваного поширення неправдивого контенту, навіть серед раціональних користувачів (Dasaratha & He, 2023, с. 36).

Причини, завдяки яким контент стає вірусним, цікавили і Дж. Бергера та К. Мілкман. Визначаючи ВК таким, який люди схильні поширювати найбільше (Berger & Milkman, 2012, с. 192), вчені доводять, що важливим чинником є не лише валентність емоції (позитивна чи негативна), а й рівень активації, який викликає контент. Так, високоактиваційні емоції (наприклад, захоплення, гнів або тривога) сприяють вищій віральності (с. 203). Ще один такий чинник — практична користь, оскільки люди схильні ділитися корисним контентом, щоб допомогти іншим або підвищити свою репутацію

(с. 199). Важливо зазначити, що ці та інші чинники, згадані у дослідженні, можуть взаємодіяти між собою, і їхній вплив на вірусність контенту може бути різним залежно від контексту.

У своєму дисертаційному дослідженні А. Захарченко (2024) так само застерігає, що віральність залежить від низки чинників: «типу поширюваного контенту, зокрема його візуального оформлення, соціально-психологічних характеристик користувачів, у чиєму середовищі відбувається поширення, а також до будови соціальної мережі» (с. 294). Автор аргументує нетотожність віральності великій кількості поширень через те, що така кількість може бути отримана завдяки одному популярному дописувачу без подальшого розгортання ланцюжка поширення. Водночас Д. Хемслі та Р. Мейсон навпаки вказують на масштабованість віральності через факт, що відео, яке дивилися «тільки» десять тисяч разів, може швидко досягти спільноти людей, яких об'єднає зацікавленість цим контентом (Hemsley & Mason, 2013, с. 143).

### *Вірусна сучасність*

У своїй колективній роботі М. Пітерс, П. Яндріч та П. Макларен запропонували концепцію «вірусної сучасності», яка передбачає розуміння сучасного суспільства та культури через призму вірусів. Автори розглядають віруси та інформацію як схожі взаємопов'язані системи, що характеризуються здатністю до реплікації, мутації та еволюції, функціонуючи через складні мережеві взаємодії у біологічному, соціальному та цифровому просторах. Учені відзначають, що віруси відігравали важливу роль у біологічній еволюції (Peters та ін., 2020, сс. 3–4). Згадана у роботі вірусно-цифрова філософія є концептуальним підходом, що базується на розумінні природи вірусів, їхньої критичної ролі в еволюції та культурі. Описана філософія використовується у роботі для наведення паралелей між вірусними формами у біології та інформації, дозволяючи розрізняти «екологію хороших ідей» (наприклад, відкриту науку) та «екологію поганих ідей», прикладом якої є вірусне поширення фейків, які підривають довіру до науки (с. 16), та яка лежить в основі явища постправди.

## 1.2. Вірусне поширення інформації в епоху постправди

Пандемія COVID-19 за короткий час перетворилася на чинник посиленої генерації мемів. Аналізуючи культурні одиниці, створені у різні часові проміжки епідемії, О. Чернікова простежила еволюцію відображених у них концептів. Авторка називає меми барометром суспільних настроїв, які докладно відображають зміни у суспільстві під час пандемії, що, на її думку, є «супергенератором мемів». Науковиця розрізняє п'ять ступенів продуктивності таких генераторів від наднизького до надвисокого. Вона до того ж пропонує погляд на еволюцію ключових понять, залучених у пандемічних мемах, простежуючи загальну зміну ставлення у них від іронічного (на початку пандемії), безвиході (навесні 2020), звання до «нової нормальності» (упродовж 2020 р.) до надії на краще (початок 2021 р.). Саме до останнього етапу належить поява мемних новотворів та тему вакцинації, антивакцинації та вакцинних паспортів (Chernikova, 2021, с. 292).

До вивчення перебігу падемії через діахронічне дослідження «коронавірусних» мемів вдалися і С. Тарасова та В. Шостах. Їхня робота присвячена дослідженню мемів в англomовному інтернет-просторі. Авторки проаналізували еволюцію цього соціокультурного феномену від початку пандемії, визначили їхню теоретичну базу, джерела виникнення та основні теми. Дослідниці виділили ключові ідейно-тематичні домінанти мемів пандемічної епохи: страх, соціальна дистанція, маскові режими, вакцинація, а також функції мемів — розважальну, іронічну, політичну, соціальну (Tarasova & Shostak, 2023, с. 122). І хоча описане дослідження спрямоване здебільшого на меми-зображення (переважно демотиватори), його висновок, що меми відіграють важливу роль у комунікації, поширенні інформації про пандемію та формуванні ставлення до неї суспільства, є цілком виправданим.

Водночас це ставлення формується далеко не тільки завдяки почасти безневинним демотиваторам. Поширення медіавірусів зокрема розглядається як одна з сугестивних технологій. Сугестія представляє різновид

міжособистісного чи групового спілкування, що характеризується трансляцією інформаційних сигналів з обмеженим усвідомленням їхнього змісту реципієнтом як вербально, так і невербально. На відміну від раціонального переконання, сугестивний вплив характеризується зниженою критичністю сприйняття та зниженою потребою у перевірці отримуваної інформації (Петрик та ін., 2011, с. 167). Найбільш ефективними вони постають в інтернеті, особливо коли «люди активно шукають інформацію про проблему, що стосується їх», а «сугестивний вплив на мережеві співтовариства може спонукати їхніх представників до певних дій у реальному світі» (с. 168). Медіавірусне «зараження» при цьому супроводжується поширенням в інформаційних потоках ірраціоналізму (с. 181), а ефективність медіавірусів досягається за рахунок завуальованості та низького рівня емоційної та психологічної підготовки аудиторії (с. 192).

Можливість глобального інтерактивного поширення медіавірусів стає відчутною зокрема під час пандемій. Сучасні цифрові технології сприяли появі великої кількості наукових досліджень, присвячених COVID-19, що стимулювало винятковий рівень обміну інформацією про новий вірус. Проте комунікативні інновації спричинили і загострення процесів так званої «інфодемії», шкода від якої, за передбаченнями авторів концепції вірусної сучасності, згаданої у попередньому підрозділі, стала ще більшою, ніж наслідки глобальної кризи охорони здоров'я (Peters та ін., 2020, с. 3).

Сам термін «інфодемія» вперше використав у 2003 р. американський політолог Д. Роткопф під час тодішнього спалаху тяжкого гострого респіраторного синдрому (як і у випадку пандемії COVID-19, її спричинив невідомий до того у людській циркуляції коронавірус SARS-CoV). Автор попереджав про явище раптового та неконтрольованого поширення чуток, страхів і неперевіраних повідомлень через новітні медіа щодо таких питань, як хвороби та загрози безпеці. Він розглядав інфодемію як новий тип вірусного культурного феномену з власною епідеміологією та симптомами. Згодом Генеральний директор ВООЗ Т. Гебреєсус запозичив цей термін у

лютому 2020 р. на Мюнхенській конференції з безпеки, щоб попередити про наближення «інфодемії», пов'язаної з дезінформацією про COVID-19, яка поширювалася швидше, ніж сам вірус. У своїй роботі, присвяченій цьому феномену, Г. Косентіно розмірковує, що вірусність стала справжнім мірилом успіху та популярності у сучасній культурі, що розвивається та формується мережевими комунікативними технологіями, особливо платформами соціальних медіа. Той факт, що вірусність сприймається як міра правдивості в епоху соціальних медіа та їхнього алгоритмічного курування та поширення контенту (Cosentino, 2023, с. 18), автор вважає надзвичайно небезпечним, особливо коли вірусною стає неправдива інформація щодо проблем громадського здоров'я, в яку люди починають вірити. Говорячи про відмінність двох інфодемій, Г. Косентіно зазначає, що масштаби поширення інформації про COVID-19 були набагато помітнішими завдяки більшій у порівнянні з 2003 роком популярності соціальних медіа (с. 7). Парадоксально, що реакція самої ВООЗ на спалах коронавірусу була несвоєчасною, визнання ситуації надзвичайною була пізньою, а представники організації повторювали недостовірні заяви китайських офіційних осіб про відсутність ризику передачі вірусу від людини до людини та про контрольованість ситуації. Отже, інформаційна політика ВООЗ сприяла загостренню проблеми та активнішому поширенню дезінформації та чуток щодо хвороби (сс. 25–27).

З огляду на природу феномену, є припущення, що «мізінфодемія» — більш точний термін, ніж «інфодемія», адже здебільшого контент, який поширювався особливо через соціальні медіа, є або місінформацією, або дезінформацією, у той час як термін «інфодемія» стосується швидкого та широкого поширення інформації як такої, не відображаючи факт недостовірності (Apetrei та ін., 2022, с. 5).

У сучасному науковому дискурсі явище інфодемії тісно взаємопов'язане з феноменом постправди, який передбачає ситуацію, коли на формування громадської думки об'єктивні факти мають менший вплив, ніж емоції та особисті переконання. Епоха постправди дійсно створює

сприятливе середовище для поширення інфодемії, адже межі між правдою та брехнею розмиваються. Девальвує і довіра до традиційно авторитетних інститутів — медіа, науковців та офіційних джерел інформації (Giordani та ін., 2021, сс. 2865–2866), що у підсумку створює умови для поширення різного роду недостовірної інформації.

Цей виклик постає характерним для кожного періоду розвитку соціальних комунікацій. Античні автори активно використовували риторичні та наративні прийоми в процесі поширення дезінформації, а тодішні дослідники розмірковували про взаємозв'язок між комунікацією та реальністю. Так, Фуکیدід у своїй праці про Пелопоннеську війну розмірковував над складністю встановлення істини, оскільки «кожен оповідач давав різні версії одних і тих самих подій» (De Brasi та ін., 2025, сс. 8–9). І, хоча у ті часи інформація передавалася повільніше та менш ефективно, у давньогрецьких історіографічних джерелах зафіксовано чимало випадків навмисного поширення неправдивої інформації (с. 17). Отож, вже в античний період фейкові новини використовувались для політичної боротьби та дискредитації опонентів. До того ж дезінформація активно застосовувалася у судових промовах: античні оратори стратегічно використовували неправдиві звинувачення для отримання аргументативної переваги, особливо коли бракувало реальних доказів (сс. 19–20), що робить поширення фейків позачасовим політичним інструментом.

Той факт, що проблема постправди постала ще у часи античності підтверджує і професор М. Бутиріна, яка зазначає, що в той період зазначений феномен перебував суто в пізнавальній площині, а у соціокультурний і політичний вимір він перемістився у сучасності. Її твердження про те, що «на перший план висувається критерій соціального схвалення, часто дешевої сурогатної підтримки певного меседжу» (Бутиріна, 2022, с. 5), резонує з поглядом на сприйняття вірусності як міри правдивості. На думку М. Бутиріної, у контексті постправди медіа перетворилися на інститут, який підтримує режим постправди та більше не гарантує достовірність інформації.

Аналізуючи погляди на концептуалізацію постправди у різних дослідницьких ракурсах, М. Бутиріна акцентує на комплексних передумовах домінування постправди, які охоплюють технологічні, політичні, епістемологічні, соціокультурні та медійні аспекти. Зокрема, вона наголошує на впливі цифрових технологій та соціальних медіа, трансформації комунікативних практик, релятивізації істини внаслідок постмодерністської філософії, появи інформаційних бульбашок та «племеневого мислення», втраті медіа функції легітимізації істини (сс. 5–6). Показово, що однією з таких передумов постає інформаційне перевантаження сучасності, яке унеможливорює критичне сприйняття повідомлень та ще більше зближує поняття постправди та інфодемії.

Технологічні трансформації на шляху до Web 3.0 стали ще одним з чинників сьогоденного домінування постправди: якщо Web 1.0 був інформаційним простором, то Web 2.0 запровадив юзероцентристський підхід, який дав користувачам змогу активно продукувати та коригувати контент, а Web 3.0 остаточно легітимізував інформаційний релятивізм через зосередження користувачів мережі в своєрідних соціальних бульбашках (Бутиріна, 2022, сс. 9–10).

Розглядаючи новітні засоби маніпуляції та дезінформації, Л. Доскіч зараховує ВК (разом із пропагандою та плітками) до різновиду фейків, які є своєрідними наступниками чуток (Доскіч, 2022, с. 74). І, хоча фейки так чи інакше були завжди, саме соціальні медіа стали найбільш сприятливим середовищем для розповсюдження неправдивої інформації завдяки швидкому поширенню та трансформації інформації. Найбільшим ризиком такого становища постає втрата довіри до демократії та інтернет-технологій через маніпуляції громадською думкою (с. 77).

Водночас суть явища постправди не варто звужувати виключно до процесу створення і тиражування фейків. Так, наприклад, Т. Трачук пропонує розглядати цей феномен як «пропагандистську технологію конструювання за допомогою медіа штучного порядку денного або ж як маніпулятивний

інструмент формування суспільної думки і свідомості» (Трачук, 2021, с. 48). Авторка розвиває цю думку в іншій роботі, розглядаючи маніпулювання як прихований цілеспрямований вплив на людей через програмування їхніх установок і настроїв з метою коригування громадської думки (Трачук, 2022, с. 278). Водночас можна виокремити три основні медіатехнології маніпулятивного впливу: встановлення порядку денного, використання дезінформації та поширення стереотипів та міфів (сс. 279–283).

Одним зі спільних чинників, що сприяє і поширенню інфодемії, і становленню сучасності як «епохи постправди», є ситуація невизначеності. Масові медіа, на думку А. Чантурії, транслюють «альтернативні факти», які задовольняють гедоністичні потреби аудиторії та приносять їй «більше задоволення, ніж занепокоєння й невдоволеності собою» (Чантурія, 2018, с. 8). Щоправда, дослідниця робить певною мірою несподіваний висновок, що маніпуляція масовою свідомістю через створення у медіа гіперреальності відбувається на користь та в інтересах «правлячих кіл та великого капіталу» (с. 10). Парадоксально, але Н. Сидоренко з колегами у дослідженні, присвяченому трендам соціальних комунікацій в умовах пандемії COVID-19, навпаки назвали спричинену епідемією невизначеність такою, що сприяє ізоляціонізму та сепаратизму та є загрозою для глобалізації (Sydorenko та ін., 2022, с. 447), а медіа, своєю чергою, стали джерелом страху та дезінформації завдяки швидкому поширенню сенсаційних, але неперевіраних новин (с. 453). Пандемія COVID-19 дійсно стала потужним каталізатором ізоляціонізму, а популяризація конспірологічних настроїв призвела до підважування авторитету міжнародних інституцій. Натомість теза про збагачення згаданого «великого капіталу» на епідемії дістала значного поширення в альтернативному медійному дискурсі.

Подібне становище спостерігалось і під час інших інфодемій, звичайно, з урахуванням розвитку технологій. За століття до пандемії COVID-19, під час найбільшої за смертністю пандемії грипу «іспанки» 1918–1920 рр., можливості для поширення інформації були обмеженішими, ніж сьогодні. До

того ж тодішні локдауни завадили розповсюдженню найпопулярнішого каналу поширення інформації — газет. Утім, як не дивно, основним джерелом дезінформації стали саме офіційні джерела. Поширення інформації і без того було обмеженим через війну, а деякі європейські країни, особливо ті, хто брав участь у Першій світовій війні, намагалися приховати інформацію про поширення грипу, щоб захистити моральний дух солдатів, як на передовій, так і у своїх країнах. Ймовірно, це і сприяло виникненню терміну «іспанський грип», оскільки Іспанія не застосовувала такого ж рівня цензури і була однією з перших, хто публічно повідомив про спалах захворювання, яке походило, скоріш за все, зі США (Kyere & Kankam, 2021, с. 260). У деяких країнах на державному рівні заперечувалася небезпека хвороби. Отож головними джерелами поширення дезінформації були газети, лікарі, фармацевти, урядовці та представники служб охорони здоров'я, які пропагували неперевірені ліки та методи лікування через газетні оголошення. Це сприяло поширенню хвороби, зволікаючи з дійсно необхідними запобіжними заходами. Тогочасні дезінформатори досягли успіху, оскільки аудиторія не мала можливостей для перевірки правдивості медіа (Figueiredo та ін., 2022, с. 5). До слова, у роботі на позначення провідних поширювачів дезінформації запропонований термін «дезінформаціоінфлюенсери», який вдало підкреслює водночас і вплив цих комунікантів на формування думки.

Пів століття потому, майже з самого початку епідемії СНІДу (що досі триває) у 1980-х рр., неправдива інформація поширювалася так само активно. Захворювання стало зручним приводом для цілої дезінформаційної кампанії зі значними наслідками. Наприклад, радянські фахівці з дезінформації оперативно скористалися можливістю, яку надала нова епідемія загадкової хвороби. СРСР використовував різноманітні пропагандистські методи для поширення хибних тверджень, нібито вірус був створений у лабораторіях США. Залучивши різноманітні медіа в багатьох країнах, дезінформаційна кампанія підірвала довіру до американських вчених і науковців, ускладнивши міжнародне співробітництво у боротьбі з епідемією СНІДу. Вона була вдало

інтегрована з іншими дезінформаційними заходами на кшталт поширення меседжу, що СНІД є етнічною зброєю проти чорношкірих. Навіть після закінчення Холодної війни та розпаду СРСР описана дезінформація й надалі поширювалася і зберігала свою актуальність, частково завдяки ефективному використанню радянськими пропагандистами психологічних механізмів поширення чуток та конспірологічних теорій. У США довелося створити робочу групу з активних заходів (AMWG) — міжвідомчий комітет на чолі з Державним департаментом, який стежив за радянськими дезінформаційними кампаніями та докладав зусиль для їхнього розвінчання. Утім, ефект пропагандистської кампанії був значним: хибні твердження про походження глибоко вкоренилися у багатьох країнах світу (Boghardt, 2009). Продовжуючи традицію попередників, російська пропаганда постійно звертається до теми біологічних лабораторій США, в яких нібито розробляються віруси. Одна з подальших її активізацій у медіаполі відбулась завдяки епідемії COVID-19, а пізніше тема біолабораторій взагалі стала одним з виправдань військового вторгнення рф в Україну (Півторак, 2024).

Пізніше, під час спалаху гарячки Зіка 2015–2016 рр., так само активно поширювалися чутки та теорії змови, пов'язані з нею. Тоді швидко розповсюджувалися теорії змови про те, що вірус Зіка нібито виробляють уряди чи фармацевтичні компанії. Поширеною практикою були покликання на псевдоекспертів, які підважували наукові та медичні авторитети. Конспірологію, як правило, поширювали активніше, аніж точну інформацію з офіційних джерел. Примітно, що на той час понад 40% американців були стурбовані хворобою, а 20% вірили принаймні в одну з теорій змов, які тоді циркулювали. Водночас укорінені конспірологічні переконання збільшували вірогідність відмови від вакцини проти вірусу Зіка (Klofstad, 2019, с. 7).

Інфодемія, спричинена COVID-19, розгорталася у кілька етапів, частково повторюючи траєкторію поширення самої пандемії. Коли вірус з'явився та почав поширюватися, у соціальних медіа циркулював значний обсяг інформації, частина якої була неточною або спекулятивною. Цей ранній

етап характеризувався великою кількістю чуток, через засилля яких було важко знайти достовірну інформацію. До того ж невдовзі почали поширюватися різноманітні шарлатанства щодо засобів від хвороби, деякі з яких виявилися шкідливими або навіть смертельними. І навіть дещо згодом, у час, коли вакцини були ще далекою перспективою, плани щодо майбутніх програм вакцинації з самого початку зустріли скептицизмом, а в окремих випадках і неприхованою ворожістю у різних країнах через чутки про те, що щеплення нібито спричиняють небезпечні побічні ефекти, а їхній склад є підозрілим, і навіть що вони будуть використовуватися для введення людям мікрочипів (Cosentino, 2023, с. 11).

Ще одним з традиційних та небезпечних проявів інфодемії на її ранній стадії є расизм та стигматизація різних категорій людей, наприклад, лікарів, людей азійського походження або туристів, які повернулися з-за кордону (Islam та ін., 2020, сс. 1622–1623). У редакційній статті журналу «Journal of Travel Medicine», опублікованій на початку березня 2020 (до оголошення про глобальну пандемію), йдеться про паніку, яка поширюється у соціальних медіа «швидше за спалах COVID-19», спричиняючи сплески «вірусного расизму» в бік людей китайської зовнішності, які стали першими його жертвами (Deroux, 2020, с. 2). Цей «симптом» інфодемії відомий давно: наприклад, він проявився під час спалаху поліомієліту в Америці 1916 р., коли газети стигматизували імігрантів з Італії, безпідставно звинувачуючи їх у поширенні хвороби. Згодом виявилось, що насправді погані умови життя, які передбачали скупченість проживання, сприяли розвитку імунітету у дітей мігрантів, а от багаті райони постраждали від хвороби найбільше (Oshinsky, 2005, сс. 20–22).

В Україні, у перші дні епідемії, стигматизації згаданих соціальних груп та мігрантів у цілому сприяло поширення неперевіраних чуток у центральних медіа. Тоді в прайм-тайм телеканал «1+1» продемонстрував відео блогера А. Гури, який стверджував, що він щойно повернувся з Італії у літаку, повному хворих на коронавірус. Стресогенний ефект підживлював ефір, в якому

блогер з салону літака стверджував про «стовідсотково хворих кількох пасажирів-єгиптян», на його сторінці Facebook тоді подивилося понад 3,5 мільйони користувачів, хоча пізніше виявилось, що заражених на борту виявлено не було (Малинка, 2020). Ще одним прикладом згодом стали протести у Нових Санжарах, коли невдала урядова комунікаційна кампанія з одного боку, та здатність самоорганізації місцевих мешканців за допомогою соціальних мереж з іншого, призвели до сутичок та кидання каміння в автобуси з українцями, яких евакуювали з Уханю наприкінці лютого 2020 (Омельченко, 2021, с. 118).

На додачу до стигматизації, слабка організація інформування та нечіткі інструкції, надавані органами охорони здоров'я, призвели до плутанини щодо цілей карантину та стали додатковими чинниками стресу під час пандемії (Мещеряков, 2020, с. 45).

Пізнішими проявами інфодемії, пов'язаної з COVID-19, стали чутки та теорії змов. Палітра їхньої тематичної спрямованості включала походження вірусу, перебіг самої хвороби, її лікування (а також діагностування), втручання органів охорони здоров'я для запобігання передачі хвороби. Через коронакризу збільшилася невизначеність і страх серед населення, що підживлює поширення теорій змови та недостовірної інформації. У медіапросторі України це створило сприятливі умови для російських дезінформаційних атак, які є ефективними проти традиційно слабких українських інституцій на тлі більшої (як порівняти з іншими країнами) вразливості українського медійного простору до інформаційних атак. Головним чинником цього Є. Магда вважає особливу зацікавленість країни-агресора у розхитуванні ситуації в Україні та сприятливості вітчизняної аудиторії до російськомовного контенту, за допомогою якого і поширюються деструктивні меседжі, насамперед пов'язані з COVID-19. Автор наводить кілька показових прикладів поширення дезінформації очевидно російського походження, спрямованих на підрив довіри до органів влади та стратегічних партнерів України (Магда, 2020 с. 177). У своїй роботі

Є. Магда закликав шукати вакцину не тільки від хвороби, але і від інфодемії. Він пропонує принципи, за якими така «інформаційна імунізація» має відбуватися. Серед них автор називає врахування національної специфіки сприйняття інформації в Україні та оперативну реакцію на виклики. Дослідник справедливо наголошує на важливості аналізу типових випадків дезінформації для розроблення ефективних методів протидії їй (Магда, 2020, с. 180).

У однойменному комплексному дослідженні інфодемії О. Солонько розглядає пандемію як комунікаційну кризу. Він аналізує, які підходи використовувалися з точки зору кризової комунікації та державного управління в Україні та світі. За О. Солонько, пандемія є явищем, що характеризується підвищеним ступенем непередбачуваності, що сприяє впровадженню руйнівних інформаційних втручань у всьому світі різними зацікавленими сторонами зі значно зменшеними ресурсами у порівнянні з попередніми часами. Дослідник зауважує, що поняття «вірусний контент» чітко лягає у парадигму біоінформаціоналізму, згаданого наприкінці підрозділу 1.1. цього дослідження, а сама дезінформація має вірусний характер (Солонько, 2023, с. 37).

На урядах країн лежала відповідальність не тільки за імунізацію, але і за організацію кампанії щеплення, яка стикнулася з повноцінним та подекуди організованим рухом проти неї. Автор згадує, що станом на осінь 2021 р., у розпал пандемії коронавірусу, показник вакцинації населення в Україні був найнижчим в Європі. Зокрема, дослідник вважає, що фраза «провалена комунікація з суспільством», поширеному в українському дискурсі, стала інформаційним кліше, використовуваним в інформаційному полі для узагальнення теми та уникнення деталізації реальних проблем. Насправді ж, на його думку, власне комунікації від органів влади в Україні було достатньо, і зводити причини кризи до нестачі офіційної інформації неправильно. Доцільніше, на думку автора, вважати проблемою кризу довіри як до традиційних медіа, так і до осіб, що поширювали офіційну інформацію про

захворювання, карантин чи закликали до імунізації. Утім, на його думку, значною мірою у підриві цієї довіри винуваті самі комунікатори, які не дотримувалися тих самих карантинних заходів, до яких самі закликали населення.

Водночас О. Солонько зазначає, що феномен інфодемії охоплює як пандемію COVID-19, так і військову агресію росії проти України, при чому в обох випадках активним є поширенням дезінформації. Так, до підриву довіри до імунізації активно долучилася російська пропаганда через свої дезінформаційні мережі. Водночас, якщо в Україні громадянське суспільство загалом демонструвало найвищий рівень стійкості до зовнішньої дезінформації, український інтернет-простір виявився одним із найслабших та найбільш сприятливих до неї ланок. У підсумку О. Солонько констатував провал заходів, покликаних убезпечити Україну від інфодемії та її негативних наслідних у майбутньому (Солонько, 2023).

Утім, не завжди джерелом та зацікавленою стороною поширення дезінформації є зовнішні сили — у деяких випадках до неї підключалися і внутрішні. Наприклад, науковці з Канади досліджували вірусне поширення хештегу #FilmYourHospital. Хештег заохочував користувачів відвідувати місцеві лікарні, щоб зробити фотографії та відео порожніх лікарень, аби допомогти «довести», що пандемія COVID-19 — це вигадана містифікація. Автори використали аналіз соціальних медіа, щоб простежити поширення цієї теорії змови у Twitter, виявивши, що на вірусність значно вплинули відомі консервативні політики та ультраправі активісти. Результати дослідження вказують на те, що більшість активних і впливових облікових записів не були автоматизовані, а демонстрували поведінку, схожу на людську, і лише невелика частина демонструвала поведінку, що скидалися на ботів. Водночас більшість активних користувачів опинилася прихильниками президента Д. Трампа. Учені звертають увагу як роль авторитетних користувачів впливає на вірусність повідомлень. Автори доходять висновку, що, хоча дезінформація може бути спростована через перевірку фактів у

надійних джерелах, політично керовані неправдиві твердження є більш стійкими, і з ними важче боротися (Gruzd & Mai, 2020, с. 8). Кілька місяців згодом подібні акції відбувалися і в Україні, де коронаскептики вдавалися до «ревізій» лікарень у пошуках доказів для підважування реальності хвороби (Бзікадзе, 2021).

Отже, поширення ВК деструктивного характеру під час епідемій — одне з проявів інфодемії. Наступні розділи цього дослідження будуть сфокусовані на поглядах науковців щодо вивчення такого контенту та на осмисленні його особливостей на прикладі публікацій в українських соціальних медіа під час пандемії COVID-19.

### **1.3. Методологія дослідження інфодемічного контенту та міждисциплінарні погляди на протидію його поширенню**

У попередньому підрозділі був наведений погляд на медіавіруси як на одну з сугестивних технологій маніпулятивного впливу. Важливо також згадати і про оманливий вплив, який полягає у моделюванні реальності, що у підсумку створює помилкову модель у свідомості медіаспоживача (Захарченко, 2024, с. 4). Він може виявлятися не лише на рівні фактів, а й на рівнях зв'язків між ними, помітності фактів, наративів, що описують розвиток подій. Коли йдеться про фейкові новини та інші прояви інфодемії, найчастіше має місце навмисний оманливий вплив, хоча він може бути ненавмисним (помилки, неврахування когнітивних упереджень тощо).

Згідно з А. Захарченко, оманливий вплив може працювати на різних рівнях моделювання реальності: (1) фактів (сюди входить викривлення самих фактів, наприклад, через поширення фейкових новин), (2) зв'язків між фактами (викривленні зв'язків між подіями або ставлення до фактів, наприклад, через застосування хибного фреймінгу), (3) помітності фактів (маніпуляція порядком денним шляхом ігнорування важливої інформації або надмірного акцентування уваги на певних подіях), та (4) наративів (створення

хибних історій про розвиток подій та їхніх причинно-наслідкових зв'язків на основі спотвореного тлумачення фактів) (Захарченко, 2024, сс. 113–133).

Через багаторівневість оманливого впливу боротьба з інфодемічними проявами вимагає відповідної багатовимірної стратегії, якої неможливо досягти лише односторонніми зусиллями окремо взятих інституцій. У цих зусиллях організації охорони здоров'я, урядові органи, різноманітні соціальні медіаплатформи та широке населення мають спільно брати участь у проактивних заходах, щоб зупинити поширення інфодемії (Joshi, 2022, с. 4238) — на багатьох рівнях водночас.

Серед низки запропонованих дослідниками практик протидії інфодемії можна виділити створення системи перенаправлення користувачів до надійних джерел інформації та залучення сторонніх фактчекерів для боротьби з фейками (Sydorenko та ін., 2022, с. 453). Україна зіткнулася з першими тривалими дезінформаційними кампаніями за кілька років до пандемії COVID-19. Тоді підґрунтям як для таких кампаній, так і для появи на противагу ним фактчекінгових ініціатив стала Революція Гідності та початок війни на сході України 2014 р. (Романюк, 2023, с. 225). Саме розвінчання неправдивих тез російської пропаганди стало одним з основним завдань однієї з перших таких вітчизняних ініціатив — StopFake (В. Шевченко, 2018, с. 144). Пізніше з'явилися проєкти VoxCheck Ukraine, «Без Брехні», «По той бік новин» від Інституту розвитку регіональної преси. Також у різний час професійною перевіркою інформації та викриттям дезінформації займалися Детектор медіа, Інститут Масової інформації, Український кризовий медіацентр, Інтерньюз Україна та інші. І, хоча початково всі ці ініціативи спеціалізувалися на різній тематиці (наприклад, VoxCheck виник як економіко-аналітичний блог, а «Без Брехні» перевіряли заяви українських політиків) (Романюк, 2023, сс. 226–227), під час пандемії COVID-19 майже всім їм довелося боротися з проявами інфодемії.

Удосконаливши свою методологію за роки існування, фактчекери вийшли далеко за рамки спростування неправдивих фактів, працюючи з

різними рівнями моделювання реальності оманливими впливами, аж до глибокого аналізу наративів. Результати роботи цих організацій були використані нами у другому розділі цього дослідження.

Уперше застосування фактчекінгу як методу боротьби з інфодемією було зафіксовано під час спалаху пташиного грипу 2004 р. Тоді поширення численних чуток, яке б мало негативні соціальні, економічні та медичні наслідки, змусило ВООЗ діяти проактивно. Координаційний центр організації тоді запровадив посилене спостереження за контентом, пов'язаним з хворобою, виявляючи, перевіряючи та спростовуючи чутки, якщо вони виявилися неправдивими. Більшість з них була зафіксована у перші кілька тижнів після публічного повідомлення про загрозу здоров'ю, але процес перевірки правдивості тоді займав до 26 днів (Samaan та ін., 2005, с. 463).

Очевидно, для боротьби з поширенням ВК деструктивного характеру діяльності виключно фактчекерів недостатньо. Це пояснюється тим, що неперевірені твердження залучають більший інтерес, ніж пізніші розвінчання цих фактів, яким рідко приділяють таку ж саму увагу. Наприклад, під час спалаху лихоманки Ебола п'ять матеріалів-викриттів однієї неправдивої публікації про те, що ціле американське місто Техас було закрито на карантин, разом зібрали лише третину кількості поширень «оригіналу». К. Сілверман, який досліджував це явище, доходить висновку, що для створення справді вірусних розвінчань необхідно докласти набагато більше зусиль (Silverman, 2015, с. 23). Показово, що у його роботі згадується інша фейкова вірусна публікація того ж видання, в якій йшлося про випадок зараження Еболою нібито пасажирів цілого літака, який прямував у США. За кілька років вже в Україні на початку пандемії COVID-19 ширитиметься схожий медіавірус, який буде детальніше розглянутий у третьому розділі роботи.

Зазначимо, що до боротьби з дезінформацією під час пандемії були залучені державні Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при Міністерстві культури та інформаційної політики України, а також Центр протидії дезінформації при РНБО. Таке залучення державних інституцій

збігається з концепцією боротьби з дезінформацією, яку пропонує у своїй роботі В. Батиргарєєва, розмірковуючи про негативний вплив дезінформації на суспільство та національну безпеку під час пандемії COVID-19. Дослідниця розглядає три потенційні стратегічні напрями боротьби з інфодемією.

Перший напрям — організаційно-інституційний, передбачає активні дії офіційних структур та інституцій різних рівнів щодо спростування дезінформації та захисту від неї у майбутньому. Тут йдеться про зусилля технологічних компаній, зокрема Facebook, Google, YouTube та інших з метою протидії дезінформації щодо коронавірусу (Батиргарєєва, 2020, с. 124). Не відкидається у рамках цього напрямку і можливість блокування роботи тих платформ соціальних медіа, що використовуються для поширення дезінформації. Цей факт сприяє тому, що згадані технологічні компанії інвестують зусилля у боротьбу з цим явищем. Наприклад, Facebook у березні 2020 р., за кілька днів після початку пандемії, заявила про запуск разом із організаціями VoxCheck та StopFake фактчекінгової програми для протидії дезінформації та фейковим новинам в Україні (Інститут масової інформації, 2020).

Другий запропонований В. Батиргарєєвою напрям протидії — правовий. Він передбачає розроблення законодавства для притягнення до відповідальності осіб, які навмисно поширюють дезінформацію, здатну спричинити суспільні заворушення та конфлікти (Батиргарєєва, 2020, с. 126). Така відповідь може бути виправданою щонайменше через тяжкість наслідків популяризації антивакцинного руху, які дослідники порівнюють з біотероризмом (Задорожна та ін., 2011). Утім, приклад COVID-19 продемонстрував, що в деяких країнах, особливо авторитарних, боротьба з дезінформацією під час кризи охорони здоров'я ускладнюється тим, що межа дезінформації навмисно залишається розмитою, щоб обмежувати обговорення суспільно важливих питань в незалежних медіа (Cosentino, 2023, с. 150). Більше того, намагання боротися з проявами інфодемії за допомогою

цензури може призводити до наслідків, зворотних очікуваним: приховуванню реальних масштабів епідемії та кількості смертей, ускладненню міжнародної співпраці та обміну досвідом у боротьбі з хворобою тощо.

Третій, виховний та просвітницький напрям, полягає у розвитку медіаграмотності та покращенні інформаційної гігієни населення. На погляд дослідниці, відповідальними у цьому є згадані технологічні компанії, медіа, спеціалізовані організації, що викривають дезінформацію, педагоги, представники органів влади тощо. У рамках цього напрямку необхідний моніторинг медіапростору та виявлення в ньому дезінформації для зниження деструктивного потенціалу цього явища завдяки вчасному реагуванню (Батиргареева, 2020, с. 128). Цікаво, що особливу роль у процесі авторка відводить блогерам, адже їм люди довіряють більше, ніж традиційним джерелам інформації, а отже, лідери думок нібито здатні зупинити потік дезінформації. Показово, що у роботі, опублікованій за кілька місяців після початку пандемії COVID-19, можливість активного залучення популярних блогерів до поширення цього потоку дезінформації навіть не розглядалася.

Інші науковці теж вказують на актуальні напрямки досліджень, які б сприяли розвитку медіаграмотності широкої інтернет-аудиторії. У своєму дослідженні YouTube-контенту, що містить мізінформацію, присвячену вакцинації від COVID-19, Е. Гумпрехт та С. Кесслер вдалися до змішаної методики дослідження, використовуючи як кількісний, так і якісний підходи до аналізу. Перший етап дослідження включав стандартизований кількісний аналіз змісту. Цей метод використовувався для систематичного оцінювання вмісту відео YouTube, пов'язаних з вакцинацією проти COVID-19. Аналіз мав на меті виявити та класифікувати різні типи мізінформації, присутні в відео.

Після цього дослідники вдалися до методу eye-tracking, тобто відстеження положення очей учасників, які переглядали відео, визнані такими, що містять мізінформацію. Учасникам було показано одне з трьох відео, які представляли різні типи мізінформації, виявлені під час першого етапу. Пристрій відстеження очей записував їхні пошуки в інтернеті, коли

вони намагалися перевірити правдивість відео. Такий підхід дав дослідникам змогу отримати детальні дані про зорову увагу учасників, включно з тим, які елементи вебсторінки чи відео відвідували, в якому порядку та як довго з ними взаємодіяли. Цей етап до того ж включав подальше опитування для оцінювання сприйняття учасниками достовірності відео, їхнього ставлення до вакцинації проти COVID-19 та їхньої потреби в додатковій інформації.

І, хоча вчені дійшли очікуваного висновку, що дезінформація згубно впливає на ставлення учасників та посилює скептицизм та занепокоєння щодо вакцини (особливо серед тих, хто досі не був щеплений), виявилось, що після активного пошуку для перевірки інформації довіра учасників до дезінформуючих відео знизилася (Kessler & Humprecht, 2023, сс. 13–15). Автори вважають, що подібні дослідження закладають базу для розроблення цілеспрямованих інформаційних кампаній, щоб мотивувати користувачів розпізнавати маніпулятивні аргументи, невідповідності та навмисні спроби дезінформації та ретельніше перевіряти інформацію.

Показово, що використання технології eye-tracking дало змогу групі українських дослідників вивчити пов'язану з віком різницю у поведінці погляду учасників під час читання медіаматеріалів, які містять негативні текстові елементи та пов'язні зокрема з пандемією COVID-19 (Porov та ін., 2023, с. 313). Дослідження підкреслює роль медіа у посиленні тривоги та стресу аудиторії, а також виявило, що літні люди демонструють меншу тривалість фіксації (тобто витрачають менше часу, дивлячись на поточну частину тексту, перш ніж перемістити очі на наступну) під час ознайомлення з матеріалами, що спричиняють тривожність з приводу пандемії. Автори припускають, що це може бути пов'язано з тим, що з віком ризику, пов'язані з пандемією, зростають.

Як і В. Батиргарєєва, К. Камарго також вважає доцільним застосування правових заходів для запобігання поширенню небезпечних захворювань (Rochel de Camargo, 2020, с. 4), проте у своїй роботі акцент він робить саме на протидії дезінформації, що послідовно поширюють противники вакцинації

у своїй риторичі. На його думку, нові форми комунікації, зокрема у соціальних медіа, сприяють створенню ехокамер, завдяки яким антивакцинні погляди поширюються ефективніше. Вивчення наративів активістів проти щеплень, рівно як і феномен сприяння соціальних медіа популяризації їхніх поглядів, сприятиме формуванню ефективного провакцинного набору меседжів, спрямованих щонайменше на людей, що вагаються (с. 5).

До того ж, дезінформація — не єдиний прояв інфодемії, який потребує уваги та протидії. Ще одним важливим для дослідження аспектом є теорії змов, поштовх для поширення яких надала пандемія. Схильність до конспірологічних переконань змови може безпосередньо знижувати довіру до вакцин, що так само може призводити до зниження вакцинаційної активності серед населення. Дослідницька група К. Салазар-Фернандес вивчала взаємозв'язок між теоріями змови щодо вакцини COVID-19 та сприйняттям ефективності щеплення і підкреслювала важливість досліджень, що допомагали б створенню чітких, доступних і переконливих повідомлень, які б протистояли конспірологічним переконанням і сприяли довірі до ефективності вакцин (Salazar-Fernández, 2023, с. 11). Парадоксально (і водночас показово), що підтримання теорій змов не означає щире віру у них (Ross та ін., 2024, с. 10). Це може свідчити про те, що конспірологія подекуди свідомо використовується як дезінформаційний прийом.

Це опосередковано підтверджується і в дослідженні Є. Джиджори, який виявив маніпулятивний та пропагандистський складники однієї з популярних коронаскептичних конспірологічних теорій. Використовуючи метод аналізу меседжів, він зосереджує увагу на таких, що формують єдину конспірологічну теорію: нібито небезпека хвороби перебільшена, карантинні обмеження запроваджені для безперешкодного встановлення «вишок 5G», а майбутня вакцина буде небезпечною та міститиме мікрочипи задля контролю людей за допомогою згаданих вишок. До причин широкого розповсюдження теорій змови, зокрема пов'язаних з COVID-19, дослідник зараховує «нівелювання статусу експерта» та «швидку довіру мас до будь-яких

інтерпретацій», брак інформації про походження хвороби та нерозуміння необхідних заходів щодо боротьби з нею (Джиджора, 2021, сс. 42–45). Водночас Є. Джиджора вказує на необхідність подальшого вивчення технологій створення та розповсюдження теорій змови (с. 46), разом із маніпулятивними прийомами, до яких в процесі вдаються.

На думку К. Лі, яка досліджувала конспірологію, пов'язану з COVID-19 як афективний дискурс, важливо виявити, які стратегії використовуються для поширення теорій змови, пов'язаних з захворюванням. Конспірологія покликана спровокувати сильні емоції, а відтак мобілізувати різні поляризовані соціальні групи. Дискурсивні стратегії конспірологів тісно пов'язані з використанням мови ненависті та дискримінаційної лексики. Подальші дослідження ж мають бути зосереджені на вдосконаленні категоризації вказаних стратегій та лінгвістичних засобах, які використовуються під час їхньої реалізації. Сама К. Лі, яка у роботі застосувала метод критичного дискурс-аналізу, вважає цей метод перспективним для вирішення цієї наукової проблеми. І, хоча саме поширення конспірології зупинити неможливо, результати подальших досліджень мають сприяти розробленню інформаційних політик щодо покращення медіаграмотності сучасного медіатизованого суспільства (Lee, 2022, сс. 233–234).

Аналіз дискурсу під час пандемії важливий ще з кількох причин, на які вказує Р. Джоунс. Цей науковий метод допомагає помітити та зрозуміти, як створюється сенс навколо пандемії. Він розкриває глибинні проблеми, демонструючи, що дискусія довкола COVID-19 стосується не лише його походження, а й таких речей, як нерівність, расизм, мілітаризм, культурна ідентичність тощо. Врешті, дискурс-аналіз дає уявлення про взаємопов'язаність дискурсу та реальних дій, а отже, цей метод може сприяти виробленню рішень у «реальному світі» (Jones, 2021, сс. 11–13). У збірці «Вірусний дискурс», в якому йдеться про проведені Р. Джоунсом та його колегами дослідження, фокус зроблений на мові та комунікаціях, пов'язаних

з пандемією — від дебатів щодо носіння масок до метафор, використовуваних в медіа, коли йшлося про хвороба. Таким чином «вірусний» у назві збірки підкреслює дуальну природу цього терміну та охоплює як швидке поширення коронавірусу, так і ідей та наративів, пов'язаних із пандемією, через різні медіаканали.

Зауважимо, що «дискурс-аналіз» це збірний термін, що охоплює різні дослідницькі підходи, зосереджені на аналізі «природних» комунікаційних процесів у різних контекстах, зокрема з лінгвістичної, соціолінгвістичної, етнометодологічної, соціологічної та психологічної перспектив. Цей міждисциплінарний підхід спрямований на вивчення використання мови в усному або письмовому вигляді як фактичного процесу, що відбувається в соціальному контексті. Дискурс-аналіз досліджує, як мова та інші символічні форми використовуються в соціальних практиках, а також як ці практики формують і відображають соціальні структури, значення та ідеології (Keller, 2013, сс. 6–7). Соціальнокомунікаційний фокус дослідження дає змогу нам використати широкий спектр як описових, так і кількісних, емпіричних методів, розроблені в суміжних галузях — соціології, прикладній психології, лінгвістиці, тощо (Різун & Скотникова, 2013, с. 49). Метод дискурс-аналізу став основним для дослідження.

За визначенням, інструментарій дискурс-аналізу націлений на «розгляд дискурсу як своєрідного комунікаційного капіталу, ретранслятора сукупності паролів і смислових кодів, які допомагають створити уявлення про систему сповідуваних соціумом цінностей та інтерпретаційних схем» (Нагорна, 2011, с. 218). Дискурс-аналіз є комплексним методологічним інструментом для дослідження текстової інформації з метою виявлення прихованих смислів, комунікативних намірів та ціннісних орієнтацій. Цей метод дає змогу досліджувати не лише експліцитний зміст повідомлень, але й імпліцитні характеристики комунікації, особистісні риси автора та його світоглядні позиції. Основними операційними поняттями методу є модель, знак, комунікативний контакт, ідеологічна інтенція, метафоричний коефіцієнт

тощо. Метод активно застосовується для аналізу суспільної свідомості та прогностичного моделювання. Цей метод здебільшого має на меті пошук прихованих смислів, дистанції між риторикою і справжніми намірами мовців та подекуди розглядає мову як інструмент маніпулювання свідомістю (Нагорна, 2011, с. 218).

Необхідно підкреслити відмінність описаного методу з методом контент-аналізу, який передбачає «кількісний статистичний аналіз текстів» та «використовується для отримання числового підтвердження наявності чи відсутності впливових одиниць, емоційно-сміслових домінант тощо» (Різун & Скотникова, 2013, с. 52). Цей метод застосовується для визначення інформаційно-емоційно-сміслової спрямованості текстів та вимагає визначення конкретних одиниць аналізу (меседжі, тональність, назви брендів тощо) залежно від мети дослідження.

У рамках дисертаційного дослідження будуть використані інші наукові методи (моніторинг, наукове спостереження, бібліографічний аналіз, класифікаційний аналіз) та підходи (діахронічний, системний). У підрозділах, присвячених опису емпіричних результатів роботи, процедура застосування методології буде описана детальніше.

Підсумовуючи викладене, вирішення комплексної науково-практичної проблеми боротьби з поширенням деструктивного ВК вимагає відповідного комплексного підходу. Ми визначили, якими є найбільш перспективні напрями та методи наукових досліджень цього явища. З результатами застосування цих методів ми ознайомимося у наступних розділах цього дослідження.

## **Висновки до розділу 1**

Концепція «вірусів розуму» є основоположною для меметики, яка вивчає, як ідеї, переконання та культурні елементи поширюються в суспільстві. Дослідники розглядають віруси розуму як метафору для опису процесу, завдяки якому культурні одиниці або ж меми здатні «заражати»

свідомість людей, подібно до того, як біологічні віруси спричиняють інфекції в живих організмах. Віруси розуму поширюються через спілкування та взаємодію між людьми, що підкреслює важливість ролі соціальних медіа у їхній передачі.

Ідея мемплексів розширює ідею вірусів розуму, вказуючи на те, що групи мемів можуть адаптуватися до культурного середовища і взаємодіяти між собою. Це означає, що певні ідеї можуть «об'єднуватися» і створювати більш складні системи переконань, які важче спростувати або змінити. Мемплекси успішно адаптуються до культурного середовища, мають значний вплив на суспільство, формуючи колективні уявлення та поведінку. У такий спосіб ідея вірусів розуму підкреслює потенційно шкідливі або маніпулятивні аспекти певних мемів, які можуть домінувати в мисленні людини. Деякі віруси розуму дуже потужні, деструктивно впливають на важливі рішення людей, які водночас не підозрюють, що в основі їхніх переконань лежить «зараженість» вірусом.

Не зважаючи на дискусійність доцільності генетичних чи навіть біологічних метафор на процеси поширення інформації, концепція вірусності лягла в основу багатьох термінів та понять, пов'язаних з соціальними комунікаціями: «медіавірус», «вірусний контент», «вірусний маркетинг», «вірусний дискурс» та навіть «вірусна сучасність». ВК охоплює інформацію, яка швидко поширюється через соціальні медіа, викликаючи значну цікавість і залучення аудиторії. На вірусність контенту впливає низка чинників: емоційний заряд, практична користь, оригінальність та цікавість, можливість залучення аудиторії засобами платформи, а також тематична спрямованість. Водночас однозначно визначити поняття ВК неможливо, оскільки воно має неоднозначну природу, є масштабованим і може включати різні аспекти від виду контенту до динаміки його поширення.

Віруси розуму відіграють важливу роль у глобальних пандеміях, адже вони здатні впливати на свідомість людей, формуючи їхні переконання, поведінку та реакцію на епідемії. Коронавірусна епідемія стала

«супергенератором» мемів, породжуючи величезну кількість ВК, який відображає суспільні настрої та зміни в поведінці людей. Під час епідемій вірусним чином можуть поширюватися як цілком безневинні меми, так і дезінформація, та чутки, впливаючи на сприйняття загрози, ставлення до вакцинації та соціальних груп, дотримання карантинних заходів та інші аспекти поведінки населення. Термін «інфодемія» вперше використаний у 2003 році для опису неконтрольованого поширення чуток і неперевіраних повідомлень, особливо під час епідемій. Інфодемії супроводжують спалахи хвороб, особливо нових та невивчених, а інколи пандемії стають інструментами глобальних дезінформаційних кампаній з тяжкими соціальними наслідками. Інтернет надає можливість миттєвого обміну інформацією, що дає змогу вірусам розуму швидко досягати великої аудиторії. Явище інфодемії цілком вкладається в концепцію епохи постправди, де об'єктивні факти обезцінюються, зменшують свій вплив на формування громадської думки. За цих умов, що сприяють поширенню чуток, дезінформації, маніпуляцій та неправдивих новин, поширення медіавірусів розглядається як одна з технологій маніпулятивної сугестії. Страх та невизначеність, що супроводжують інфодемії, призводять до стигматизації, формуванню теорій змови та руйнуванню довіри до традиційних інституцій та медіа.

Соціальні медіа створюють нові платформи для обміну ідеями та мемами, що сприяє їхньому швидкому поширенню. В якомусь сенсі значущість розвитку комунікаційних технологій для поширення вірусів розуму можна порівняти зі значущістю розвитку міжнародної транспортної системи для вірусів, що спричиняють інфекції. Досвід COVID-19, як і досвід попередніх пандемій, демонструє, як дезінформація та чутки можуть швидко поширюватися, створюючи паніку та невизначеність серед населення, що підриває довіру до офіційних джерел інформації. Маніпулятивний та оманливий вплив медіа може формувати хибні уявлення про реальність, що потребує комплексного підходу до боротьби з дезінформацією та інфодемією.

Отже, тенденція поширення ВК деструктивного характеру під час пандемій є складним соціокультурним феноменом. Він вимагає комплексного підходу до його вивчення та протидії, з акцентом на важливість перевірки інформації, підвищення обізнаності та активного залучення різних інституцій у боротьбі з дезінформацією.

Підвищення медіаграмотності аудиторії є критично важливим для протидії дезінформації, оскільки обізнаність користувачів допомагає розпізнавати маніпуляції та неправдиву інформацію. Комплекс наукових методів аналізу меседжів, контент-аналізу та дискурс-аналізу допомагають виявити, як формуються уявлення про пандемію та пов'язані з нею явища, а також які стратегії використовуються при поширенні ВК деструктивного характеру. Це може сприяти розробленню політик з протидії розповсюдженню такого контенту та ефективних інформаційних стратегій протидії наслідкам його поширення.

## РОЗДІЛ 2. ДЕСТРУКТИВНІ НАРАТИВИ ВІРУСНОГО КОНТЕНТУ В УКРАЇНСЬКІЙ БЛОГОСФЕРІ: ПОШИРЕННЯ, АУДИТОРІЯ, ТЕНДЕНЦІЇ

### 2.1. Дезінформаційні кампанії як інструмент поширення деструктивного вірусного контенту

Вакцинопрофілактика відіграє ключову роль у зниженні захворюваності інфекційними захворюваннями, однак антивакцинні рухи ставлять під загрозу ефективність цих заходів. Небажані наслідки вакцинування та медійна увага до них викликають соціальне невдоволення, яке сприяє активізації кампаній проти вакцинації. Результати кампанії проти щеплень можуть бути непередбачуваними як для окремих індивідів, так і суспільства загалом: наприклад, у 2008 р. в Україні кампанію додаткової імунізації проти кору та краснухи довелося перервати через «неочікуваний масштаб» реагування антивакцинного руху на летальний випадок, який збігся у часі зі щепленням. Такі рухи експлуатують недостатню обізнаність громадськості щодо важливості вакцинації для захисту здоров'я, особливо вразливих груп, як діти та люди похилого віку (Задорожна та ін., 2011). Директорка Інституту епідеміології та інфекційних хвороб НАМН України В. Задорожна у своїй статті вказує, що системна та професійна протидія антивакцинним кампаніям, яка передбачає зокрема залучення медіа, є критичною для забезпечення суспільного здоров'я.

Схильність до відмови або ж навіть опору вакцинації може помилково розглядатися як єдина система переконань — люди або довіряють, або не довіряють вакцинам. Утім, дослідження М. Моран та колег, які здійснили контент-аналіз сайтів, що просували противакцинні переконання, показало, що існує цілий набір різних цінностей, до яких апелює контент такого характеру. Серед них свобода, можливість вибору, індивідуальність, незалежність, релігійні переконання, недовіра до владної комунікації (Moran та ін., 2016).

Не існує єдиного терміну, яким можна було б одночасно назвати групи людей, які формують дискурс деструктивного характеру, поширюючи дезінформацію чи шкідливі наративи під час пандемії. У медіапублікаціях, присвячених цій соціальній групі, використовується слово «антивакцинатори», хоча воно не передає всю комплексність цього явища. Ці люди можуть виступати не тільки проти вакцинації, а і заперечувати факт існування хвороби (чи применшувати її загрозу), виступати проти карантинних обмежень, заходів з застереження розповсюдження вірусу тощо.

Поширеним у західній науковій спільноті є термін «вагання щодо вакцини»<sup>7</sup>. Воно передбачає нерішучість в прийнятті або відмові від вакцин, незважаючи на доступність щеплення. Цей феномен, як і рухи проти вакцинації, існують з тих пір, як вакцини вперше стали доступними. Незважаючи на те, що вакцинація продемонструвала свою високу ефективність у зниженні смертності, спричиненої інфекційними хворобами, занепокоєння, що підривають суспільну довіру та прийняття вакцин, продовжують існувати. Популяризація цієї недовіри сприяє відродженню хвороб, які можна попередити за допомогою вакцин. Відмова від вакцинації через вагання є серйозною загрозою для програм вакцинації та була визначена ВООЗ як одна з 10 головних глобальних загроз для здоров'я у 2019 р. (Nuwarda та ін., 2022, с. 1).

Негативний вплив антивакцинаторських рухів називають однією з основних причин поширення відмови від вакцинації серед широкої громадськості в усьому світі. Такий опір існував з тих пір, як була розроблена перша вакцина проти віспи у 1796 р. (Nuwarda та ін., 2022, с. 1). Тоді противакцинні погляди можна було пояснити необізнаністю щодо щеплень і їхньої ефективності. Однак зрозуміти причини таких рухів в країнах з високим рівнем освіти вже у 21 столітті набагато важче. І хоча однієї з таких потенційних причин, як не парадоксально, є попередній успіх вакцинації, який призвів до зменшення видимих наслідків інфекційних захворювань, що

---

<sup>7</sup> Англ. vaccine hesitancy.

зменшило мотивацію для вакцинації (Rochel de Camargo, 2020, сс. 2–3), загалом відродження противакцинних поглядів викликає занепокоєння та необхідність пошуку відповіді на цей виклик системі громадського здоров'я.

До епідемії COVID-19 антивакцинні рухи в Україні перебували переважно на маргінесі та були представлені в медійному полі здебільшого анонімними публікаціями, але їхня популярність постійно зростала (Dmytruk & Zaslavska, 2017, сс. 169–170). Дослідники О. Устінов та Д. Чудутова вважають, що це зумовлено активними медійними кампаніями, що мали на меті відмову батьків від вакцинації своїх дітей. Вони висловили занепокоєння щодо антивакцинаторського руху в Україні, акцентуючи на його негативному впливі на рівень вакцинації та, відповідно, на здоров'я населення. Серед чинників, що сприяють поширенню цих кампаній, виділяють політичні спекуляції, фінансові та корпоративні інтереси, дезінформацію, а також нерозуміння людьми важливості вакцинації й реальної ситуації з інфекційними захворюваннями (Чудутова & Устінов, 2010, с. 36).

Згодом рухи проти вакцинації почали інституалізуватися та займатися активною медійною діяльністю. Зареєстрована за рік до пандемії 2019 ГО «Вакцинація: Вільний Вибір» визначила одним із основних напрямків діяльності «просвітницьку та інформаційно-роз'яснювальну роботу» щодо потенційних негативних наслідків вакцинації, фактично розповсюджуючи за допомогою соціальних медіа спотворені дані про небезпеку вакцинації та намагаючись переконати батьків, які ще коливаються, відмовитися від щеплень своїх дітей (Гуцуляк, 2020, с. 58). Водночас українці демонстрували зростання рівня довіри до соціальних медіа як до джерела інформації про вакцинацію (Фіялка, 2018, с. 44). Здебільшого тоді питання вакцинації поставало перед батьками та йшлося про вакцинацію дітей від кору, краснухи, поліомієліту тощо. Популяризація антивакцинних поглядів передувала зменшенню охоплення колективною імунізацією, що підвищує ризик повернення інфекційних хвороб, які раніше були під контролем. У своїй роботі, що аналізує стан колективного імунітету проти керованих

інфекцій в Україні, О. Устінов та Д. Чудутова ще в 2010 р. зазначили, що його рівень впав до критичних 60–80%, що створює загрозу спалахів інфекційних захворювань. Продовжуючи ідею суб'єктивізації мемів С. Блекмор, можна припустити, що розумовий вірус антивакцинних переконань поширюється в інтересах біологічних вірусів, адже останні «зацікавлені» в зниженні показників охоплення щепленням принаймні на кілька відсотків.

Під час спалаху COVID-19 йшлося вже про масову вакцинацію здебільшого дорослого населення, а рух проти щеплень став організованим. До того поодинокі активісти та блогери почали залучати аудиторію навколо себе, активно при цьому поширюючи дезінформацію (Мороз, 2021). Повертаючися до феномену постправди, згадуваної в попередньому розділі, слід зауважити, що антивакцинаторство та COVID-дисидентство входять до концептосфери цього явища та демонструють його характерні риси постправди: заперечення фактів навіть перед обличчям очевидних доказів, домінування емоційної складової над логікою, створення альтернативної реальності, яка підтримується груповою солідарністю та інформаційними бульбашками (Бутиріна, 2022, сс. 13–14). Зрештою, заперечення хвороби не є новим явищем та є ознакою інфодемії, спричиненої СНІД. Практика заперечення походження хвороби через ВІЛ (інколи — применшення небезпеки вірусу або твердження, що хворобу насправді викликають інші чинники, наприклад, сексуальна поведінка, погане харчування тощо) перетворилася на головний рушій дезінформації у деяких країнах. Такі випадки подекуди призводили до згубних наслідків, наприклад, у Південній Африці, де заперечення СНІД на початку 2000-х рр. відбувалося на найвищому офіційному рівні, а антиретровірусні препарати були заборонені. Рішення викликало анархію в лікуванні хвороби, за якої використовувалися надієві та неперевірені ліки (Nlooto, 2016, с. 2). Одночасно відбувся підірив довіри до антиретровірусних препаратів, а також до науки загалом, а сама практика дисидентства призвела до смерті більш як 300 тис. людей (Bateman, 2007, с. 914). Проте якщо заперечення СНІД наштовхнулося на активну

критику та спростовування медіа, COVID-дисидентство не зустріло настільки систематичної опозиції, що дозволило йому успішніше поширюватися (Apetrei та ін., 2022, с. 8).

Рівень вакцинації в Україні упродовж пандемії коронавірусу залишався нижчим за середньоєвропейські показники. Серед причин — недовіра населення до вакцинації та вітчизняної системи охорони здоров'я (Korolchuk, 2023, с. 269). Підрив довіри здійснювався, серед іншого, завдяки (іноді несвідомому) сприйняттю противакцинних рухів українськими медіа (Фіялка, 2018, с. 42) та поширенню дезінформації про вакцини. Вірусне поширення конспірології, пліток, маніпуляцій і фейків зменшило готовність українців дотримуватися рекомендацій у сфері громадського здоров'я та радити щепитися вразливим людям зі свого оточення (Сільє, 2021).

Згадаємо ще один важливий аспект, який варто врахувати при аналізі дезінформаційної кампанії противників щеплень в медіа. Як показують дослідження Центру протидії дезінформації РНБО, певні прояви антивакцинної пропаганди є складовою тривалої інформаційної кампанії Росії, метою якої є істотне зниження рівня вакцинації (РНБО України, 2021). Це підтверджує і дослідження К. Кіган, яка у своїй роботі вказує на те, що російська пропаганда в Україні під час кампанії вакцинації мала на меті викликати недовіру та сумніви серед українців щодо вакцинації, прив'язуючи вакцини до питань, пов'язаних з геополітикою та внутрішньою політикою країни (Keegan, 2022, с. 7). До поширення невпевненості щодо вакцинації були залучені також і представники РПЦ в Україні, деякі з яких публічно підтримали тези проти щеплень та поширювали конспірологічні теорії, пов'язані з вакцинацією. Враховуючи ще й суперечливу офіційну позицію, яку зайняла ця церква у комунікації щодо щеплення, не дивно, що серед її прихожан найменша кількість опитаних виявила готовність вакцинуватися у 2021 р. (Boreiko та ін., 2022, с.14).

Однією з дієвих стратегій, яку використовують активісти проти вакцинації, є сторітелінг та поширення випадків нібито особистого характеру

(на кшталт раптової смерті наступного після вакцинації дня, про яку «розповів знайомий»). Противакцинні активісти покладаються на силу емоційних оповідей на противагу науковим доказам, щоб поширювати страх і сумніви щодо вакцин. Легкість обміну особистими історіями дозволила руху проти вакцинації швидко поширювати свої наративи та створити ехокамери, всередині яких історії підкріплюються та підтверджуються іншими представниками аудиторії з їхнього «власного довіду». Через характер соціальних медіа достовірність цих історій і довіра до людей, які ними діляться, зазвичай не заперечуються, адже в такому випадку має місце підтверджувальне упередження, завдяки бажанню шукати інформацію, яка б підтверджувала власні переконання або гіпотези. Так історії стають фактами, на яких ґрунтуються переконання учасників спільнот та їхні подальші рішення не вакцинуватися чи не вакцинувати своїх дітей (Shelby & Ernst, 2013, сс. 1796–1799).

Саме у роки, що передували пандемії COVID-19, активісти руху проти щеплень стали активніше поширювати дезінформацію у соціальних медіа, об'єднуючись у створених навколо себе «бульбашках». Це дозволило ізольованим групам гуртуватися та набувати критичної маси для активної участі в загальних дискусіях. До того ж ехокамери сприяють перетворенню безпідставних переконань на конспірологічні теорії. Ситуація погіршується ще й через постмодерний, чи радше «постправдивий» тренд до відмови від наукових знань, який підсилюється складними соціально-когнітивними явищами, такими як ефект зворотного вогню, який передбачає, що як тільки людина приймає помилкове уявлення, надання фактів, які суперечать цим ідеям, у результаті лише зміцнює їх, а не послаблює (Rochel de Camargo, 2020, сс. 2–3).

Прикладом об'єднання людей у такі «бульбашки» під час пандемії в Україні стали масові чати у месенджерах Viber та Telegram. Ці чати використовувалися не тільки для поширення інформації, найчастіше неправдивої, про вакцинацію та епідемію COVID-19, але і для координації

протестів проти вакцини за допомогою великої мережі регіональних груп. Учасники, що приєднувалися хоча б до однієї з таких груп, ставали об'єктом постійного потоку антивакцинаторської пропаганди, позбавленої альтернативних точок зору (Рибак, 2021). Найчастіше ці платформи використовувалися для поширення контенту з інших соціальних медіа, зокрема TikTok чи YouTube (одним з організаторів мереж таких каналів називають блогера О. Стахіва), водночас активного залучення аудиторії в самих чатах не спостерігалось.

Таким чином відбулася солідаризація людей навколо ідей, які передбачають відмову від вакцинації. Серед таких ідей — конспірологія, пов'язана з пандемією, яка мобілізувала зокрема і екстремістські та радикальні рухи. Цьому сприяв і глобальний локдаун, під час якого люди проводили у мережі більше часу. Одним з таких глобальних рухів стали «суверенні громадяни», який приймає різні форми у різних країнах, а його представники поширюють дезінформацію здебільшого антиурядового характеру та ідентифікують себе через конфлікт з потужними та корумпованими урядами, що приховують від населення правду (Taplin та ін., 2023, с. 117). Найбільш дискурсивно близькими до «суверенних громадян» в Україні, особливо в питаннях, пов'язаних з COVID-19, є рух «живих людей». Прихильники обох «ідеологій» впевнені, що мають право відмовитися від вимог вакцинуватися чи дотримуватися карантинних вимог, виходячи зі свого сприйняття особистого суверенітету та переконання, що уряд є корпорацією, яка не має над ними влади. До того ж представники цих рухів вдаються до «паперового тероризму», перевентажуючи державні органи запитами чи зверненнями, які не мають змісту, а інколи вдаються до дій екстремістського характеру (Sarteschi, 2020, с. 3). У третьому розділі цього дослідження ми детальніше розглянемо відображення ідеології руху «живих людей» у контенті, поширюваному під час пандемії.

## **2.2. Роль блогосфери України у формуванні громадської думки у період світової пандемії**

Розвиток блогерства та громадянської журналістики, «які поступаються професійній журналістиці в об'єктивності висвітлення подій і перевірці фактів» розглядається як один з чинників, які лежать в основі явища постправди (Трачук, 2021, с. 50) разом із іншими факторами, розглянутими нами у розділі 1.2. Цей факт зумовлює необхідність детального розгляду становлення блогосфери в Україні та її трансформації у настільки впливовий вид соціальних медіа.

В одному з ранніх наукових досліджень вітчизняного блогінгу, коли блог характеризувався виключно як «часто оновлювана вебсторінка, яка складається з записів (коментарів) в зворотному хронологічному порядку», відзначається, що станом на 2000-ні роки в українському сегменті інтернету ця сфера була малорозвиненою і перебувала в зародковому стані (Горошко, 2007, сс. 174–175). Нерозвиненістю цього сектору, а також дорожнечою інтернет-послуг та відставанням в медійних технологіях пояснювалася і низька популярність блогів серед українських користувачів, які не сприймали блог як засіб комунікації чи соціальну практику (Горошко, 2007, сс. 176–177).

Українська блогосфера почала розвиватися в середині «нульових», а вже на початок 2007 р. кількість блогів та блогерів стрімко зросла, з'явилися тематичні блоги з чітко окресленою цільовою аудиторією. Популярність блогів в Україні зросла зокрема завдяки блогам українських інтернет-газет («Українська правда», «Кореспондент», «ЛігаБізнесІнформ» та ін.), які доповнювали специфіку певних видань і дозволяли спілкуватися з авторами за допомогою коментарів. Блогери стали першокористувачами, які висловлювали свої позиції без редакційної політики, що сприяло формуванню нової інфраструктури медіа (Гнатишин, 2016, с. 20).

Україна долучилася до глобального тренду, в рамках якого блоги не тільки посилили роль альтернативних джерел інформації, але і отримали доступ до глобальної аудиторії. Це сприяло, наприклад, активному розвитку

політичної блогосфери, яка отримала значний вплив на формування громадської думки та політичну активність. Показовим для того періоду є погляд О. Зернецької, яка, вивчивши тодішній досвід використання блогів у політичній боротьбі, назвала блогосферу потужною зброєю в арсеналі громадянського суспільства та політиків (Зернецька, 2009, с. 25).

Отже, українські блоги почали відігравати значний вплив на вітчизняне медіаполе. У 2010-х роках відбувалася трансформація української блогосфери. Тоді в українській блогосфері важливу роль відігравав «Живий Журнал», який став чи не ключовим елементом для публічної самопрезентації користувачів. Він перетворився на популярний сервіс, який використовують не лише звичайні користувачі, а й політики, поп-зірки та інші публічні особи (Л. Шевченко, 2010, с. 38). Тоді ж українські блогери почали поєднувати текст з мультимедійними елементами (фото, відео), що підвищило їхню привабливість та інтерактивність. Відбувся масовий перехід блогерів до сервісів мікроблогінгу та соціальних мереж, що спростило розвиток автономних блогів. Крім того, зросла кількість професійних журналістів серед блогерів, що призвело до формування групи «блогерів-колумністів», а для самої української стала характерною висока популярність сторінок, де відбувалися обговорення суспільно-політичних питань (Половинчак, 2015, с. 101). Врешті, блогосфера стала важливим інструментом для громадянського активізму, де користувачі здобули можливість висловлювати свої думки та впливати на суспільну думку.

Блогосфера взагалі перетворилася на невід'ємну частину сучасного комунікативного простору в Україні. У своєму дослідженні І. Бабій підкреслює, що українська блогосфера характеризується глобальністю, доступністю та відкритістю спілкування. Ще одна специфічна характеристика — вірулентність, в поєднанні з іншими робить блоги ефективним комунікативним інструментом (Бабій, 2020, с. 16). Авторка також відзначає активну інтервенцію блогів у медіа та високу суспільно-політичну активність блогерів, які впливають на формування громадянської, політичної

та культурної ідентичності аудиторії. Високий рівні політизованості української блогосфери на думку І. Бабій підтверджується залученістю до неї журналістів та громадських діячів (Бабій, 2020, сс. 18–19).

Поширеним є порівняння науковцями блогінгу з веденням особистих щоденників. Утім, у рамках цього дослідження ми відкинемо позицію, яка розглядає блоги як літературно-публіцистичний жанр, адже вони мають більшу соціальну спрямованість і виконують не лише функцію самовираження, а й інформативну та фактичну функції комунікації. Так, наприклад, у роботі В. Маслака та його колег, які розглянули феномен блогінгу в міждисциплінарному контексті, стверджується, що блог, на відміну від інтернет-щоденника, передбачає публічність і наявність аудиторії читачів, які можуть активно коментувати та обговорювати матеріали. Таким чином, блог є більш динамічним та інтерактивним форматом, ніж традиційний щоденник. До того ж учені акцентують увагу на важливості блогів у сучасному інформаційному просторі та їхньому впливі на комунікацію в суспільстві (Маслак та ін., 2021, сс. 111–112).

Ще одним важливим аспектом, який відзначають дослідники української блогосфери, є мова її функціонування. Якщо О. Горошко свого часу просто фіксувала тотальну перевагу російської (Горошко, 2007, с. 175), то Ю. Половинчак цілком доречно вбачає необхідним з'ясувати, за якими критеріями слід розрізняти власне українську блогосферу, якщо мовна ознака не є показовою через білінгвальний контекст. Дослідниця пропонує вважати українськими блоги, створені українськими користувачами, такі, які використовують українські хостинги та (або) такі, що стосуються українських реалій (Половинчак, 2015, с. 100). Такий погляд є важливим і для проведеного дослідження, адже блогери, публікації яких були проаналізовані в рамках емпіричної частини цього дослідження (розділ 3), послуговуються російською мовою, хоча і говорять переважно про українські реалії.

Крім мовного аспекту блогосфери, зацікавленість вчених викликає і соціально-комунікативний. Так, наприклад, В. Гвоздєв розглядає блогінг з

одного боку як прояв громадянської журналістики, а з іншого — як «нетрадиційний прояв сучасної інтерактивної комунікації, конкурентної до традиційного журналізму». Дослідник доходить висновку, що блогерський твір не може вважатися журналістським, якщо його автор не дотримується журналістських стандартів та норм медіаетики, які блогери ігнорують чи не знають (Гвоздєв, 2013, с. 474). До того ж В. Гвоздєв відзначає відмову блогерів від покладання на експертну думку та натомість їхнє позиціонування себе як експерта у власних блогах, що не завадило деяким блогерам за показниками аудиторії переважити численні сайти традиційних медіа (с. 473). Забігаючи наперед, зазначимо, що псевдоексперти та «народні журналісти» склали значну частину серед найпопулярніших українських авторів блогів, які поширювали під час пандемії COVID-19 контент деструктивного характеру.

Проявом громадянської журналістики, де читачі стають активними учасниками інформаційного процесу, а не лише споживачами контенту, вважає блогінг і Н. Іллюк. Блогери виконують функцію контролю влади та формують нові можливості для комунікації. Авторка підкреслює важливість блогосфери в контексті розвитку журналістики та медіаосвіти, підкреслюючи водночас, що непрофесійний рівень блогерів може знижувати довіру до інформації в порівнянні з професійними медіа (Іллюк, 2012, с. 228).

Скептичне ставлення до блогосфери як виду журналістики демонструє Л. Городенко, яка теж справедливо вказує на недотримання блогерами журналістських стандартів та етики. А от масовість аудиторії блогів, яку відзначав В. Гвоздєв, дослідниця (станом на 2014 р.) заперечує, стверджуючи, що блог здебільшого є «засобом реалізації власних літературних чи креативних здібностей» (Городенко, 2014, с. 56). Додатково відзначимо, що Л. Городенко вважає однією з визначальних особливостей блогосфери дифамацію, а поширення завідомо неправдивих, компрометуючих відомостей називає «візитівкою рейтингових блогерів» (Городенко, 2014, с. 56).

Ще одна суттєва відмінність, яка характеризує блогосферу, стосується уваги аудиторії. Якщо у традиційних медіа увага аудиторії зосереджена на «довгих» сюжетних лініях, які тривають місяцями і довше, серед українських блогерів (принаймні з числа найпопулярніших) увага зосереджена на коротких, подієвих темах, що нагадує формат «серій». Цей факт, до слова, становить небезпеку для аудиторії, яка отримує новини лише з соціальних медіа, адже вона може бути легше маніпульована через відсутність усвідомлення тривалості процесів, про які йдеться (A. Zakharchenko, Sysoieva & Komnatska, 2022, с. 11). І хоча у дослідженні йдеться переважно про політичні процеси, частка аудиторії, яка довіряє інформації медичної тематики, отриманої виключно з соціальних медіа, є помітною. Детальніше ми згадаємо цей феномен у наступному підрозділі роботи.

До згаданих раніше характерних блогінгу ознак слід включити більшу схильність до поширення контенту, створеного іншими користувачами, ніж контенту від «авторитетних джерел». До того ж, у блогах відрізняються і моделі розповсюдження контенту, які різняться залежно від теми: актуальний вміст, як-от: новини, політичні коментарі та думки - поширюється від годин до днів, тоді як неактуальний вміст, як-от: музичні та розважальні відеоролики - розповсюджуються протягом кількох місяців (Cha та ін., 2011, с. 25).

Насамкінець відзначимо, що, на момент написання дисертаційного дослідження, в українському законодавстві ані термін «блог», ані похідні від нього не визначені. Перші кроки до врегулювання діяльності було зроблено у Законі України «Про Медіа», суб'єктом якого були оголошені аудіовізуальні та онлайн-медіа (Georgiievskа та ін., 2023, с. 36). Водночас блогери можуть добровільно зареєструватися як суб'єкти у сфері онлайн-медіа згідно з ч. 3 ст. 16 Закону (Про медіа, 2024). Таким чином теоретично блогер може претендувати на додаткові професійні права та підстави для звільнення від відповідальності (наприклад, за дифамацію), хоча на практиці реєстрація

суб'єктом у сфері онлайн-медіа не тотожна визнанню за блогером журналістського статусу (Головенко, 2023).

Отже, якщо саме визначення блогу та погляди на точки взаємодії блогосфери з традиційними медіа залишається дискусійним питанням, то його вплив на соціально-комунікативні процеси не викликає суперечок. Блоги є однією з форм соціальних медіа, оскільки вони дають користувачам змогу ділитися інформацією, ідеями та думками на різноманітні теми, взаємодіючи один з одним через коментарі та посилання одне на одного чи на представників своєї аудиторії. Така активність сприяє та консолідації навколо блогерів нових спільнот.

Врешті, для емпіричної частини дослідження, серед великої кількості платформ, представлених в українській блогосфері, було обрано YouTube. Ця платформа для відео є однією з найбільш популярних в світі, де користувачі можуть знайти широкий спектр контенту, включаючи музичні відео, влоги, навчальні матеріали, фільми, телевізійні шоу та багато іншого. Крім того платформа стала важливим інструментом для творців контенту, які можуть заробляти гроші через рекламу, спонсорство та інші форми монетизації. В основі YouTube лежить «культура участі», яка передбачає, що користувачі активно беруть участь у створенні, обміні та взаємодії з вмістом, а не є пасивними споживачами (Burgess & Green, 2018). Ця концепція наголошує на спільному та інтерактивному характері створення контенту на платформі, де люди можуть додавати власні відео, коментувати чужий контент і брати участь в обговореннях спільноти.

Роль YouTube у медіаландшафті схожа на роль телебачення, оскільки вона забезпечує майданчик як для розваг, так і для розповсюдження інформації. І хоча формально YouTube не є медіа через відсутність редакційного контролю, платформа втілює характеристики телебачення за допомогою методів доставки вмісту, залучення аудиторії та ролі в медіаекосистемі (Гоян & Гоян, 2023, с. 45).

Одним з основних аргументів вибору саме платформи YouTube для формування емпіричної бази дослідження, що на кінець першого «пандемічного» 2020 р. припадає «ренесанс» українського YouTube, коли роль українських авторів контенту в інформаційному просторі почала ставати все більшою, а для багатьох українців ця платформа замінила телебачення (Мороз, 2021). Крім того, українці використовують YouTube для пошуку більш розгорнутої (порівняно з іншими соціальними медіа) інформації та аналітики з тем, що їх цікавлять (Дуцик та ін., 2023, с. 57). Ще один аргумент на користь YouTube — можливість визначити аудиторію та показники її залученості до кожної публікації. Якщо спроби визначити загальні показники аудиторії окремо взятих блогерів на платформі ускладнені через періодичні блокування та практику створювати кілька альтернативних каналів одними авторами, порахувати аудиторію різноманітних (часто закритих) чатів у месенджерах, які також виступають майданчиками для поширення контенту тими ж блогерами, не видається можливим (Оксимець, 2021). До того ж на YouTube спостерігається один з найвищих рівнів взаємодії з публікаціями, присвяченими COVID-19 порівняно з іншими платформами. При цьому швидкість поширення інформації саме вказує на високий потенціал для інформаційної пандемії саме на цій платформі (Cinelli та ін., 2020). Згадане нами зростання довіри до соціальних медіа у рішеннях, пов'язаних зі здоров'ям, може бути пов'язане з інтеграцією цифрових технологій у сферу практик турботи про здоров'я, адже сьогодні до числа носіїв медичної інформації входять в тому числі і медичні блогери. Водночас мережеві спільноти, які складаються і з реальних, і з віртуальних акторів взагалі подекуди заміщують місце традиційної взаємодії лікаря з пацієнтом (Квітка & Миргородська, 2024, сс. 18–20), а отже, і у питаннях довіри до вакцинації блогери відіграють все активнішу роль.

#### *Загальна стратегія дискурс-аналізу дослідження*

У попередніх розділах цього дослідження була доведена доцільність здійснення аналізу деструктивного дискурсу, поширюваного під час пандемії

COVID-19 з використанням ВК. Також обґрунтовано вибір площі дослідження у вигляді українських YouTube-блогів. Постає необхідність описати стратегію дискурс-аналізу, використану у наступній частині цієї роботи.

В першу слід визначити низку акторів — з точки зору базової термінології дослідження дискурсу, індивідуальних або колективних творців тверджень; тобто тих, хто використовує певні та ресурси, щоб відтворити та трансформувати дискурс за допомогою своїх практик (Keller, 2013, с. 72). Кожен з цих акторів може мати різний рівень впливу й авторитету в залежності від їхнього соціального капіталу (с. 79). Для визначення ключових для формування дискурсу акторів у подальшому буде вироблена критеріальна база.

Факт того, що взаємовплив акторів за визначенням має важливе значення для поширення дискурсу (Keller, 2013, с. 79), методологічною необхідністю для комплексного дискурс-аналізу є означення інституційних зв'язків між блогерами, їхньої інституційної позиції та ієрархії зв'язків між ними. Хоча переконання і декларовані мотивації у цих акторів можуть відрізнятися, формований ними дискурс можна назвати «коронаскептичним». У подальшому, говорячи про цих комунікантів, ми використовуватимемо термін «коронаскептик». Він не тільки відображає сумніви в існуванні або рівні справжньої небезпеки, яку становить COVID-19, а і передбачає систему поглядів (по суті, складний мемплекс, складниками якого є деструктивні меми), яка включає відмову від дотримання карантину, використання засобів захисту від поширення хвороби та щеплення.

Емпірична база складається з текстового та аудіовізуального контенту: поширюваних провідними акторами відео на платформі YouTube, а також публікаціям у медіа, присвяченим їхній діяльності. З огляду на необхідність реконструювати дискурсивні структури через детальний аналіз, відео має відповідати низці критеріїв для відбору, які забезпечуватимуть

консистентність даних та будуть описані в наступному розділі. Аудіовізуальні дані були транскрибовані для подальшого аналізу у текстовому вигляді.

Аналіз зібраних даних зосереджений на трьох основних вимірах: ситуаційному та матеріальному контексті тверджень (хто, як і де продукує, які існують інституційні налаштування та соціальні контексти); лінгвістично-риторичній структурі, а також феноменальній структурі та значенневих патернах (способи конструювання реальності в дискурсі).

В межах такого аналізу необхідно визначити понятійний апарат, яким послуговуються актори для творення дискурсу, виявити їхні диспозиції, основні меседжі та аргументативні прийоми доведення позиції. Особливої уваги потребують випадки вдавання до маніпуляцій, поширення неперевіраних чуток, конспірології та дезінформації — прикладах стратегій, що сприяють поширенню інфодемії. Зрештою, результати будуть консолідовані для розуміння ключових принципів функціонування коронаскептичного дискурсу в Україні.

Факт того, що дискурс не є статичною системою, а постійно трансформується залежно від соціально-історичного контексту (Keller, 2013, с. 116), дозволяє застосувати принцип контрастування, який дозволяє реконструювати трансформації через зіставлення різночасових дискурсивних фрагментів. Вагомим чинником зміни контексту стало повномасштабне російське вторгнення, адаптації до якого буде присвячене підрозділ 3.4 цього дослідження.

### **2.3. Медійна активність українських блогерів-коронаскептиків в YouTube**

Повноцінний рух проти вакцинації від COVID-19 в Україні почав розвиватися наприкінці 2020 р., після умовної «першої хвилі» коронавірусу. Якщо до цього в медійному просторі України з'являлися лише поодинокі публікації блогерів, з появою цього руху його метою стало генерування фейків та їхнє поширення на масову аудиторію (Оксимець, 2021).

Саме COVID-дисидентська риторика сприяла організації навколо цих блогерів організованого руху. На думку дослідниці О. Мороз, вони почали активно поширювати дезінформацію та водночас залучати нову аудиторію за допомогою Facebook, YouTube та інших платформ. Тодішніми лідерами руху проти карантинних обмежень дослідниця називала О. Стахіва, Ю. Камельчука та С. Мікітена, а їхніми основними методами — мітинги та перформанси. Їх передусім цікавили конспірологи, противники щеплень, езотерики та прихильники нетрадиційної медицини (Мороз, 2021).

Дослідження О. Мороз, яка вказала на зростання значущості платформи YouTube в Україні, до того ж містило першу спробу визначення найпопулярніших «дезінформаційноінфлюенсерів», які систематично поставали проти вакцинації від COVID-19 та працювали на українську аудиторію. Цей список опинився в основі дисертаційного дослідження, хоча у процесі детального вивчення контенту названих каналів та моніторингу інших нами було створено власний рейтинг.

У цьому дисертаційному дослідженні для формування емпіричної бази були встановлені наступні критерії для включення у список каналів, публікації з яких були проаналізовані:

- Регулярна (щонайменше раз на тиждень) публікація відео, присвяченого COVID-19 чи пов'язаного з ним явищам.
- Поширення наративів деструктивного характеру щодо заходів боротьби з захворюванням: дезінформація, специфічний фреймінг, заклики до відмови від вакцинації чи дотримання карантинних вимог, тривіалізація COVID-19 тощо.
- Функціонування каналу впродовж щонайменше половини часу перебігу пандемії COVID-19.
- Щонайменше 10 000 підписників на момент оголошення про закінчення пандемії.

Для визначення списку найпопулярніших каналів ми враховували кількість підписників та суми переглядів відео. Таким чином було обрано 15

найпопулярніших блогерів, які поширюють пов'язані з COVID-19 меседжі деструктивного характеру. Ці блогери публікують свої відео на 18 каналах. Деталі наведені у таблиці (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

*Найпопулярніші YouTube-канали, що поширювали пов'язані з COVID-19 меседжі деструктивного характеру під час пандемії та після неї*

№	Назва	Автор(и)	Перегляди	Дата створення	Мова
1.	Тарас Юрист Адвокат Одесса	Тарас Никифорчук	176,522,163	19.10.2013	Російська
2.	ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула	Сергій Гула	147,205,964	29.08.2018	Українська
3.	Dima Poltava	Дмитро Бурмака	108,639,738	13.01.2014	Російська / Українська
4.	Адвокат Болтик	Антон Болтік	74,287,656	8.10.2018	Російська / Українська
5.	РОБОТАЄ / Володимир Паньчак	Володимир Паньчак	31,666,020	21.02.2015	Українська
6.	ДНК	Олексій Кутєпов, Жан Новосельцев	25,465,416	31.10.2019	Російська
7.	Знай Свої Права!	Мар'ян Чава	21,748,580	17.05.2021	Українська
8.	Антон Гура	Антон Гура	20,999,051	14.11.2015	Російська
9.	Жан Новосельцев	Жан Новосельцев	19,656,164	11.12.2021	Російська
10.	Остап Стахів	Остап Стахів	17,513,024	12.02.2013	Українська
11.	TRIGGER MMA	Анатолій Якименко	13,698,153	23.02.2015	Українська
12.	Александр Надёжа	Олександр Надьожа	8,326,704	25.11.2015	Російська
13.	Сергій Філіпенко	Сергій Філіпенко	7,985,640	27.02.2011	Українська
14.	Надёжный Журналист	Олександр Надьожа	6,509,270	17.10.2019	Російська
15.	Елена Фаист 2.0	Олена Фаїст	2,291,812	07.09.2022	Російська
16.	Анатолій Якименко	Анатолій Якименко	2,174,340	04.11.2021	Українська
17.	Елена Фаист	Олена Фаїст	2,145,604	19.03.2022	Російська
18.	Ольга Яремійчук	Ольга Яремійчук	789,573	30.10.2019	Українська

Отже, 14 з 18 каналів були створені до початку пандемії. Винятком є канали «Знай Свої Права!», «Анатолій Якименко», «Елена Фаист» та «Елена Фаист 2.0» (О. Фаист додатково має канал «Елена Фаист 3.0», який не потрапив до вибірки), проте основну популярність вони здобули саме під час епідемії COVID-19, що ми більш детально розглянемо у розділі 3 цього дослідження,

Публікації наведених авторів на різних платформах неодноразово ставали об'єктами перевірки та розвінчання фактчекерами організацій VoxUkraine, StopFake та інших. Внаслідок цього частина публікацій або самих каналів були заблоковані.

Для кращого розуміння специфіки контенту кожного зі згаданих блогерів розглянемо детальніше біографічні факти щодо їхньої діяльності, та тематичну спрямованість публікацій кожного з них у порядку від найбільш до найменш популярного автора.

*Тарас Никифорчук*



*Рис. 2.1. Обкладинка відео Т. Никифорчука, в якому він розповідає про свій досвід перенесення COVID-19, який «не змінив його поглядів»*

Найбільшу аудиторію та кількість переглядів станом на травень 2023 мав канал одеського адвоката Т. Никифорчука. Він створює контент правозахисного змісту, пропонує «вирішення проблем юридичного характеру». Відео містять рекламу адвокатських послуг з надання актуальної

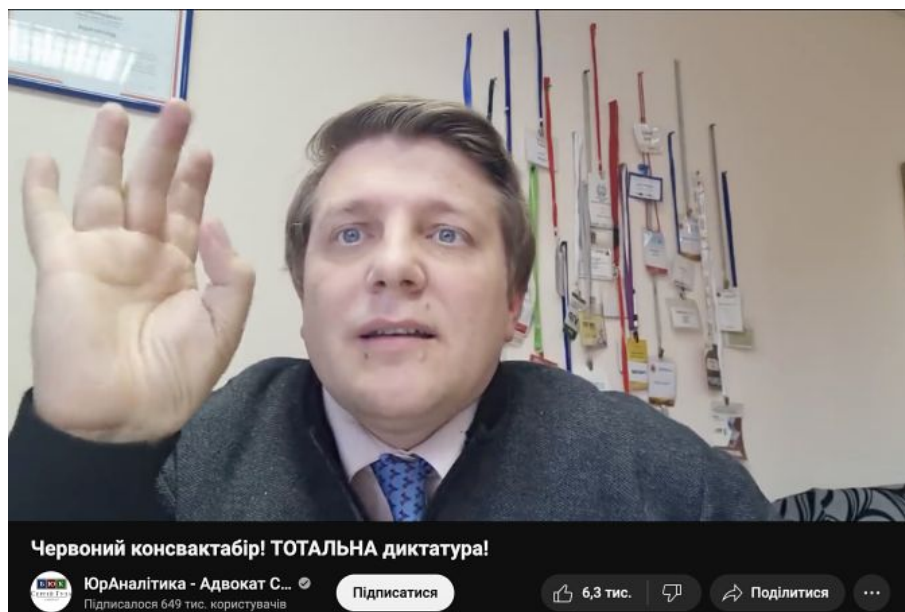
юридичної допомоги, особливо з питань реєстрації бізнесу, повного супроводу діяльності юридичних осіб та ФОП, представлення інтересів у судах різних інстанцій у цивільних, адміністративних, кримінальних і господарських справах. Під час пандемії він здебільшого розповідав про зміни в законодавстві щодо карантинних заходів та вакцинації. У його найпопулярнішому відео, присвяченому COVID-19, подається відповідь МОЗ України на запит автора: «Чи існує в Україні примусова вакцинація?» та поміж іншим зазначається, що це відео «буде корисним тим людям, які вважають, що вони не мають вакцинуватися»<sup>8</sup>. Також блогер говорить про порушення прав батьків дітей, які не бажають вакцинуватися, про порушення прав на працю, майнових прав та права на вільне пересування. В іншому відео він стверджує, що карантинні заходи є засобом влади налякати людей. Незважаючи на заяви, що він не є противником щеплення, автор вдається до специфічного фреймінгу, за якого вакцинація та карантинні обмеження є примусовими, незаконними чи безглуздими. В одному зі своїх відео Т. Никифорчук заявляє: «Я не є прихильником вакцинації. Чому? Тому, що ці щеплення робить держава, а від нашої держави я ніколи нічого хорошого не очікую».

Під час повномасштабного вторгнення Т. Никифорчук приєднався вже до «антимобілізаційного» руху (Гарасим, 2024).

---

<sup>8</sup> Гарас Юрист Адвокат Одесса. (2021, 24 вересня). *Официальный ответ Министерства охраны здоровья Украины по вакцинации* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/HgXXiiIBC3k>

*Сергій Гула*



*Рис. 2.2. Фрагмент публікації С. Гули, в якій він називає запровадження «червоної зони» карантину у жовтні 2021 р. концтабором*

Другий за популярністю медійний правозахисник — професійний юрист і адвокат із Білої Церкви Сергій Гула. З 2012 р. здійснює адвокатську діяльність. Засновник національного руху «Ні хабарництву! Я не даю і не беру хабарів». Називає себе учасником правозахисної кампанії на підтримку природної сім'ї в Україні, поширюючи при цьому неправдиву та необґрунтовану інформацію, зокрема щодо ратифікації Стамбульської конвенції (VoxCheck, 2020).

Упродовж певного часу після створення його відеоблог не був популярним, автор публікував відео рідко, вони були присвячені банківськими кредитами та іншими питаннями нейтрального характеру. За словами Гули, він створив свій канал, щоб безкоштовно консультувати та інформувати українців про їхні права та механізми юридичного самозахисту, визнаючи втім, що завдяки каналу його приватна практика стала більш відомою, а його доходи зросли (Кабінет експертів, 2020).

Адвокат на своєму каналі поширював фейки про вакцини ще за рік до пандемії коронавірусу — тоді він розповідав, що вакцина від кору викликає аутизм (МОЗ України, 2019). Під час же епідемії COVID-19 2020 р. адвокат

зацікавився питаннями, пов'язаними з коронавірусом, а також став публікувати відео регулярніше. Одночасно із впровадженими в Україні карантинними заходами через пандемію COVID-19 його популярність зростає. У своїх відео адвокат С. Гула розмірковує на медичні теми, активно поширюючи неправдиву інформацію щодо вакцин та хвороби (Бушковська, 2021, VoxCheck, 2022). Блогер стверджує, що при під час вакцинації одночасно буде вживлятися чип для контролю над населенням<sup>9</sup>, влада приховує рівень реальної смертності, а насправді через щеплення помирає кожен шостий, а то й другий<sup>10</sup>, а коронавірус є не більш як сезонною застудою<sup>11</sup>.

Під час повномасштабного російського вторгнення С. Гула почав приділяти більшу увагу війні та мобілізації, розмірковуючи, в яких регіонах України існує найбільша вірогідність ядерного удару, поширюючи при цьому панічні настрої (Мороз, 2023b).

*Дмитро Бурмака*



*Рис. 2.3. Обкладинка відео, в якому Д. Бурмака (справа) розповідає про свій досвід оскарження протоколів за порушення ним умов карантину*

<sup>9</sup> ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула. (2020, 22 квітня). *Що буде далі? Нащо нам розраховувати?* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/9aYiH2\\_UBH8](https://youtu.be/9aYiH2_UBH8)

<sup>10</sup> ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула. (2022, 27 листопада). *Сильно ховають цю інформацію від людей! Офіс президента дуже боїться!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/7nQvdERxePI>

<sup>11</sup> ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула. (2022, 29 листопада). *Для влади вражаючий Удар! Драматичні події, які ніхто не очікував!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/X1QUQbc9LJQ>

Цей полтавський блогер є членом політичної партії Всеукраїнське об'єднання «Свобода», у 2020 р. балотувався до Полтавської міської ради, але обраний не був. Відомий в своєму місті борець із хабарництвом та розкраданням коштів у транспортній сфері міста (ВО Свобода Полтавщина, 2020). Наразі називає себе блогером, який займається юридичним захистом населення.

Його YouTube-канал Dima Poltava описаний як «присвячений захисту прав водіїв від неправомірних дій поліції», основним напрямом якого є вивчення Конституції України, Закону України про дорожній рух, Кодексу про адміністративні правопорушення та Закону України про національну поліцію.

Здебільшого автор знімає відео про роботу поліції — відповідно, під час карантину, спричиненого коронавірусом, частину своїх відео він присвятив діяльності поліції щодо дотримання законних карантинних вимог.

Незважаючи на декларовану відсутність антивакцинних поглядів, тільки впродовж жовтня 2021 р. Д. Бурмака опублікував на своєму каналі 10 прямих ефірів, 9 з яких були присвячені «незаконним перевіркам» COVID-сертифікатів та порадам, як поводитися під час перевірки документів, апелюючи до незаконності вимог правоохоронців.

Він вважає пов'язані з коронавірусом карантинні обмеження незаконними<sup>12</sup>, а вимоги надати довідку про вакцинацію - порушенням медичної таємниці про стан здоров'я<sup>13</sup>. Вакцинація, на його думку, теж є незаконною, примусовою, має характер медичного експерименту, за який ніхто не несе відповідальності<sup>14</sup>.

Блогер активно критикував «закон 4142», закликав взяти участь в протестній акції перед ВР 24.01.2022 р. проти прийняття цього закону, а

---

<sup>12</sup> Dima Poltava. (2022, 25 січня). *КАРАНТИН НОВЫЕ НЕЗАКОННЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/sOBoxTnrP84>

<sup>13</sup> Dima Poltava. (2021, 24 жовтня). *ПОЛИЦИЯ ТРЕБУЕТ КОВИД ДОКУМЕНТ ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/I2ZihgnZ4Yo>

<sup>14</sup> Dima Poltava. (2021, 3 листопада). *КИЕВ АКЦИЯ КОВИД СЕРТИФИКАТ ИЛИ КОНСТИТУЦИЯ УКРАИНЫ ГЛАВНЫЙ ЗАКОН* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/U4b8pEApD6M>

також висвітлював цю подію на своєму каналі<sup>15</sup>. Найчастіше вказує на порушення конституційних прав, прав батьків, вилучення майна, звільнення з роботи, неможливості вільно пересуватися.

*Антон Болтік*



*Рис. 2.4. Обкладинка відео з каналу А. Болтіка (зліва), спільний прямий ефір з О. Стахівим*

Полтавський блогер А. Болтік є адвокатом та керуючим партнером юридичної компанії Legal Protection. Він спеціалізується на адміністративних правопорушеннях та адміністративній відповідальності, цивільному праві, адміністративних правопорушеннях на транспорті, порушеннях правил дорожнього руху, дорожньо-транспортних пригодах. В описі каналу стверджує, що метою його створення було підвищення правової свідомості громадян України, а також пропонує «отримати відповіді на актуальні питання з різних галузей права, дізнатися, як юридично правильно захистити себе у випадку порушення законних прав, як не потрапити в різні схеми шахраїв тощо».

Однак у період пандемії канал А. Болтіка став «джерелом юридичних консультацій щодо недотримання карантинних обмежень та порушення прав і свобод під час карантину» (Мороз, 2021). Він містить добірку матеріалів з критикою запроваджених тоді в країні карантинних обмежень. Адвокат

---

<sup>15</sup> Dima Poltava. (2022, 24 січня). ЗАКОНОПРОЕКТ 4142 КАРАНТИН МИРНАЯ АКЦИЯ КИЕВ ВРУ [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/72aJmvscUAW>

говорить, що вакцини невивчені, називає вакцинацію примусовою, вважає її медичним експериментом, за який ніхто не несе відповідальності. А. Болтік, подекуди знаходить підтвердження своїм аргументам щодо «афери COVID-19», посилаючись на матеріал Rebel News<sup>16</sup>, «альтернативного» канадського праворадикального расистського медіа (Zhang & Davis, 2022), яке звинувачують у поширенні дезінформації щодо вакцин проти COVID-19 (Сессо, 2021). У цій публікації блогер стверджує, нібито «командам трьох німецьких вчених встановила, що хвороба має лабораторне походження», поширюючи таким самим непідтверджену конспірологію.

На початку пандемії А. Болтік також розміщував на каналі відео провокативного характеру. На одному з них він сперечається з охоронцем у супермаркеті, який відмовляється пропускати його всередину без маски (Гарасим, 2024).

А. Болтік разом з однодумцями був одним з активних учасників протестної акції проти вакцинації в урядовому кварталі 2021 р., де серед іншого вимагали зупинити карантин, скасувати вакцинацію та запровадження «ковід-сертифікатів». До того на своєму каналі блогер активно закликав аудиторію взяти участь у цьому заході з гаслом «захисту своїх конституційних прав». Зазначимо, що пізніше сам блогер заперечив свою підтримку гасел на кшталт «Скажи ні COVID-фашизму», а насправді виступав тільки за те, що вакцинація має бути добровільною, а сам він «не є антивакцинатором» (Останній Бастіон, 2021).

---

<sup>16</sup> Адвокат Болтик. (2022, 26 жовтня). *ШОКИРУЮЩЕЕ ЗАЯВЛЕНИЕ ВАКЦИНАЦИЯ ЭТО ПОЛИТИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ. МИР ПРИНОСИТ ИЗВИНЕНИЯ. Мы были правы* [Відео]. <https://youtu.be/JkFoxMTJcRE>

*Володимир Паньчак*



*Рис. 2.5. Обкладинка спільного прямого ефіру В. Паньчака (зліва) з О. Стахівим 20 грудня 2023 р.*

Блогер з Миколаєва Львівської області зараз проживає в Європі, водночас активно критикуючи західний глобалізм. Його ім'я фігурувало у судовій справі 2010 р. щодо групи українських шахраїв у Великій Британії, які ошукали податківців на 4,5 мільйона фунтів стерлінгів. Тоді зловмисники подали більше тисячі заяв на повернення нібито переплачених податків від імені вигаданих робітників-мігрантів. У підсумку В. Паньчак отримав 6 років та один місяць тюрми у Великій Британії (Еспресо.Захід, 2024).

Канал, на якому виходять його публікації, має назву «РоботаЄ», а сам блогер називає себе представником однойменного агентства з працевлаштування. Незважаючи на те, що канал було зареєстровано ще у 2015 р., активно розміщуватися відео на ньому почали тільки з 2021 р.. До кінця цього року на каналі дійсно публікувалися відео, у яких йшлося про можливість отримати роботу за кордоном, мовні курси, поради для трудових мігрантів тощо. Але після початку повномасштабного вторгнення контентне наповнення каналу змінилося. Керівник агентства «РоботаЄ» заявляв про те, що, хоча він і співпрацював з В. Паньчаком раніше, вони припинили співпрацю, а зараз ця організація не функціонує зовсім (Бенюк, 2023). Більше того, тематикою, безвідносно до назви «РоботаЄ» та декларованого опису

каналу, у відео йдеться про явища, пов'язані з COVID-19, а після початку вторгнення росії в Україну — про війну. Показово, що однією з публікацій був «телемост Київ-Москва», одним з учасників якого був проросійський український пропагандист Р. Коцаба (Бенюк, 2023). Відео В. Паньчака, присвячене мобілізації, потрапило в ефір до російського пропагандиста В. Солов'йова (Бенюк, 2024).

У інших публікаціях, присвячених війні в Україні, В. Паньчак стверджує, що ця війна є «договірною» та такою, що покликана знищити «братніх слов'ян». З такою самою метою, на його думку, проводилася і кампанія з вакцинації проти COVID-19. Блогер стверджує, серед іншого, що «коронавірусу у Швеції не існує», а карантин у Польщі фактично є для українців ув'язненням, адже ця країна нібито є недружньою для України<sup>17</sup>.

Після блокування особистого YouTube-каналу О. Стахіва, В. Паньчак став запрошувати його до прямих ефірів на своєму каналі. «Завдяки Володимирі ми маємо можливість виходити в YouTube. І це треба цінувати, треба підписуватися і поширювати», — зазначив в одному з відео О. Стахів. Менше з тим, ці стріми були присвячені темам війни та мобілізації, а участь В. Паньчака необхідна для озвучення тих меседжів, які не може озвучувати сам О. Стахів через ризик кримінального переслідування (Гарасим, 2024). Блогери, погляди на вакцинацію яких збігаються, разом також поширювали меседж російської пропаганди, згідно якого в українських біженців у Європі «відбирають» дітей (Журба, 2023). До того ж на каналі В. Паньчака поширюються антизахідні, антисемітські та ксенофобні меседжі. Його було заблоковано у квітні 2024 р., проте вже у травні того ж блогер створив новий майданчик «Паньчак Владимир», а перше своє відео присвятив «бісам в Україні».

---

<sup>17</sup> РОБОТАС / Володимир Паньчак Шеремета. (2021, 27 березня). *Вся правда про коронавірус в Швеції березень 2021*. [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/SKhOVfOZWQE>



*Рис. 2.6. Фрагмент відео з каналу ДНК, де ведучий О. Кутєпов (зліва) з гостями<sup>18</sup> у студії розмірковують про зовнішнє управління Україною у контексті вакцинації*

Блогер у різний час працював журналістом на «ICTV», «1+1» та «17 каналі». У 2009 р. керівництво каналу «ICTV» звинуватило О. Кутєпова у непрофесійності під час розслідування, яка призвела до смерті людини, та звільнило його з телеканалу (Телекритика, 2009). У 2011 р. він як журналіст «1+1» разом з А. Шарієм розслідував діяльність підпільних гральних клубів (Детектор медіа, 2011).

Пізніше, у 2014 р., О. Кутєпов разом з Ж. Новосельцевим створили медіа «17 канал», де О. Кутєпов став генеральним продюсером. Роком пізніше вони стверджували у коментарі для російського пропагандистському каналу «Россия 24», що Україні «душать незалежні засоби масової інформації», де історію О. Кутєпова представили як «сімейну» трагедію через «ідеологічний» конфлікт з його братом, журналістом Б. Кутєповим (ДУСЯ, 2015).

У квітні 2021 р. О. Кутєпов разом з Ж. Новосельцевим організували новий спецпроект журналістських розслідувань «Розвідка.Live», метою якого стало «повідомити суспільство про факти глобального шахрайства та ліквідувати їх» (Детектор медіа, 2021) на каналі «Kyiv.Live».

<sup>18</sup> Один з гостей, А. Гура (посередині), є іншим відомим українським блогером-коронаскептиком.

Пізніше ці блогери створили спільний канал «ДНК», аббревіатуру якого вони розшифровують як «дійсно народний канал», який у січні 2022 р. було заблоковано за поширення недостовірної медичної інформації, пов'язаної з коронавірусом (Проценко, 2022, с. 102).

У своїх відео О. Кутєпов та Ж. Новосельцев розмірковують про глобалізацію та плани світових еліт, а пандемію COVID-19 вони вважають результатом змови<sup>19</sup>.

*Жан Новосельцев*



*Рис. 2.7. Обкладинка спільного ефіру Ж. Новосельцева (справа) та О. Стахіва, які рекламують свій спільний «Курс журналістики», де обидва є викладачами*

Блогер розпочав кар'єру журналіста на телеканалах Харкова 2002 р., а 2006 р. переїхав до Києва і працював на каналі «1+1», де спеціалізувався на журналістських розслідуваннях для різних проєктів. З вересня 2012 р. був одним з перших ведучих програми «Гроші».

Спільне з О. Кутєповим YouTube-медіа «17 канал», створене після звільнення Ж. Новосельцева з телеканалу «1+1» через зв'язок з міністром внутрішніх справ часів В. Януковича В. Захарченком, демонструвало прихильність ДНР та ЛНР, проросійську направленість та здійснював різноманітні інформаційні маніпуляції (Повзун & Челахов, 2015).

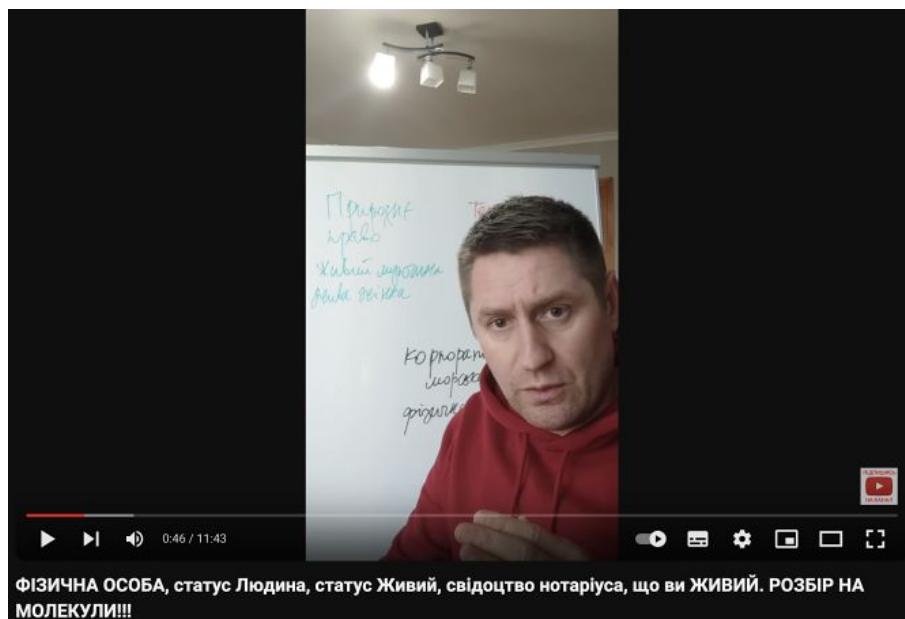
<sup>19</sup> ДНК. (2022, 21 травня). *Тайные признаки двойной игры Москвы и почему голод почти неизбежен - дешифровки Шегалова*. [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/PtsYVIPwWaM>

На виборах 2019 р. блогер невдало балотувався в народні депутати від Обуховського та Васильківського районів Київської області, проте обраним від цього округу став журналіст О. Дубінський, який до того ж був наступником Ж. Новосельцева у програмі «Гроші» (Детектор медіа, 2019).

Крім участі у публікаціях на спільному з О. Кутеповим каналі «ДНК», блогер мав власний YouTube-канал, названий своїм іменем. На цьому каналі він поширював конспірологічні теорії, згідно яких війна та епідемія є частиною плану глобальних еліт зі знищення населення, а також псевдоекспертні меседжі щодо війни, залучаючи українську аудиторію у штучно створений російською пропагандою дискурс (Мороз, 2023с).

Через таку медійну активність у 2024 р. YouTube-канал Ж. Новосельцева, який на той момент налічував 100 тис. підписників, був видалений. У квітні того ж року блогер разом з іншим відомим активістом проти вакцинації О. Стахівим започаткував псевдокурси з журналістики, випускники яких отримували посвідчення журналіста. Згодом у липні Ж. Новосельцев отримав підозру в перешкоджанні законній діяльності ЗСУ. За інформацією СБУ, він разом зі спільниками намагався зірвати мобілізацію та закликав до збройного спротиву ТЦК. Суд обрав для нього запобіжний захід у вигляді тримання під вартою, проте вже ввечері того ж дня його соратник О. Стахів повідомив, що йому вдалося зібрати необхідну заставу в розмірі 242 тис. грн, а наступного дня Ж. Новосельцев вийшов з СІЗО (Масюк, 2024).

Мар'ян Чава



*Рис. 2.8. Фрагмент відео, в якому М. Чава доводить псевдо-юридичну конспірологічну теорію щодо «статусів» фізичної особи та «живої людини»*

Цей блогер з Дрогобича є автором каналу «Знай Свої Права!», у публікаціях називає себе «адвокатом» та «правозахисником». Відомим став після того, як у червні 2023 р. погрожував представникам ТЦК, які роздавали повістки, водночас називаючи їх «злочинцями» та «шакалами» та знімаючи конфлікт на відео, яке згодом сам опублікував у своїх соціальних медіа (Масюк, 2023). У липні того ж року його затримала СБУ, проте після суду блогер сплатив заставу та вийшов зі слідчого ізолятора (Ейсмунт, 2023).

На своєму YouTube-каналі впродовж одного тільки впродовж березня 2023 р. вийшло 26 відео, 5 з яких присвячені вакцинації, закону «Про систему громадського здоров'я», проведенню «медичного експерименту», та «геноциду» українців. У своїх відео блогер закликає до створення «народних» територіальних громад по всій Україні, які мають стати альтернативою існуючим державним органам. Він є прихильником різноманітних теорій змов та є однодумцем О. Стахіва у його боротьбі проти вакцинації (Масюк, 2023).

Так само як і О. Стахів, блогер маніпулює поняттям воєнного стану, оголошеного в Україні після початку російського вторгнення, називаючи

український парламент «Верховною радою СРСР». Він стверджує, що ВР не має права продовжувати особливий правовий режим (Мороз, 2024), а отже, мобілізація також є незаконною.

*Антон Гура*



*Рис. 2.9. Обкладинка публікації, в якій А. Гура спілкується міністром охорони здоров'я В. Ляшком*

Блогерську діяльність розпочав у 2015 р., коли зареєстрував особистий канал на YouTube. У підрозділі 1.3. ми вже згадували ефір телешоу «Право на владу», завдяки якому він став відомим на початку пандемії COVID-19. Показово, що тоді А. Гура позиціонував себе як медик, назвавшись співзасновником незалежної спільноти працівників медичної сфери. Насправді ж, блогер має освіту гідрогеолога, він працював територіальним менеджером, керівником відділу продажів, актором другого плану в проєкті «Пороблено в Україні» від «Кварталу 95» та був комерційним директором компанії, яка займається продажем медичних матеріалів та обладнання (Деро.ua, 2020). Як і інші його однодумці, А. Гура також планував політичну кар'єру. Він був членом партії «УКРОП» та 2014 р. балотувався до Київської міської ради восьмого скликання, але депутатом так само не став.

Після публікації вірусного відео з літака А. Гура почав виступати як фахівець у галузі медицини на сайті «Клуменко Time» та однойменному Youtube- та Telegram-каналах, що належать О. Клименку, колишньому

міністру доходів та зборів часів президентства В. Януковича. Блогер не обмежується медичною експертизою, дає коментарі з приводу тарифів, екології тощо. На своєму каналі він здебільшо публікує відеовикриття, присвячені не тільки нібито недобросовісним медичним працівникам, а і, наприклад, «таємним урановим шахтам» (Юхимець, 2021).

Під час російського військового вторгнення А. Гура активно бере участь у поширенні наративів, що підсилюють страхи та агресію по відношенню до військовослужбовців, ускладнюючи процеси мобілізації. Окрім цього, він є частиною більших хвиль дезінформації, які цілеспрямовано маніпулюють громадською думкою (Мороз, 2024).

Блогер веде свої сторінки в Facebook та Instagram, а також канал у Telegram та TikTok. Його дописи серед іншого присвячені ведичній космології та теоріям змови.

#### *Остан Стахів*



*Рис. 2.10. Кадр з публікації каналу ДНК, в якому О. Стахів (справа) виступає запрошеним експертом*

У публікаціях українських медіа цього блогера та активіста з Львівської області називають лідером антивакцинаторського руху в Україні. 2007 р. він балотувався за списком партії «Свобода» до Верховної Ради, але був знятий з реєстрації. Його подальша політична кар'єра також стала невдалою, а з його наступної, «Української партії», О. Стахіва виключили за «шахрайські,

авантюристичні дії та привласнення коштів організації та продаж місць у партійному списку» (Родак, 2021). Інші спроби балотуватися у Львівську обласну раду 2013 р., на посаду міського голови міста Винники 2015 р., у Львівську міську раду 2020 р. та до парламенту України 2014 р. та 2019 р. також були неуспішними, і жодної виборної посади О. Стахів не обійняв (Родак, 2021, Оксимець, 2021).

Ще до початку пандемії COVID-19 О. Стахів організував кілька акцій протесту та перформансів різного масштабу, здебільшого на заході України. Також проводив лекції присвячені «загрозі засилля нелегальних мігрантів» для студентів Івано-Франківського медичного університету (Веприк, 2016).

Проте саме епідемія COVID-19 сприяла різкому зростанню кількості прихильників згаданого блогера. О. Стахів створив організацію «Права людини» та проголосив себе «народним мером Львова». Під час пандемії коронавірусу О. Стахів активно проводив антивакцинаторські акції та провокації, одночасно заперечуючи існування пандемії. Він поширював маніпуляції та дезінформацію, закликаючи людей не дотримуватися карантинних обмежень. Під час організації акцій протесту, а також у своїх відео блогер активно залучав проросійських активістів, серед яких К. Стремоусов, який також отримав блогерську популярність завдяки COVID-19, а пізніше став колаборантом під час російської окупації Херсонської області та займав посаду голови окупаційної адміністрації (Коновалова, 2022). Служба безпеки України підозрює О. Стахіва у співпраці з російськими спецслужбами та плануванні терактів (Родак, 2021). Блогер разом з іншими своїми популярними колегами теж входить до руху «СТОП Фейк Пандемія», яке заперечує існування пандемії (Оксимець, 2021).

Після початку повномасштабного вторгнення О. Стахів змістив фокус уваги на протидію мобілізації, заснувавши ГО «Об'єднання правозахисників України», яке навчає членів «захищати свої права та свободи», надаючи їм «міжнародні посвідчення правозахисників». Співголова організації О. Герич відкрито відмовився від українського громадянства, вважає себе

громадянином УРСР та закликає своїх послідовників подавати до правоохоронних органів заяви щодо того, що їхній паспорт — підrobка радянського посвідчення. Влітку 2023 р. О. Стахів разом з О. Геричем (а пізніше і з Ж. Новосельцевим) започаткували онлайн-курси з «навчання журналістів», де вже на комерційній основі вони інструктують аудиторію з тих самих питань, серед яких протидія поліції та ТЦК. У рамках згаданих організацій створюються мережі закритих локальних груп у месенджерах, аудиторію яких закликають до створення альтернативних органів влади та невизнання легітимності існуючих українських установ (М'ясищев & Скібіцька, 2024).

Особистий YouTube-канал О. Стахіва був заблокований у лютому 2023 р., після цього він зосередився на інших платформах, зокрема Telegram, а також Rumble — відеохостингу, популярному серед західних користувачів, які притримуються консервативних та ультраправих поглядів.

Наприкінці 2024 р. О. Стахіва арештували у підозрі у шахрайстві та розголошенні відомостей про розташування підрозділу ЗСУ. Утім, після визначення судом застави у розмірі 908 тис. грн., прихильники блогера одразу оголосили збір коштів та зібрали необхідну суму за чотири дні, після чого О. Стахів вийшов з СІЗО (Троян, 2022). Цей факт наочно демонструє ефективність створеної довкола себе блогером мережі.

*Анатолій Якименко*



*Рис. 2.11: Обкладинка публікації, в якій А. Якименко розмірковує, що пандемія COVID-19 нібито закінчилася з початком широкомасштабної війни в Україні*

Блогер працював головним лікарем Вінницького обласного ендокринологічного Центру (Вінницька ОВА, 2017). У 2020 р. блогер балотувався до Вінницької міської ради. Під час пандемії коронавірусу кілька медіа та блогерів запрошували А. Якименко виступати медичним експертом з критикою політики щодо вакцинації в Україні та частин медичної реформи (ПолітХаб, 2021). Крім того він є головним редактором медіа «Trigger», який, згідно опису створений «групою медичних журналістів, які вирішили прийняти активну участь у процесі трансформації медичної сфери в Україні». До того ж А. Якименко створив канал «TRIGGER MMA», який мав виступати продовженням текстового медіа, проте, як постає з опису, «на каналі «порушуються не лише медичні, але філософські та політичні питання».

Додатково блогер має особистий YouTube-канал «Анатолій Якименко», де він коментує різні процеси медичної тематики, зокрема вакцинацію. Наприклад, у листопаді 2021 р., коли блогер саме створив цей майданчик, він опублікував 8 відео, всі вони були присвячені коронавірусу або пов'язаним явищам. Обидва канали потрапили у список найпопулярніших.

У своїх відео автор підкреслює невивченість дії вакцини та її наслідків для людської життєдіяльності та робить висновок, про неможливість визначення переваги щеплення над хворобою<sup>20</sup>. На переконання А. Якименка, повідомлення нові штами захворювання, зокрема Омікрон, є маніпуляцією з метою залучити молодь до вакцинації та намаганням світових фармакологічних компаній збільшити прибутки. Він стверджує про зацікавленість політиків національних урядів у тому, щоб зробити імунізацію побутовою звичкою та отримати таким чином безумовний доступ до тіла громадян, підготувати населення до «нової реальності»<sup>21</sup>. В одному з відео А. Якименко вказує, що Міністерство охорони здоров'я перетворилося на силовий блок для придушення українців, примусу їх до вакцинації<sup>22</sup>. Також цей блогер є послідовним критиком медичної реформи та взагалі роботи Міністерства охорони здоров'я України. Він називає використання вакцин медичним експериментом<sup>23</sup>, а також вважає локдаун, обмеження та пов'язаний з ними страх способом введення «глобалістами» у «нову реальність» європейців<sup>24</sup>.

---

<sup>20</sup> Анатолій Якименко. (2021, 24 листопада). *Щеплення від Covid-19: що відомо наразі та що не досліджено?* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/hikKppGJBH4>

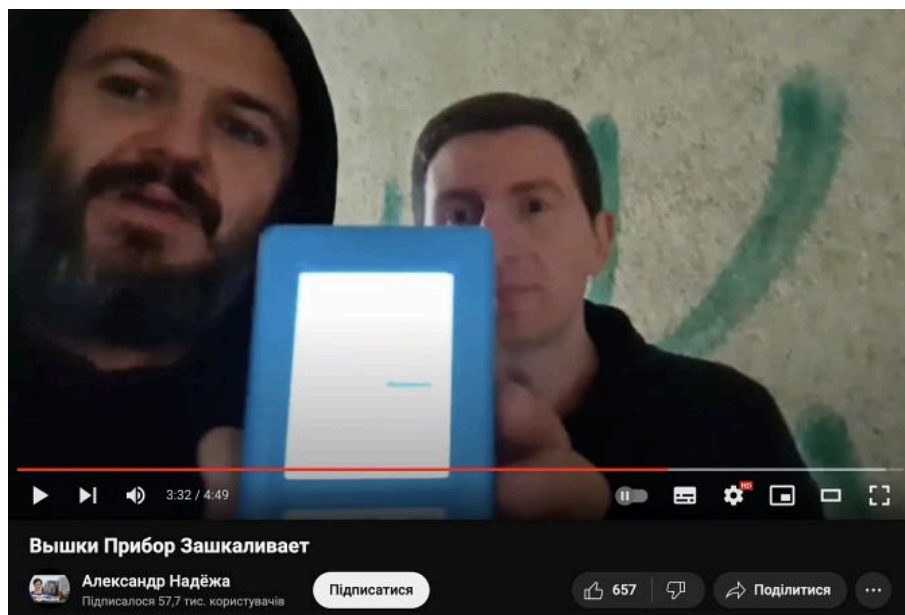
<sup>21</sup> Анатолій Якименко. (2021, 9 грудня). *Молодь заохочують до вакцинації за допомогою "Омікрону"* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/WXb5clko2ak>

<sup>22</sup> Анатолій Якименко. (2022, 25 січня). *Міністерство охорони здоров'я використовують для примушення українців до вакцинації* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/iHiG-Q-jezI>

<sup>23</sup> TRIGGER MMA. (2021, 14 листопада). *Відсторонення від роботи нещеплених: як бути* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/jYC\\_Wt2voZQ](https://youtu.be/jYC_Wt2voZQ)

<sup>24</sup> TRIGGER MMA. (2022, 17 квітня). *Чим українські біженці налякали західні еліти. Продовження історії з Папою Римським* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/VqcVYo7nIgo>

*Олександр Надьожа*



*Рис. 2.12. Фрагмент відео О. Надьожі (зліва), в якому він за допомогою приладу демонструє нібито загрозові показники опромінення від «вишок 5G» у центрі Львова*

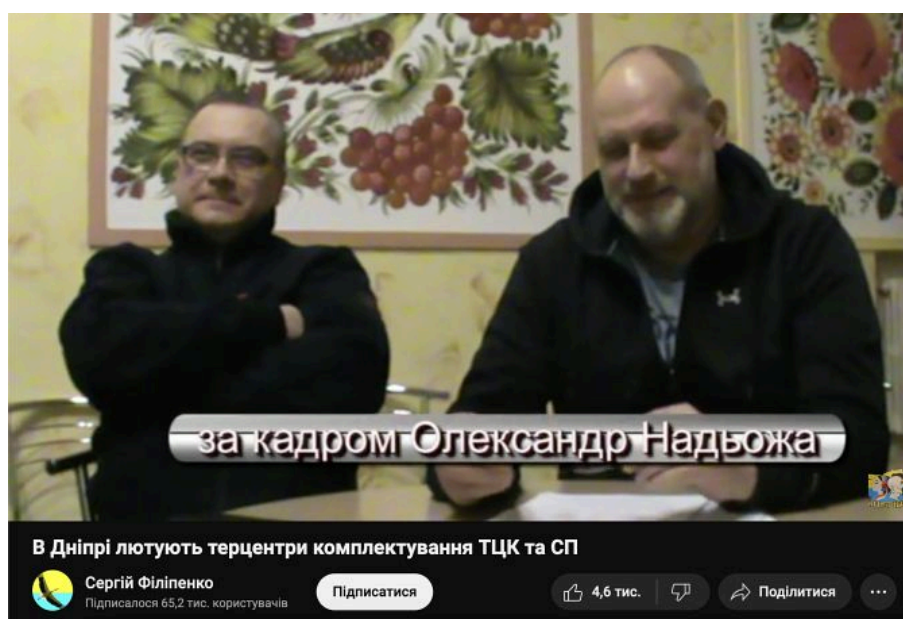
Блогер з Южноукраїнська Миколаївської області, у період 2017–2018 рр. обіймав посаду директора комунального ринку, після чого почав блогерську діяльність. З 2020 р. працював кореспондентом видання «ТавріяNews», очолюваним К. Стремоусовим, а також долучився до руху «СТОП Фейк Пандемія». Того ж року він балотувався на посаду голови міської ради Южноукраїнська, але не був обраний (ПолітХаб, 2023).

Під час пандемії О. Надьожа публікував стріми, наприклад, стосовно своїх конфліктів у публічних місцях, куди він спеціально приходив без маски, та вимагав обслуговувати його з порушенням карантинних обмежень. Свої провокації включно з тими, що він вчиняв у лікарнях разом з О. Стахівим та К. Стремоусовим, він називав журналістською діяльністю (Мороз, 2023а). Саме під час пандемії аудиторія каналу цього блогера зростала найактивніше: за один місяць 2021 р. його вона зросла майже вдвічі. Вже тоді він у своїх публікаціях називав себе громадянином СРСР та декларував підтримку до проросійських сил в Україні та за її межами, передаючи «низький уклін братам-слов'янам». Свої відео О. Надьожа публікував на двох каналах, які

потрапили у список найпопулярніших: «Александр Надёжа» та «Надежный Журналист».

Згодом О. Надьожа отримав від О. Стахіва посвідчення журналіста. Після початку повномасштабного вторгнення (факт якого блогер заперечував навіть після його початку), О. Надьожа також поширював фейки російської пропаганди, покладаючи відповідальність за підрив Каховської ГЕС на Україну (Мороз, 2023а.). У 2023 р. О. Надьожу затримали та висунули звинувачення у виправданні збройної агресії РФ, спробі повалення конституційного ладу України та поширенні комуністичної і нацистської символіки (ПолітХаб, 2023). На момент написання цього дослідження судовий процес над О. Надьожою триває.

*Сергій Філіпенко*



*Рис. 2.13. Фрагмент публікації, в якій С. Філіпенко (зліва) та В. Акулов обговорюють їхню суперечку з працівниками ТЦК зокрема з приводу вакцинації від COVID-19*

Порівняно з іншими представниками рейтингу найпопулярніших блогерів, які системно постають проти вакцинації від COVID-19, канал під назвою «Сергій Філіпенко» відрізняється тим, що його авторами є різні люди. Один з них — С. Філіпенко, ім'я якого носить канал, проте на відео також з'являються В. Акулов, разом з яким вони є співзасновниками ГО «Об'єднана

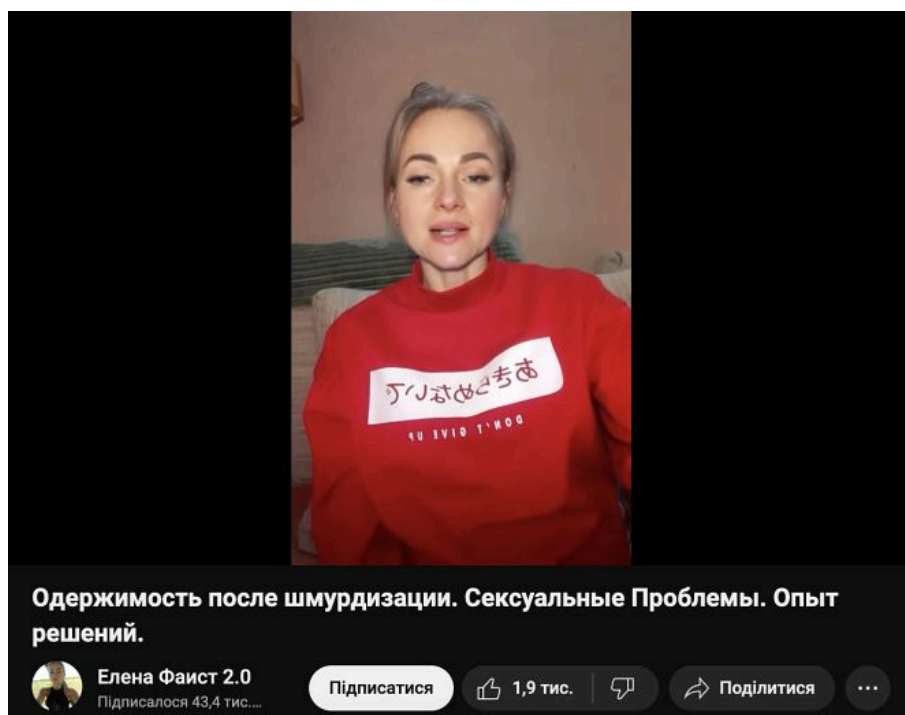
правозахисна група «Багнет нації»», зареєстрованої у Дніпрі (Clarity Project, б. д.), та інші дійові особи. В описі каналу також вказано назву цієї організації.

Наприкінці 2020 р. СБУ відкрила кримінальне провадження проти тодішнього керівника «Багнету нації» А. Балахіна після того, як він оголосив себе головою новоствореної «окремої» сільської ради на Львівщині. До цього А. Балахін брав участь у провокаціях у Дніпрі, де він організував мітинг та закликав бойкотувати карантинні вимоги. Члени «Багнету нації» називають чинні органи влади неконституційними та створюють власні альтернативні органи місцевого самоврядування (Котів, 2020). Наступного року А. Балахін разом з однодумцями оголосив себе новим президентом України задля її «перезавантаження». Учасники організації заперечують існування України, поширюють наративи російської пропаганди, конспірологію та меседжі дискурсивно близькі до тих, що розповсюджує рух «Живі люди-суверени». Ця організація також активно виступала проти вакцинації та вимог щодо носіння захисних масок під час пандемії коронавірусу (Наумова, 2023).

Представницю ГО «Багнет нації», Л. Дудко (так само які адвоката С. Гулу), О. Оксимець у своєму дослідженні зараховував до «правозахисної» групи представників антивакцинаторського руху, які заявляють, що обстоюють права та свободи громадян. Однак представники цієї організації активно поширюють конспірологію, пов'язану з вакцинацією, а також заперечують легітимність органів державної влади (Оксимець, 2021).

У своєму дослідженні провідних суспільно-політичних YouTube-каналів, які працюють на українську аудиторію, О. Мороз віднесла канал «Сергій Філіпенко» до числа 12 основних майданчиків противників вакцинації, що системно працювали станом на кінець 2021 р. (Мороз, 2021).

Олена Фаїст



*Рис. 2.14. Фрагмент публікації О. Фаїст, в якій авторка обговорює негативні наслідки вакцинації, серед яких зараження «паразитами свідомості»*

Керівниця черкаського осередку руху «Стоп Фейк Пандемія», сама себе називає вважає журналістом виданням ТаврияNEWSua.info, заснованого колаборантом К. Стремоусовим. До того ж О. Фаїст є прихильницею проросійського блогера О. Шарія, поширює проросійські тези та конспірологію, а під час протестів проти вакцинації у Києві 2021 р. вона заявляла, що українці та росіяни є «єдиним народом», заперечуючи збройну агресію останніх проти України. Разом з О. Надьожою блогерка є представницею ГО «Ведичний світ» (Оксимець, 2021).

У березні 2022 р. СБУ повідомила О. Фаїст про підозру у поширенні російської пропаганди, фейків щодо діяльності органів державної влади та «розхитуванні ситуації в регіоні» (Романенко, 2022).

YouTube-канали та сторінки О. Фаїст у соціальних медіа неодноразово блокувалися у різні часи, що призвело до існування трьох різних YouTube-каналів блогерки, два з яких, «Елена Фаист» та «Елена Фаист 2.0.»

потрапили у число найпопулярніших серед тих, що поширюють антивакцинаторські меседжі.

На згаданих каналах авторка поширює інформацію, що разом з вакциною в організм до людини нібито вводяться потойбічні сутності, «демони», «паразити свідомості» та деструктивні програми, які роблять людину «одержимою» та зводять з розуму<sup>25</sup>. Блогерка стверджує, що вакцини — це отрута, а лікарі, які здійснюють щеплення, беруть участь у вбивствах<sup>26</sup>, а коронавірус був «пробним заходом перед створенням цифрових концтаборів та геноциду населення»<sup>27</sup>. Коронавірус, на її думку, штучно створили для того, щоб нав'язати «тотальну диктатуру»<sup>28</sup>.

*Ольга Яремійчук*



*Рис. 2.15. Фрагмент спільного ефіру О. Яремійчук та О. Стахів*

У минулому балерина Львівського національного театру опери і балету ім. С. Крушельницької (Савчук, 2022), О. Яремійчук є головою ГО «Захист здоров'я нації» (Оксимець, 2021), а власний YouTube-канал створила 2019 р.

<sup>25</sup> Елена Фаист 2.0. (2022, 25 грудня). *Одержимость после имурдизации. Сексуальные Проблемы. Опыт решений* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/DRQqkFCiegI>

<sup>26</sup> Елена Фаист 2.0. (2022, 21 листопада). *Не надо ничего менять неготовым к этому. Обстоятельсва заставят* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/JGrzwM7lahs>

<sup>27</sup> Елена Фаист 2.0. (2023, 25 травня). *Важно! Неизбежные решения принять уже сегодня!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/TsJ4hF4g2Q0>

<sup>28</sup> Елена Фаист. (2022, 30 червня). *Почему мы все рабы. Объяснение на пальцах* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/983Qusw4D18>

Соратниця О. Стахіва, влаштовувала з ним спільні стріми з викриттям доказів світової змови довкола пандемії. На деяких каналах, куди О. Яремійчук запрошували коментувати питання вакцинації, її експертність співрозмовники доводили тим фактом, що вона є матір'ю п'ятерох дітей.

Активна противниця медичної реформи та Закону про систему громадського здоров'я, в одній зі своїх публікацій О. Яремійчук стверджувала, що цей закон «забороняє людям бути людьми»<sup>29</sup>. Вакцинацію від коронавірусу блогерка називала «медичним експериментом, за який ніхто не несе відповідальності»<sup>30</sup>, стверджуючи нібито щеплення — це суміші, які мають цифровий слід, а під час вакцинації в тіло людини поміщаються чипи для контролю над населенням. З тією ж метою, за її словами, запроваджені карантинні обмеження, а хвороба, у свою чергу, вигадана глобалістами для зменшення кількості населення<sup>31</sup>. Блогерка активно поширює інші конспірологічні теорії, пов'язані з COVID-19, а після початку повномасштабного російського вторгнення в Україну — з війною. Нижчі показники популярності каналу О. Яремійчук порівняно з іншими блогерами-коронаскептиками компенсуються її «високою активністю як гості на інших YouTube-каналах» (Проценко, 2022, с. 101).

Блогерка у своїй аргументації<sup>32</sup> посилається на Р. Кеннеді-молодшого, відомого американського конспіролога та противника вакцинації (Smith, 2021), якій є засновником організації Children's Health Defense, відомою завдяки поширенню антивакцинної дезінформації з 2007 р.

### *Інституційні зв'язки та мотивація публічної діяльності блогерів*

Не всіх представників списку можна охарактеризувати однозначно, назвавши їх активістами руху проти вакцинації — адже деякі з них

---

<sup>29</sup> Ольга Яремійчук. (2022, 29 вересня). *Підписано 4142... Бути людиною тепер поза законом? Нюрнберзький кодекс скасовано?* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/VK-zD7sTSdY>

<sup>30</sup> Ольга Яремійчук. (2021, 25 червня). *Нано чіпи - істерика фактчекерів чи реальність. Кілька цитат з «Майбутнє Освіти Глобальна Адженда»* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/CdY9DQX6F14>

<sup>31</sup> Ольга Яремійчук. (2021, 30 грудня). *Курячі коди або ... А що далі* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/vVniODxn-GM>

<sup>32</sup> Ольга Яремійчук. (2022, 13 жовтня). *4142 - конкретизація... Коротко* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/8n5BnHir3HI>

виступають, за їхніми словами, не проти щеплень, а проти їхньої «примусовості», хоча аргументація в цьому випадку збігається з «антивакцинаторською» (Оксимець, 2021). Загалом блогерів, відео яких потрапило в емпіричну базу дисертаційного дослідження, можна розділити на кілька умовних груп.

Перша група — ті, що є адвокатами (Т. Никифорчук, С. Гула, А. Болтік, Д. Бурмака) та мають найбільшу аудиторію порівняно з іншими виробниками контенту з вибірки. Ці блогери акцентують увагу на юридичному аспекті вакцинації, обмеженні прав та свобод. Деякі з них пропонують своїй аудиторії послуги з юридичного захисту або проводять прямі трансляції та вебінари з правничих тем. Утім, у відео ці блогери вдаються до казуїстики та термінологічних маніпуляцій, які використовуються для підважування необхідності дотримання карантинних обмежень та щеплення.

До другої групи можна віднести «народних» журналістів, а також самопроголошених правозахисників. Це — Ж. Новосельцев, О. Кутєпов, О. Надьожа, А. Гура та О. Стахів. Серед представників цієї умовної групи популярний жанр «гонзо-журналістики», коли автори стають учасниками подій у відео, влаштовуючи «репортажі» з центрів вакцинації, публічних місць та транспорту.

Третя група — конспірологи, серед яких В. Паньчак, А. Якименко, С. Філіпенко (а також інші дійові особи каналу, названого його ім'ям), О. Яремійчук та О. Фаїст. Теорії змови, на підтримку яких виступають ці автори, стосуються не тільки COVID-19, а і інших явищ: глобалізації, впровадження цифрових валют, війн і т.п.

Крім тематичної пов'язаності контенту та схожих поглядів на вакцинацію та карантинні обмеження, деяких блогерів об'єднують інституційні зв'язки. Також блогери згуртовані спільними громадськими організаціями на кшталт руху «Стоп Фейк Пандемія», або ж участю в спільних акціях протесту в різних містах України. До того ж пов'язаність згаданих діячів виявляється завдяки участі у публікаціях одне одного, де одні

блогери виступають коментаторами, експертами або ж соведучими в інших. Інколи комуніканти, які не спілкувалися публічно, заочно посилаються одне на одного. Показовий приклад В. Паньчака, який у кінці однієї з публікацій, несподівано та без будь-якого зв'язку з попереднім контекстом заявляє «До речі, я звернув увагу, що є такий Остап Стахів, який говорить про ці речі також».

Крім прикладу спільного каналу ДНК, в якому ведучими виступали Ж. Новосельцев та О. Кутєпов, також разом у ефірах з'являються А. Болтік та Д. Бурмака, які є засновниками «Клубу юридичного захисту водія». Блогери активно співпрацюють та рекламують у своїх публікаціях різноманітну правову літературу. В одному зі своїх найбільш популярних спільних відео вони сперечаються з поліцейськими з приводу доцільності вимоги носіння захисної маски в магазині<sup>33</sup>.

Навесні 2024 р. блогери Ж. Новосельцев та О. Стахів створили спільну платформу «KON TV»<sup>34</sup>, аббревіатура у назві якої одночасно означає «Канал Об'єднаного Народу» та відсилає до слова «кон», яке, за твердженням самих авторів, означає неписані внутрішні правила поведінки, які нібито існували у древній Русі. Особливістю новоствореного «медіа» є те, що воно представляє собою мережу особистих YouTube-каналів, в яких автори називають себе журналістами, а Ж. Новосельцев та О. Стахів репостять ці публікації. Відсутність єдиного каналу хоч і не сприяє консолідованому зростанню аудиторії, дає змогу знизити ризик блокування всього «KON TV» одночасно.

Мотивацію медійної діяльності блогери пояснюють по-різному (або не пояснюють взагалі). Найчастіше згадувана мотивація — бажання донести правду або попередити своїх глядачів. Ці звернення супроводжуються закликами до дій, такими як «прокинутися», «об'єднуватися» та «організовуватися». Тільки М. Чава та В. Паньчак формулюють заклики конкретніше — перший закликає створювати альтернативні органи

---

<sup>33</sup> Dima Poltava. (2020, 22 вересня). *ПОЛІЦІЯ В МАГАЗИН БЕЗ МАСКИ МОЖНО* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/LOUkPGKULXM>

<sup>34</sup> Остап Стахів. (2024, 17 червня). Telegram. <https://t.me/ostapstakhiv/2088>

самоуправління, а другий — «об'єднатися та боротися за наші життя» проти «зла, яке сидить у нас в Україні». При цьому коронаскептики критикують журналістів, характеризуючи їх як пропагандистів через підтримку кампаній вакцинації та небажання засуджувати карантинні обмеження.

Представники групи, які надають «юридичну підтримку», вважають, що їхні відео слугують «захисту прав» або ж вираженню «активного протесту» (проти концепції «мовчазної згоди», завдяки якій глобалісти нібито досягають контролю над людьми). Як приклад, вони наводять своє незадоволення законом «Про систему громадського здоров'я», що активно обговорювався у багатьох проаналізованих публікаціях. Вони також підкреслюють, що їхня мотивація пов'язана з необхідністю висловлювати «активний протест» проти нових законодавчих ініціатив, зокрема проєкту Закону про систему громадського здоров'я, якому присвячено значну частину їх контенту у зазначені нами часові рамки.

## **Висновки до розділу 2**

Під час пандемії COVID-19 у світі спостерігалось значне зростання рухів проти вакцинації, які у своїй комунікації активно поширювали дезінформацію про явища, пов'язані з хворобою. Такі дезінформаційні кампанії, пов'язані з щепленнями, мають серйозні негативні наслідки для суспільного здоров'я, оскільки вони нормалізують відмову від вакцинації та можуть впливати на рішення людей, які вагаються з приводу щеплення. Водночас така відмова впливає на рівень колективної імунізації та підвищує ризик спалахів інфекційних захворювань.

Рухи проти вакцин, зокрема і в Україні, існували до COVID-19. Якщо раніше вони перебували переважно на маргінесі та не мали вираженої координації чи лідерів, а у дослідженнях згадувалися «анонімні статті», то за кілька років до початку пандемії їхня медійна активність почала зростати. Тоді активісти почали об'єднуватися у групи та навіть громадські організації, вдаючись до «просвітницької діяльності», спрямованої на переконання

батьків відмовитися від вакцинації дітей від інфекційних захворювань. Це відобразилося у падінні рівня колективного імунітету проти керованих інфекцій до критично низьких показників, що загрожує спалахами вже «забутих» хвороб.

Зростання рівня довіри до соціальних медіа у поєднанні з глобальним локдауном сприяло розвитку своєрідних ехокамер, де користувачі посилювали свою упередження та сумніви щодо вакцинації, доцільності дотримання соціальної дистанції чи інших медичних рекомендацій. Антивакцинні блогери використовують емоційні історії та особисті свідчення для підсилення своїх меседжів, що робить їхній контент більш привабливим і вірусним серед користувачів. На фоні недовіри до державних органів та медичних установ, популяризувалися і маргінальні до того радикальні рухи, учасників яких пов'язує схильність до віри у різноманітні конспірологічні теорії.

COVID-дисидентство можна розглядати як складний мемплекс, який складається з деструктивних мемів заперечення небезпеки захворювання, конспірології, відмови від вакцинації та ін. Характерною особливістю цього мемплексу є здатність до швидкої адаптації та поширення через соціальні медіа, а також створення замкнених інформаційних середовищ, де відбувається взаємне підтвердження та посилення деструктивних ідей. Такий мемплекс демонструє ключові механізми поширення вірусів розуму: здатність до самовідтворення, спроможність обходити раціональні фільтри свідомості та створювати альтернативну реальність, яка підтримується груповою солідарністю.

Пандемія COVID-19 посприяла інституалізації антивакцинних рухів та їхньому об'єднанню навколо блогерів, які використовували соціальні медіа для поширення наративів деструктивного характеру, водночас досягаючи широкої аудиторії. Це підкреслює зростаючу роль української блогосфери, яка зазнала значної трансформації, ставши важливим інструментом для формування громадської думки та політичної активності. Блоги в Україні

почали активно розвиватися з середини 2000-х рр., набуваючи популярності як альтернативні джерела інформації та платформи для обговорення суспільно-політичних питань. Блогери як учасники інформаційного процесу виконують функції громадянських журналістів, залучають нові можливості для комунікації. Блогінг забезпечує більшу інтерактивність, ніж традиційні медіа. Аудиторія блогів можуть активно коментувати, обговорювати та взаємодіяти з контентом, що сприяє формуванню спільнот навколо блогерів.

Блогосфера в Україні характеризується високим рівнем політизованості, де блогери активно впливають на формування громадської думки та політичну активність. Це підкреслює їхню роль у громадянському суспільстві. Водночас блогери не дотримуються журналістських стандартів та етики, що може призводити до поширення дезінформації та маніпуляцій.

В Україні період пандемії припав на розквіт популярності YouTube, коли для багатьох українців ця платформа замінила традиційне телебачення. Активісти противакцинного та коронаскептичного руху скористалися цією можливістю, використовуючи майданчик для стрімкого росту та популяризації своїх поглядів. Ці блогери виступають проти «примусової» вакцинації та карантинних обмежень, поширюючи дезінформацію про вакцини та їхні наслідки. Блогери об'єднуються у громадські організації, такі як рухи проти вакцинації, та беруть участь у спільних акціях протесту. Факти їхньої співпраці один з одним дають змогу простежувати стійкі інституційні зв'язки між ними. Авторів популярних каналів об'єднують невдалі політичні кар'єри, досвід активізму, зв'язок з російськими агентами впливу в Україні. Провідними з погляду охоплення аудиторії стали кілька умовних груп блогерів, відповідно до їхньої основної діяльності та тематичної спрямованості контенту:

- юристи;
- «народні» журналісти та псевдоправозахисники;
- конспірологи.

Наступний розділ буде зосереджений на контенті, меседжах та наративах деструктивного характеру, що поширюють найпопулярніші українські блогери-коронаскептики.

## РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЇ ФОРМУВАННЯ КОРОНАСКЕПТИЧНОГО ДИСКУРСУ В УКРАЇНІ

### 3.1. Тематична спрямованість публікацій блогерів-противників вакцинації

Пропонуємо насамперед детальніше розглянути контент, опублікований на YouTube-каналах, згаданих наприкінці попереднього розділу дисертаційного дослідження. Ключовими критеріями відбору цих відео є такі:

- дата публікації;
- рейтинг публікації;
- тематика відео;
- кількість переглядів.

Відбір публікацій здійснювався наступним чином: часові рамки ми обмежили періодом публікації від появи COVID-19 в Україні 03.03.2020 до 31.12.2023. Хоча про закінчення пандемії хвороби ВООЗ оголосила у травні 2023 р., карантин на території України офіційно був скасований тільки 01.07.2023 р., а щорічна вакцинація від захворювання була і продовжує бути рекомендованою МОЗ станом на листопад 2024 р. (Міністерство охорони здоров'я України, 2024). Це пояснює вибір кінцевої дати для можливого потрапляння до емпіричної бази, адже противники вакцинації продовжували і після завершення пандемії публікувати матеріали, пов'язані з захворюванням.

Рейтинг публікації. Ми відібрали по 30 публікацій кожного автора, які у згаданий період мали найбільшу кількість переглядів. Загалом це 450 відео.

Жоден з досліджених нами авторів не присвячував всі свої публікації питанням, пов'язаним з коронавірусом, що зумовило необхідність виокремити серед їхніх найпопулярніших відео такі, які відповідали б певній тематиці. Таким чином, до вибірки потрапили відео, присвячені COVID-19 та супутним явищам (карантинні обмеження, вакцинація тощо), або такі, в яких коронаскептики згадують ці феномени контекстуально.

Мінімальна кількість переглядів на кінцеву дату потрапляння у дослідження становила 1 тис. Таким чином ми відсіяли відео з низькою залученістю, адже у блогерів з нижчими показниками аудиторії серед популярних могли опинитися відео з незначною, порівняно з середніми значеннями, кількістю переглядів.

Отже, кількість публікацій у емпіричній базі склала 232 відео, тобто більше половини початково відібраних публікацій відповідає всім названим критеріям. Медіанна кількість переглядів становить 58,2 тис. при середньому значенні у 110,6 тис. Два найпопулярніші відео досягли значення у 1,8 млн.<sup>35</sup> та 1,6 млн.<sup>36</sup> переглядів, а детальніші показники містяться у таблиці нижче (табл. 3.1). Для порівняння, найпопулярніша публікація О. Мороз, присвячена розвінчання дезінформації О. Стахіва, зібрала 21 тис. переглядів, а медіанна кількість переглядів її відео періоду пандемії, присвячених коронаскетикам та їхнім фейкам, становить 2 тис.

Таблиця 3.1

*Показники кількості переглядів відео з емпіричної бази, тис.*

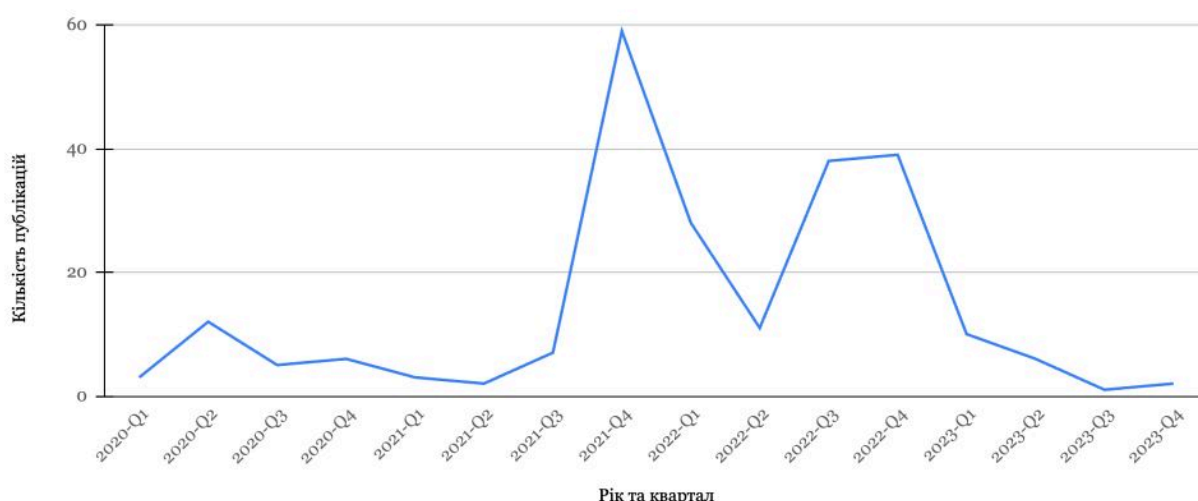
Назва каналу	Медіана	Середнє значення	Максимальне значення
Тарас Юрист Адвокат Одесса	212.8	322.5	920.5
ДНК	148.3	380.6	1835.9
Елена Фаист	141.7	141.7	152.0
Адвокат Болтик	101.1	208.2	1622.2
Знай Свої Права!	89.9	80.4	162.7
Сергій Філіпенко	88.9	87.5	135.3
Жан Новосельцев	73.1	87.3	160.4
РОБОТАЄ / Володимир Паньчак	62.3	97.3	201.6
Dima Poltava	58.2	92.0	601.9
TRIGGER MMA	49.3	76.3	182.5
ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула	48.0	62.4	250.8

<sup>35</sup> ДНК (2021). *Бананофигус: почему молчат украинские учёные? Связь космоса и человека: академик Гончарук*. YouTube. <https://youtu.be/E-s18DQPesA>

<sup>36</sup> Адвокат Болтік (2022). *ШОКИРУЮЩЕЕ ЗАЯВЛЕНИЕ ВАКЦИНАЦИЯ ЭТО ПОЛИТИЧЕСКОЕ РЕШЕНИЕ. МИР ПРИНОСИТ ИЗВИНЕНИЯ. Мы были правы*. YouTube. <https://youtu.be/JkFoxMTJcRE>

Александр Надёжа	43.8	58.4	204.9
Надёжный Журналист	38.5	44.4	88.2
Антон Гура	36.8	54.7	188.4
Елена Фаист 2.0	36.4	40.4	69.5
Остап Стахів	25.7	43.5	165.4
Анатолій Якименко	18.9	41.0	149.1
Права Людини	9.0	7.5	9.9
Ольга Яремійчук	5.5	11.9	61.0
<b>Загалом</b>	<b>58.2</b>	<b>110.6</b>	<b>1835.9</b>

Відповідність публікацій визначеним нами критеріям дає змогу стверджувати про періоди зацікавленості аудиторії у публікаціях, присвячених COVID-19. Розглянемо поквартальний хронологічний розподіл публікацій, які складають емпіричну базу (рис. 3.1).



*Рис. 3.1. Розподіл у часі вірусних публікацій блогерів-коронаскептиків*

Можемо спостерігати три найпомітніші піки медійної активності серед блогерів. Перший з цих сплесків, порівняно невеликий, трапився у другому кварталі 2020 р., що збігається з першим введенням карантинних обмежень в Україні. Очікуване невдоволення серед їхньої аудиторії активізувало блогерів-коронаскептиків, які виступили проти таких обмежень.

Період з найбільшою медійною активністю блогерів продовжувався з жовтня 2021 до весни 2022 р. Ця активність пояснюється тим, що у четвертому кварталі 2021 р. коронаскептики розпочали реалізацію акцій

прямої дії в офлайні. Зокрема, у листопаді 2021 р. відбулася масштабна протестна акція у Києві, в якій взяли участь і деякі з блогерів. Цей період характеризувався ще одним сплеском пандемії, коли більшість регіонів України потрапили у так звану «червону зону», що спричинило посилення карантинних обмежень. Водночас активно обговорювався та критикувався проєкт Закону про систему громадського здоров'я (згадуваного його противниками як «закон 4142» за номером законопроєкту), пізніше прийнятий Верховною Радою України у першому читанні 04.02.2021 та другому 06.09.2022 (Про систему громадського здоров'я, 2024).

Третій і четвертий квартали 2022 р. також відзначилися значним обсягом популярного контенту блогерів-коронаскептиків. Саме на цей період припало ухвалення згаданого Закону про систему громадського здоров'я. Він викликав масштабну хвилю дезінформаційних та маніпуляційних матеріалів впродовж всіх трьох років його обговорення і аж до прийняття. Тільки серед публікацій, що складають емпіричну базу дослідження, цей закон згадується у 53 публікаціях (23%).

Врешті, графік (рис. 3.1) демонструє помітне зниження зацікавленості блогерів та їхніх підписників до коронавірусної тематики у 2023 р. Слід зазначити, що така динаміка не сигналізує про зниження публікаційної активності комунікантів. Вона скоріше вказує на те, що у цей період зменшується кількість відео, які підпадають під тематичний критерій вибірки. Простежується подібність тенденції: початок повномасштабного російського вторгнення ненадовго змінив порядок денний коронаскептиків у другому кварталі 2022 р., а погіршення ситуації в енергетиці та посилення мобілізаційних заходів в Україні 2023 р. змінили тематичну спрямованість каналів противників вакцинації. Пізніше у цьому розділі ми розглянемо, як коронаскептики змогли пов'язати COVID-19 з темами, пов'язаними з війною, в єдиний наратив.

Розглянувши хронологію активності блогерів у період пандемії, для наочності додамо відомості про залучення їхньої аудиторії, разом із динамікою змін цих показників впродовж досліджуваного періоду (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

*Щорічні показники аудиторії найпопулярніших YouTube-каналів, що поширюють пов'язані з COVID-19 меседжі деструктивного характеру, тис. підписників<sup>37</sup>*

№	Назва	2019 <sup>38</sup>	2020	2021	2022	2023
1.	Тарас Юрист Адвокат Одесса	93.8	195	382	552	712
2.	ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула	63.9	159	348	503	586
3.	Dima Poltava	23	94.4	251	287	438
4.	Адвокат Болтік	1.6	75.5	266	337	411
5.	РОБОТАЄ / Володимир Паньчак <sup>39</sup>	0.2	3.5	8.3	42	121
6.	ДНК <sup>40</sup>	0.1	1.7	133	223	249
7.	Знай Свої Права!		0.0	6.4	16	141
8.	Антон Гура	5.0	18.4	52.5	128	170
9.	Жан Новосельцев <sup>41</sup>			12.3	65.5	132
10.	Остап Стахів <sup>42</sup>	3.9	26.3	71.8	127	127
11.	TRIGGER MMA	0.1	0.7	18.2	48	62.6
12.	Александр Надёжа	0.2	2.7	25.7	52.5	59.5
13.	Сергій Філіпенко	1.7	9.0	35.1	40.2	58.5
14.	Надёжный Журналист	0.1	0.4	43.1	48.6	46
15.	Елена Фаист 2.0 <sup>43</sup>				24.2	36.1
16.	Анатолій Якименко			21.6	23.8	28.1
17.	Елена Фаист				34.6	49.1
18.	Ольга Яремійчук	0.1	0.2	3.1	11.3	15

Дані таблиці вказують на те, що впродовж всієї пандемії аудиторія майже всіх досліджуваних нами каналів постійно зростала. Блогери з маргінальними показниками у сотні підписників на початку епідемії (В.

<sup>37</sup> Дані отримано за допомогою сервісу Socialblade.

<sup>38</sup> Кількість вказана на кінець (31 грудня) кожного року

<sup>39</sup> Канал заблоковано у квітні 2024 р., на той момент аудиторія становила 221 тис. підписників.

<sup>40</sup> Канал заблоковано у травні 2024 р.

<sup>41</sup> Канал заблоковано у січні 2024 р.

<sup>42</sup> Канал заблоковано у лютому 2023 р.

<sup>43</sup> Обидва канали О. Фаист були створені після блокування її «основного» каналу у 2021 р.

Паньчак, М. Чава, О. Яремійчук та ін.) до її третього року мали вже десятки або сотні тисяч. Інші, вже відносно популярні автори контенту (передусім представники групи «юридичної підтримки»), щороку збільшували свою аудиторію подекуди вдвічі та більше. Отож, щонайменше підтверджується факт розквіту популярності YouTube в Україні, який обстоювався у підрозділі 2.2. Крім того, така тенденція дає змогу стверджувати про зростання аудиторії саме завдяки актуальній тематичній спрямованості публікацій згаданих блогерів.

#### *Ключові меседжі коронаскептиків*

У рамках цього дослідження ми зробили спробу категоризації найпопулярніших меседжів, які поширюються у відео. Тези були розділені на категорії:

- «Безпека» — ті, що стосуються безпеки вакцини чи захисних засобів, або рівня небезпеки захворювання;
- «Теорії змов» — конспірологічні меседжі (які детально розглянуті у розділі 3.3. цього дослідження);
- «Порушення прав», про які стверджують коронаскептики (включно із твердженнями про запровадження диктатури чи тиранії);
- «Мораль» — апеляції до релігійних вчень, намагання пов'язати з ними явища, пов'язані з COVID-19, а також ксенофобські заяви.

Результати контент-аналізу наведені у наступній таблиці (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

*Категорії меседжів, поширюваних в аналізованих публікаціях*

<b>Категорія та меседж</b>	<b>К-сть</b>	<b>%</b>
<b><i>Порушення прав</i></b>		
Базових (людини, конституційних або без уточнення)	89	38
Впровадження диктатури	71	30
Дискримінація (невакцинованих або інших соціальних груп)	50	21
На труд	50	21
Свободи пересування	46	20
Батьків чи дітей	29	12
Майнових	28	12
Вибору	27	12
На свободу слова	23	10
Розголошення лікарської таємниці	23	10
<b><i>Теорії змов</i></b>		
Відбувається спланований геноцид	54	23
Впроваджується тотальний контроль над населенням	49	21
Україна перебуває під зовнішнім управлінням	48	21
Медичний експеримент	35	15
Тактика залякування (влада залякує людей)	30	13
Прибуток	28	12
України не існує (насправді це «корпорація»)	18	8
COVID-19 має штучне походження	9	4
<b><i>Безпека</i></b>		
Побічні ефекти вакцини (смерть, хвороби, імпотенція)	46	20
Небезпека вакцини приховується	33	14
Небезпека COVID-19 перебільшується	26	11
Невивчена вакцина (непротестована, виготовлена занадто швидко)	24	10
Носіння масок небезпечне	22	9
Склад вакцини (токсини, скло, аденовірус, чипи і т. п.)	21	9
Підрив імунітету (від вакцини чи лікування)	10	4
Тестування ненадійне (ПЦР)	7	3
<b><i>Мораль</i></b>		
Релігійні вчення (вакцина проти Бога, сатанізм)	28	12
Ксенофобія та стигматизація	5	2

Таблиця демонструє, що найактивніше коронаскептики вказують на *порушення прав*, пов'язані з вакцинацією чи карантинними вимогами. У більшості (38%) випадків автори відео заявляють про порушення «прав людини», не уточнюючи, які саме права вони мають на увазі. Другим за популярністю меседжем є твердження про примусовість, що асоціюється з «тиранією» чи «диктатурою». Блогери щонайменше у 30% відео стверджують, що вакцинація є недобровільною, а людей силоміць утримують у «концтаборах», обмежуючи їхні пересування. Крім того, противники вакцинації наголошують на дискримінації своєї соціальної групи, згадуючи випадки звільнення з роботи за відмову вакцинуватися чи відмову в обслуговуванні через порушення карантинних норм, які вони ігнорують (21%). У деяких випадках стверджують про порушення конкретних прав через карантин: на працю (21%) і свободу пересування через, наприклад, недопускання у транспорт без масок чи сертифікатів про вакцинацію (20%), що є маніпуляціями. Наприклад, коронаскептики заявляють, що за «законом 4142» батьків можуть позбавити прав на дітей (12%) або конфіскувати майно. Менш поширеними є тези про порушення свободи слова щодо тих, хто не погоджується з державною політикою у сфері охорони здоров'я, та нібито недотримання лікарської таємниці щодо вакцинації (по 10% випадків).

Друга за поширеністю категорія — «Теорії змов». Українські COVID-дисиденти вказують на таємно спланований геноцид (23%) та плани контролю за населенням за допомогою хвороби чи вакцинації (21%). Акцентують на зовнішньому управлінні над українцями (21%) і на проведенні медичних експериментів (15%), що є близькими до російських пропагандистських наративів. Менш популярними є тези про отримання прибутку через поширення хвороби чи засобів боротьби з нею, а також про штучний характер коронавірусу (12% та 4% відповідно). Подекуди аргументи базуються на концепції нікчемності української держави (8%). Найменш поширена теорія стосується штучного характеру захворювання і стверджує, що лабораторне походження вірусу старанно приховується (4%).

Третя за популярністю категорія — «Безпека», у рамках якої антивакцинні організації висловлюють свої думки щодо безпечності вакцини та серйозності COVID-19. Найчастіше такі особи акцентують на можливих побічних ефектах вакцини, зокрема на раптових смертях чи інших негативних наслідках після щеплення (20%). У 14% випадків стверджується, що небезпека вакцини приховується. У 11% відео відзначається, що небезпека коронавірусу нібито перебільшена. Критики вказують на швидке створення вакцини та недостатню вивченість її складу (10%). Менш поширені заяви про небезпеку засобів особистого захисту та складники вакцини, як-от: скло, аденовіруси, чипи тощо (по 9% кожен). Найменш популярні критичні твердження про методи тестування на коронавірус, які зустрічаються у 3% відео.

Найменш поширена категорія «Мораль», куди зараховувалися різноманітні способи пов'язати COVID-19 з релігійними упередженнями (12%). До того ж порівняно невелику поширеність мають ксенофобські меседжі, наприклад, звинувачення «іногородців» у захопленні влади та подібні расистські тези (2%).

У межах вивчення конкретних дискурсивних стратегій коронаскептиків додатково були досліджені заклики, яких вони вдаються у відео, а також адресати та приводи для їхньої критики (табл. 3.4.)

Таблиця 3.4

*Об'єкти критики та заклики коронаскептиків до аудиторії*

Одиниця аналізу	К-сть	%
<b>Заклики</b>		
Приймати поінформовані рішення (шукати правду, вивчати права)	51	22
Непокора (відмова від засобів захисту, саботаж карантинних вимог)	50	21
Розповсюдити інформацію	38	16
Звертатися до влади (писати депутатам, підписувати петиції)	37	16
Об'єднатися (приєднатися до руху)	23	10
Альтернативні методи лікування та профілактики	18	8
<b>Критика</b>		

Українська влада (суди, прокуратура, СБУ, Рада, президент, МОЗ)	98	42
Керівництво інших країн та світових установ (США, Європа, ВООЗ)	44	19
Журналісти та фактчекери (продалися, не пишуть про важливе)	34	15
Організація вакцинування чи тестування	18	8

Найбільша частина публікацій очікувано містить критику на адресу українських органів влади (42%) через карантинні вимоги, заохочення за вакцинацію. Коронаскептики також висловлюють невдоволення щодо керівників інших держав або міжнародних установ (19%). Журналісти, фактчекери та інші медійники, які присвячували критичні матеріали блогерам-коронаскептикам, розвінчували поширювані ними фейки або просто підтримували кампанію з вакцинації, так само підпадають під критику (15%). Подекуди критика стосувалися інших аспектів, наприклад, місця проведення щеплення (у торговельних центрах, на вокзалах, «у військоматах») та заохочень для вакцинованих.

Окрім поширення різноманітних меседжів щодо вакцинації, блогери в своїх публікаціях закликають аудиторію до дій. Найпоширенішим є заклик до умовного «критичного» або «вільного» мислення, який присутній у 22% публікацій. Менш поширені заклики до активних дій, таких як непокора чи саботаж карантинних правил (21%), та до прямої взаємодії з владою від підписання петицій до «паперового тероризму» (16%). На тому ж рівні знаходяться стандартні прохання поширити інформацію, що міститься в публікації (16%). Також у цій категорії розглядаються пропозиції блогерів щодо альтернативних методів лікування чи профілактики коронавірусу, що включають проведення більше часу на свіжому повітрі тощо (8%).

### **3.2. Специфіка мови блогерів-коронаскептиків**

Враховуючи шкідливий характер антивакцинаторської пропаганди, соціальні платформи розпочали заходи щодо протидії їй майже на самому початку пандемії COVID-19. Наприклад, YouTube розробив кілька нових

політик щодо COVID-19 та медичної дезінформації, видаливши з того моменту понад сто тисяч відео, що порушували ці нові вимоги. Платформа розширила свою політику для того, щоб охопити дезінформацію про інші вакцини, зокрема твердження, що схвалені вакцини є небезпечними або викликають хронічні захворювання. Забороненими стали неправдиві твердження щодо передачі захворювання, його лікування, заперечення COVID-19 тощо. YouTube провадить модерацию різних складових публікацій, зокрема контексту у відео, аудіоматеріалів, заголовків (The YouTube Team, 2021). Блогери-коронаскептики змушені були вдаватися до використання різноманітних технічних і мовних засобів, завдяки яким можливо уникнути модерации контенту, яка частково проводиться автоматично за допомогою моніторингу використання ключових слів (The YouTube Team, 2020). Це пояснюється тим, що порушення політик YouTube може призвести до вжиття платформою різноманітних заходів, від додавання помітної панелі з інформацією про перебіг та профілактику COVID-19 з посиланнями на офіційні джерела до блокування контенту або каналу в цілому.

Отже, блогери почали використовувати специфічну фільтровану «езопову» мову, не використовуючи конкретні слова, які, на їхню думку, є маркерними для перевірок від платформи: «коронавірус», «пандемія», «вакцина», а також похідні від них та інші лексеми. Водночас ці утворення ускладнюють автоматичний контент-аналіз публікацій, зокрема і завдяки їхньому різноманіттю. Використання кодових слів для уникнення модерации платформ — не унікальний винахід українських блогерів-коронаскептиків. Наприклад, у Facebook популярні групи противників вакцинації змінювали свої назви на евфемізми на кшталт «Dance Party» (Танцювальна вечірка), використовуючи відповідні слова у дописах, що дало їм змогу обходити заборони Facebook щодо дезінформації, пов'язаної з вакцинами (NBC News, 2021).

Досліджуючи зміни у лексиці, використовуваній коронаскептиками, варто пам'ятати про загальний тренд до появи коронавірусних неологізмів:

меми коронакризової тематики здебільшого посилаються на мовні новотвори епохи пандемії, наприклад, doomscrolling або zoombombing (Chernikova, 2021, сс. 294–295). Новостворені терміни у різних мовах дають змогу стверджувати про появу нової «коронамови» або ж «ковід-сленгу». Новотвори несуть зокрема і критичну функцію для негативної оцінки поведінки інших людей, а також використовуються для інформування населення та опис перебігу подій, вжитих заходів і можливих перспектив. До того ж неологізми сприяють зниженню рівня стреса аудиторії завдяки своїй гумористичній природі (Goltsova & Chybis, 2020, с. 47). Загалом інноваційна лексика є мовним маркером сучасного суспільства. Нові лексичні одиниці, які виникли під час пандемії, не лише називають нові реалії, а й передають психологічний стан людей та економічні виклики, з якими стикається суспільство внаслідок COVID-19. Так, неолексеми на кшталт «коронапсихоз» виражають психологічний стан тривоги, страху та емоційної напруги у суспільстві. Ці неологізми мають негативні конотації та використовуються для іронічної характеристики поведінки та ставлення людей до пандемії (Довбня & Товкайло, 2022, с. 220).

Утім, у проаналізованих нами публікаціях прослідковується тенденція, на яку вказувала у своїй роботі О. Проценко — у соціальному дискурсі України у період пандемії, з'явилося нове мовне явище, яке можна вважати новітнім арго. Його створення є результатом світоглядного розмежування суспільства, а також реакцією на, за визначенням авторки, «інформаційну монополію». Вона вважає, що соціальна група, яка використовує «антиковідні» новотвори, виробляє секретний мовний код, який виконує одразу кілька функцій: репрезентативну (визначення «своїх»), світоглядну, комунікативну, іміджотвірну та оцінно-експресивну. При цьому основною авторка вважає конспіративну функцію — арго вона вважає спеціально створеним для втаємниченого спілкування соціальної групи коронаскептиків специфічним словником. Слід відзначити, що частиною емпіричної бази згаданого дослідження були публікації на каналах популярних

блогерів-коронаскептиків, деякі з яких розглядаються у межах дисертаційної роботи. Серед них Ж. Новосельцев, О. Кутепов, О. Стахів, А. Якименко, А. Болтік, А. Гута та О. Яремійчук. У роботі О. Проценко відкрито підходить до дослідження з позиції противників карантинних обмежень і вакцинації та доходить висновку, що основне призначення новітнього аргю — приховати «заборонений цензурою окремих каналів комунікації зміст» (Проценко, 2022, с. 106).

Використання слів, граматичних форм чи цілих фраз, які формують специфічний понятійний апарат, свідомо використовується авторами відео для впливу на сприйняття тексту їхньою аудиторією. Такі мовні засоби, які виступають для глядачів своєрідним «соціальним шифром», В. Різун, Н. Непийвода та В. Корнеєв описали за допомогою терміну «перцептеми», тобто «психологічні знаки твору, які може сприйняти лише реципієнт, котрий має подібні з автором твору психологічні характеристики» (Різун та ін., 2005, сс. 51–54). Таким чином, структурні елементи цього «аргю» по суті є перцептемами, які уможливають віртуальний діалог з читачем глядачами, які вбачають у блогерах близьких за поглядами людей.

У результаті основу окремого понятійного апарату, яким послуговуються COVID-дисиденти в своїй комунікації щодо явищ, пов'язаних з пандемією, склала низка специфічних мовних утворень. Ми здійснили контент-аналіз публікацій для виявлення таких утворень, а також поєднали контент-аналіз із контекстуальним аналізом для визначення ступеню пов'язаності одиниць аналізу (слів та словосполучень) з пандемією COVID-19.

Розглянемо виявлені нами у проаналізованих публікаціях елементи цього апарату та специфічні терміни, якими послуговуються COVID-дисиденти.

### **3.2.1. Коронавірус та пандемія**

Для позначення вірусу та самої хвороби, яку він спричиняє, коронаскептики використовують низку специфічних термінів, деякі з яких є

неологізмами, інші ж — слова, які отримали нового значення завдяки семантичній деривації. Коронаскептики вигадують зневажливі пароніми та перифрази: «бананофікус», «барановірус», «К-19», чи «Ко-19», «дебіловірус», «афера», «лохотрон», «омі-омі»<sup>44</sup>, «міккімаус-19». Окремий набір термінів базовані на слові «модний»: «моднокоронована хвороба», «модна хворь», «модний грип», «модні шмарклі», «модний». Зазвичай разом із такою характеристикою захворювання маніпулятивно стверджується, нібито з появою COVID-19 всі інші хвороби відійшли на другий план.

Окремі лексеми також використовуються й на заміну терміну «пандемія»: українські коронаскептики, використовують слово «пандемія», натякаючи на «плановість» створення та загальну штучність хвороби. У цьому вони наслідують світові тенденції західних однодумців, які посилалися на однойменний документальний фільм 2020 р., в якому стверджувалося про фейковість захворювання. Згодом пандемія стала поширеним у соціальних мережах терміном, пов'язаним з низкою конспірологічних теорій (Kearney та ін., 2020, с. 2), що вказують на спланованість хвороби. Інші терміни з понятійного апарату українських COVID-дисидентів, які натякають на спланованість пандемії: «експеримент», «розводняк», та «договорняк». Використовуються також зневажливі терміни «ковідбесіє», «бананоістерія», «бараноістерія» та «ковідістерія», вони також існують у площині наративу «Роздування кривої».

Дещо позастистемним та одиничним на перший погляд є слово-замінник «панда», яке у своєму відео використав С. Гула. У цій публікації блогер пояснив, що має вдаватися до перифразу для запобігання привернення уваги «факмазерів»<sup>45</sup>, надаючи у подальшому перевагу слову стосовно пандемії слово «афера»<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> За назвою штаму коронавірусу «Омікрон»

<sup>45</sup> Фактчекерів, які неодноразово викривали неправдиві меседжі блогерів та сприяли блокуванню деяких їхніх відео.

<sup>46</sup> ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула. (2022, 25 вересня). *Шокуюча заява Байдена - ВСЕ ДУЖЕ СЕРІОЗНО! Що далі приготували?* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/uvUSXzflnAw>.

Загалом помітною є саме тенденція до тривіалізації захворювання за допомогою зневажливої лексики: специфічні слова, що вказують на перебільшеність небезпеки коронавірусу чи самої пандемії, використані у 84 публікаціях (36%). Використовуючи таку зневажливу лексику, крім надання суб'єктивної оцінки вказаному явищу, автори закріплюють меседж про те, що SARS-CoV-2, який викликає коронавірус, є не більш загрозливим, ніж будь-який інший вірус чи причина хвороб. Цей меседж — частина одного з поширених наративів сучасного антивакцинного руху, «Роздування кривої» (англ. Fluffing the Curve). Згідно нього уряди країн навмисно перебільшують кількість випадків COVID-19, смертей або тяжкості захворювання (Hughes та ін., 2021, с. 10). Отже, українські коронаскептики підтримують цей наратив за допомогою тривіалізації вже на рівні свого понятійного апарату.

### **3.2.2. Вакцина та вакцинація**

Специфічні новоутворені лексеми використовуються для позначення вакцинації від COVID-19. Процес вакцинації називається словами «уколізація», «жизизація», «шмурдизація», «утилізація», «ужалювання», «вколювання» та подібними.

Додатково уже наявним словам надаються нові значення, серед них слово «процедура» у різних варіаціях. Наприклад, з так званої «модної хвороби», згаданої раніше, логічно походить «модна процедура».

Такі лексеми походять від слів, що мають позначати самі вакцини: від зневажливих «модна шмаркля», «укольчик», «жижа» та «шмурдилово» до застережливого «хімікат», «ширка» та «суміш». Прихильники конспірології подекуди уживають також слово «чипізація», натякаючи, що разом із вакциною (або замість неї) людям насправді імплантуються мікрочипи або «цифрові сертифікати». Інші приклади: «ін'єкція», «вітамінка», «яди», «суміш під буквою пі»<sup>47</sup>, «біомотлох», «китайська жижа». Інколи, говорячи про вакцинацію, автори відео використовують слова «причастя» або «ініціація», надаючи цим термінам релігійного сантименту.

---

<sup>47</sup> Виробник вакцини Pfizer.

Нами також зафіксовані і специфічні дієслова на позначення процесу щеплення: «шваркнутися», «ширяться», «штрикатися», «попити [минералочки через голочку]», «уколізувати», «шпиргати» та «чпокати».

### **3.2.3. Карантинні обмеження, захисні засоби та «нова реальність»**

Для опису коронавірусних обмежень, засобів захисту та інших елементів реалій пандемії у пандемії використовується власний набір лексем. Так, говорячи про медичні маски, зазвичай використовують зневажливе «намордник», «зомбомаска», «підгузник», «ганчірка».

Сертифікати про вакцинацію згадуються за допомогою окремого набору лексем залежно від ступеня прихильності автора до теорій змов. Так, у «недододатку»<sup>48</sup> зберігалися доступні для перевірки «баранячий сертифікат», «аушвайс», «сертифікат тварини», «ветеринарний паспорт», «паспорт стада», «курячий код» та «кукукод»<sup>49</sup>.

Нарешті, комплекс державних заходів боротьби з коронавірусом COVID-дисиденти називають «цифровий (електронний, червоний<sup>50</sup>) концтабір», а також «геноцид», «терор», «новітнє цифрове рабство». Використання такої лексики в якості засобу продукування тривожності або створення «страхогенерувального» контенту може відбуватися як свідомо — задля маніпуляції аудиторією, її залучення та активізації або ж збереження власної позиції, так і несвідомо (Ромах, 2016), що, очевидно, не виправдовує таких дій.

Також у публікаціях згадуються інші терміни для опису коронавірусних реалій: «баранофікусні табори», «уколоавтомобілі» (мобільні пункти вакцинації), «Ко Табір», «ковмаразм», «намордніковий режим» та «дебілрежим» (масковий режим).

Врешті, реакцію урядів на хворобу у публікаціях називають «ною реальністю» або «новим світовим порядком», відсилаючи аудиторію до

---

<sup>48</sup> Йдеться про застосунок Дія, який дає змогу зберігати документи, зокрема сертифікат про вакцинацію, в смартфоні.

<sup>49</sup> Останні два слова співзвучні терміну QR-код, який затверджував справжність документа.

<sup>50</sup> «Червоною зоною» називалися регіони, де були перевищені показники кількості інфікування коронавірусом та рівня госпіталізацій

давньої конспірологічної теорії, яка передбачає запровадження єдиного світового уряду. Блогерка О. Яремійчук описує її так: «Начебто нас вводять у не просто реальність, а ось ту метафізичну, яку ми зараз бачимо, реальність, в якій будуть нові правила, нові закони в якій вже наразі ігнорують, а потім можливо і скасують конституції, Нюрнберзький кодекс і все решта»<sup>51</sup>.

### 3.2.4. Соціальні групи та окремі особи

До екзотичних новотворів, вживаних для позначення самих коронаскептиків та їхніх прихильників (або людей, що сумніваються), нових значень у комунікації набувають слова «пробуджені», «невколені», «живі люди», «свідомі», «ті, що вийшли з матриці», підкреслюючи інакшість противників вакцинації (якщо не їхню обраність) — ця лексика є прикладом такої, що виконує роль самоідентифікації.

Натомість людей, що вакцинувалися або виконують карантинні вимоги, називають «сонними», «рабами» або «фізичними особами», «переляканими овечками», «ЖиЗОїдами»<sup>52</sup>, «сонними мухами», «лохами», «вколеними», «генно-модифікованими» та «ужиженими». Таким чином, якщо М. Гольцова та Л. Чибіс визначили новотвори, що слугують маркуванням для COVID-дисидентів («ковідіот», «антимасочник» тощо), ми зафіксували ряд термінів, які самі коронаскептики застосовують на адресу людей, що вакцинувалися чи свідомо дотримувалися карантину. Вказані поняття виходять за межі «репрезентативної» функції аргумента коронаскептиків, на яку вказувала О. Проценко, адже йдеться не стільки про визначення «своїх», скільки про маркування «чужих» (іноді як своєрідну помсту за використання зниженої лексики у свій бік). Помітно, що, не зважаючи на великий набір виявлених неолексем, дослідниця фактично проігнорувала стилістично знижені новотвори, які використовуються COVID-дисидентами (зокрема тими, чії матеріали ми також вивчали) на позначення незгодних з їхнім

---

<sup>51</sup> Ольга Яремійчук. (2022, 1 жовтня). @4142 від маніпуляцій до катастрофи [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/-DnG53tibVw>.

<sup>52</sup> Запрошений гість каналу С. Філіпенка стверджує, що цей термін означає «Живий змінений організм»

світоглядом критиків. До цього ряду слід також ж додати жаргонізм «лох». Похідні від цієї лексеми, які не є власними новотворами коронаскептиків, не мають постійно окресленого відповідника. Наприклад, вживається слово «лохотрон», яким зазвичай позначають будь-який захід із запланованим апріорі обманом (Демченко, 2013, с. 85). У комунікації противників вакцинації це слово може означати, залежно від контексту, і саме захворювання, і заходи з вакцинації від нього, і карантинні обмеження, яке також називають словом «лохдаун». Натомість новотвір «лоховипадки» однозначний, проте неочевидний — ним називають статистику не вакцинації, а навпаки, офіційно зафіксовані та оголошені випадки захворюваності на COVID-19 та смертності від нього.

Свої позначення в антиковідній мові є і для компаній-розробників вакцини. Узагальнення «коваферисти» відсилає до обману та ошукання з їхнього боку. Низка термінів із частиною «фарм»: «фарма», «фарммафія», «фармацевтичний картель» до факту обману додають значення організованого злочину. Є персоналізовані зневажливі переробки прізвищ відомих осіб та назв великих фармацевтичних компаній та державних установ, як-от: «Білл в окулярах» та «Швабра»<sup>53</sup>, або «Шмайзер» та «Шмазер-мазер»<sup>54</sup>.

Звернімо окрему увагу на терміни «живі люди» та антитезу до нього «фізичні особи». Їхнє використання виходить за межі виключно «коронавірусного» понятійного апарату та може виступати маркером приналежності або підтримки руху «Живих людей» (назва не є формальною та використовується у медіа через постійне вживання його прибічниками цієї конструкції), що виник на пострадянському просторі і заперечує державну владу через відмову від громадянства та офіційних документів. Учасники руху вдаються до вибіркового тлумачення законів, які суперечать ustalеним юридичним нормам (Рець, 2024). Прихильники ідеї «живих людей»

---

<sup>53</sup> Йдеться про філантропа Білла Гейтса та економіста Клауса Шваба, яких конспірологи звинувачують намаганні контролювати населення зокрема за допомогою явищ, пов'язаних з коронавірусом

<sup>54</sup> Компанія-виробник вакцин Pfizer

стверджують, нібито юридичний статус «фізична особа» слугує дегуманізації людей та обмеження їх прав. Щонайменше половина згаданих нами блогерів-коронаскептиків: О. Стахів, В. Паньчак, С. Філіпенко, О. Надьожа, О. Фаїст, В. Паньчак та М. Чава - використовують подібну риторику та відповідну лексику щодо «зміни статусів», а останній навіть пропонує практичні поради та послуги з виготовлення документів, альтернативним державному паспорту. Блогер, як і інші прихильники описаних ідей, поширюють конспірологічну теорію нібито насправді Україна — корпорація, а не держава, яка приховує від населення те, що СРСР досі існує. У цій ідеї помітний вплив руху «громадян СРСР», який походить з майже офіційної російської державної риторики ностальгії за радянським минулим. Представники тамтешніх рухів відмовляються визнавати факт розпаду союзу не тільки з неоімперіалістичних, але і з корисливих мотивів, адже така позиція виправдовує несплату боргів (Яковлєв, 2021, с. 45).

Псевдоюридичні тези «живих людей» щодо необов'язковості дотримання законів і вимог органів влади можна не виконувати через факт «зміни статусу» чи фейковості самої держави актуалізувалися після початку повномасштабного російського вторгнення. Якщо раніше так виправдовувалися відмова від вакцинації чи дотримання карантину, тепер факт відношення себе до «живих людей» нібито став достатнім приводом для того, аби уникнути мобілізації.

У наступних підрозділах ми детальніше розглянемо поширені у проаналізованому контенті конспірологічні теорії, а також торкнемося спричинених війною змін у стратегіях та понятійному апараті коронаскептиків.

### **3.3. Місце конспірології в дискурсі противників вакцинації**

В українських соціальних медіа однією з комунікаційних кампаній, пов'язаних зі щепленням від коронавірусу, була саме «конспірологічна», а її меседжі посідали вагомую частину серед загалом поширюваних у рамках таких кампаній (О. Zakharchenko та ін., 2022, с. 683). Цей факт знайшов своє

підтвердження і в дисертаційному дослідженні, яке продемонструвало, що конспірологія є другою за популярністю категорією їхніх меседжів.

Коли йдеться про поширення конспірології як одного з проявів інфодемії, у медіа та наукових роботах згадують фразу генерального директора ВООЗ Т. Гебреїсуса, який ще на початку пандемії заявив про необхідність боротьби з троями та прихильниками теорій змови, які поширюють дезінформацію. Тоді, на Мюнхенській конференції у лютому 2020 р., він прирівняв швидкості поширення фейкових новин та вірусу. Тобто Т. Гебреїсус визнав факт інфодемії майже за місяць до того, як ВООЗ визнала COVID-19 пандемією у березні.

Водночас наслідки поширення конспірології у світі пост-правди можуть бути несподіваними у своїй деструктивності. Так, наприклад, Л. Макінтайр у своїй книзі згадує, як поширення в американських соціальних мережах теорії змови «Піццагейт» призвело до стрілянини в одному з ресторанів. На думку Л. Макінтайра, поширення теорій змов є частиною «постправдивої» політики, у рамках якої істина ставиться під сумнів (McIntyre, 2018 сс. 108–112). Автор вказує на необхідність створення контрнарративу проявам такої політики задля уникнення більш серйозних наслідків у вигляді переходу від звичайного незнання до деніалізму, коли люди перестають дослухатися і до фактів, і до здорового глузду (с. 155).

Хибні та шкідливі теорії змови є способом пояснити певну подію чи практику шляхом посилення на махінації впливових людей, які намагаються приховати свою роль принаймні до тих пір, поки їхні цілі не будуть досягнуті (Sunstein & Vermeule, 2009, с. 205). При цьому «шкідливими» є такі теорії змови, які можуть спричинити реальну шкоду та підривають довіру до основних суспільних інституцій, або більше — призвести до насильницьких дій з боку цих прихильників (навіть незважаючи на їхнє невелике число) (с. 204). Конспірологічні теорії, пов'язані з пандемією, саме такі, адже вони, у поєднанні з чутками, створюють епістемну соціальну невизначеність і

можуть викликати сумніви щодо вакцинації навіть серед людей, які не довіряють антивакцинним наративам (Pertwee, 2022, с. 457).

Усі теорії змови ґрунтуються на трьох припущеннях: що нічого не стається випадково, що все насправді не так, як здається на перший погляд, також те, що все у світі взаємопов'язано між собою, в тому числі і через складні причинно-наслідкові зв'язки (Barkun, 2013, сс. 3–4). У своїй книзі у розділі, присвяченому природі конспірологічних вірувань, М. Баркун звертає увагу на те, що інтернет приваблює прихильників змови через відсутність гейткіперів, що дає нагоду залучати більшу аудиторію. Також, на думку автора, інтернет сприяє формуванню «віртуальних спільнот» однодумців, які можуть підтверджувати і підсилювати віру один одного в теорії змови. Нарешті, і тут працює правило «вірусності», коли більша повторюваність може замінити пряме свідчення, а теорії змови, які широко поширюються в інтернеті, починають сприйматися як більш достовірні (сс. 230–231).

### **3.3.1. Поширення конспірологічних переконань в українському медіаполі**

Історично вітчизняні теорії змови частково успадковані від радянської політичної культури, а частково — «імпортовані» з Росії. Тамтешні політтехнологи доклалися до формування антизахідної конспірології в Україні, звинувачуючи США у демократичних протестах, зокрема Помаранчевій революції 2004 р. Українські еліти тих часів відродили радянські теорії змов для внутрішньої аудиторії, використовуючи їх для ідеологічного наступу проти Заходу та українського націоналізму (Kuzio, 2011, с. 222). «Темники» під час президентських виборів 2004 р. були частиною скоординованої кампанії Партії регіонів та її союзників, спрямованої на поширення конспірологічних теорій, які звинувачували опозицію та Захід у організації «державного перевороту» проти Януковича. Тоді ж проросійські телеканали активно поширювали конспіративні теорії, що зображували Ющенка та його прихильників як «американських лакеїв» та «екстремістів», що діяли за вказівкою Заходу (Kuzio, 2011, сс. 227–228).

Пізніші дослідження підтверджують успішність тактики популяризації теорій змови російською пропагандою. Наприклад, у 2020 р. учені зауважили, що на сході та півдні України спостерігається значний рівень віри в зовнішнє управління Україною колективним Заходом, а також у проведення американцями медичних експериментів над українцями за підтримки У. Супрун (Gentile & Kragh, 2022, с. 982). Висновок дослідників полягає в тому, що поширення прокремлівськими медіа теорій змови щодо подій на пострадянському просторі дає змогу російським політичним лідерам поглибити наявні суспільні розколи та створити нові.

### **3.3.2. Конспірологічні меседжі українських коронаскептиків**

За допомогою контент-аналізу ми ідентифікували у публікаціях блогерів меседжі, які стосуються напряму коронавірусу або реалій життя, пов'язаних із хворобою.

Серед меседжів ми виділили такі, що містили компоненти чи ознаки шкідливих теорій змови (використовуючи для цього принципи, якими послуговувалися згадані раніше К. Санстейн, А. Верм'юл та М. Баркун). Узагальнивши їх, ми отримали вісім найбільш поширених блогерами-коронаскептиками конспірологічних меседжів, описаних у табл. 3.4. Ми кодували кожну публікацію за фактом наявності чи відсутності таких меседжів, в одному відео могло бути зафіксовано наявність одразу кількох конспірологічних тез на підтримку різних теорій. У таблиці 3.4 тезово наведені меседжі та їхній стислий опис, а також вказані цитати на їхню підтримку разом із вказанням YouTube-каналу. Ці меседжі можуть поширювати не тільки автори, а і запрошені спікери у ефірах, іноді — з числа інших блогерів. Не зважаючи на авторство висловлювання, ми наводимо посилання на канал, де воно було озвучене. Тези, висловлені іншими мовами, наведені у таблиці українською.

Таблиця 3.4.

*Меседжі, які формують теорію змови, асоційовану з COVID-19 та пов'язаними з ним явищами*

Меседж та його опис	Приклад тези
<p><b>М-Т (тотальний контроль) Впроваджується тотальний контроль над населенням COVID-19</b> (тут і далі — або пов'язані з ним обмеження) необхідний для контролю над населенням.</p>	<p>«Мета політиків — прирівняти вакцинацію до побутових звичок... Це робиться для того, щоб привчити до вакцинації та забезпечити безумовний доступ до організму»<sup>55</sup>.</p> <p>«Це гра, і ми гравці, ви граєте. Це та ж гра в кальмара. Ти вибираєш собі роль, ким ти будеш. Або набрався сил і все усвідомив, або все життя у цій грі залишаєтесь пішаками, на яких всі їздять. З нами грають. Треба хакнути цю систему і не підкорятися їй»<sup>56</sup>.</p> <p>«Два роки тому багато хто прозрів, хто ходив у масках, пам'ятають, як ламалася воля людини, де люди мимоволі, опустивши голови, надівали ці намордники і закривали рот і терпіли. Багато людей стане ще більш зазомбованими, вони будуть зламані, і ними буде легше управляти»<sup>57</sup>.</p> <p>«Правової свободи стане менше... Під дією тих чи інших захворювань можливості перевірки майна, автомобіля, зупинки, примусової госпіталізації, вимог конкретних, до речі щодо щеплення чи тієї самої чипізації... По інформації від Біла Гейтса, ... зараз активно розробляється можливість введення і запровадження ось цих чипів щодо найперше відстеження стану здоров'я, впливу на стан здоров'я, інформації про стан людини а також з необхідністю контролю переміщення людей»<sup>58</sup>.</p>
<p><b>М-Ш (штучність) COVID-19 чи його симптоми — штучні</b></p> <p>Коронавірус був створений штучно, або ж симптоми, які пов'язують з захворюванням, насправді</p>	<p>«Поодинокі голоси вчених біохіміків і мікробіологів... говорять про те, що, власне, дефіцит кисню та падіння сатурації може бути сильно пов'язано з радіаційною небезпекою, випромінюванням вишок 5G»<sup>59</sup>.</p> <p>«Коронавірус — це хімічне отруєння гуанідином, який додають у воду бутильовану для знищення, стерилізації від</p>

<sup>55</sup> Анатолій Якименко. (2021, 9 грудня). *Молодь заохочують до вакцинації за допомогою "Омікрону"* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/WXb5clko2ak>

<sup>56</sup> Надёжный Журналист. (2022, 9 грудня). *Тучи с Ядом уже в каждом городе* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/1hXPP-\\_CGuw](https://youtu.be/1hXPP-_CGuw)

<sup>57</sup> ;Знай Свої Права! (2022, 12 грудня). *Вони ХОЧУТЬ ЗЛАМАТИ Наш ДУХ!!!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/8cJYImpwQjg>

<sup>58</sup> ЮрАналитика - Адвокат Сергій Гула. (2020, 22 квітня). *Що буде далі? Нащо нам розраховувати?* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/9aYiH2\\_UBH8](https://youtu.be/9aYiH2_UBH8)

<sup>59</sup> Ольга Яремійчук. (2021, 25 червня). *Нано чіпи - істерика фактчекерів чи реальність. Кілька цитат з «Майбутнє Освіти Глобальна Адженда»* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/CdY9DQX6F14>

<p>є наслідком штучного втручання.</p>	<p>мікрофлори»<sup>60</sup>.</p> <p>«По протоколу чому померлих від цієї модної хвороби в целофан скручували і ховали так і казали: “Ой ні в якому разі”. Є така інформація, що в Німеччині лікарі відкрили і виявили, що це не вірус, а бактерія, яка може лікуватися звичайними антибіотиками. Це отрута»<sup>61</sup>.</p>
<p><b>М-П</b> (прибуток) <b>Коронавірус існує для отримання прибутків</b></p> <p>Певна (або одразу кілька) зацікавлена сторона заробляє на хворобі, карантинних заходах чи вакцинації, а тому сприяє її поширенню. Серед таких сторін називають політиків, деякі неприбуткові організації та фармакологічні компанії.</p>	<p>«Створення цифрових послуг електронної охорони здоров'я, щоб дозволити постачальникам послуг, тобто фармамафії і фармабізнесу, обмінюватися електронними рецептами та резюме пацієнтів. Другий елемент — підключення та обмін даними для досліджень... Їм дуже зручно проколоти і з боку спостерігати, що з цього вийде»<sup>62</sup>.</p> <p>«Заробляють на тестах на ковід в антисанітарії на автовокзалах. Сидять на відкатах»<sup>63</sup>.</p> <p>«Американське управління санітарного нагляду і якості харчових продуктів і медикаментів оголосило, що обмежує використання вакцини «Джонсон і Джонсон». Причина в тому, що є величезний ризик синдрому згортання крові. Ми говоримо про тромбоз, який часто має наслідком летальність. По суті це заборона використання. Я не здивуюся, якщо цей засіб буде далі у використанні інших країн, включно з Україною. Десь ці партії треба буде відправити. За низькою ціною благодійна допомога, щоб в збиток не піти, або, може, чуть-чуть мати наварчик»<sup>64</sup>.</p> <p>«Лікарі також отримували свою стимуляцію. Вона може бути різною, але все одно зводиться до грошей... В Україні подвійна стимуляція — і лікарів, і пацієнтів, щоб вони йшли назустріч один одному за цима грошима... Вакцина надається безоплатно, і до безоплатної вакцини ще потрібна і стимуляція, ще й лікарям. Чому медики не агітують без грошей?»<sup>65</sup>.</p>
<p><b>М-Г</b> (геноцид) <b>Здійснюється спланований геноцид</b></p>	<p>«Вони говорять: «Сталася модна хвороба, треба всіх присипати згори...» і з цим впораються військові, тому що вони і так сиплють, тільки трохи інші хімікати... Дозволяється використовувати біоциди. Для чого вони це</p>

<sup>60</sup> ДНК. (2021, 9 листопада). *Бананофікус: почему молчат украинские учёные? Связь космоса и человека: академик Гончарук #ДНК* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/E-s18DQPesA>

<sup>61</sup> Сергій Філіпенко. (2021, 22 серпня). *Влад Акулов про Картахенський протокол, опікунів-окупантів та ЖиЗОїдів* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/1C2cdi439T4>

<sup>62</sup> Жан Новосельцев. (2022, 19 жовтня). *4142 - детский лепет, теперь они протягивают 0171 - Остап Стахив о новом кабальном законопроекте* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/tlOzPaD96oI>

<sup>63</sup> Александр Надёжа. (2021, 29 жовтня). *В Грязь за Сертификатом Глупо и Дешево вас разводят* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/aXpa673dfXc>

<sup>64</sup> ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула. (2022, 4 серпня). *А МИ ПРО ЦЕ ГОВОРИЛИ! Дуже серйозні наслідки та тотальна брехня!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/dVOfETC-R-c>

<sup>65</sup> Анатолій Якименко. (2023, 26 квітня). *СТИМУЛЯЦІЯ ВАКЦИНАЦІЇ: чому це стосується лише коронавірусу?* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/k6OHvCJQ0mI>

<p>Захворювання (або ті симптоми, які пов'язують з коронавірусом) або вакцинація від нього покликані для знищення населення.</p>	<p>роблять? Хтось каже, що нас підтравлюють, хтось каже, що це змінює клімат»<sup>66</sup>.</p> <p>«Або ми будемо об'єднуватися і протестувати проти того геноциду, що влаштували на Україні зокрема і на всій земній кулі, якщо ми не будемо боротися, ми програємо. Ворог в Україні сидить у нас на керівних посадах. Нас знищують фізично»<sup>67</sup>.</p> <p>«До 2025 року залишиться всього чотири мільйони населення. Іде суцільне знищення українського народу. Так звані світові «швабри» говорять в своїх інтерв'ю, що Україна це буде перша країна, де буде зачистка території»<sup>68</sup>.</p>
<p><b>М-Е (експеримент)</b> <b>Здійснюється медичний експеримент</b></p> <p>COVID-19 — це масовий медичний експеримент, за який ніхто не несе відповідальність.</p>	<p>«Ті люди, які біжать на вколювання, які не розуміють, що над ними офіційно проводять експеримент, за який ніхто не несе відповідальності, і вони добровільно дають дозвіл на цей експеримент... Скільки африканських людей вже загинуло від «добрих» експериментальних вакцин Біла Гейтса»<sup>69</sup>.</p> <p>«Ми вже знаємо, і рішеннями судів це підтверджено, що над нами проводять медичний експеримент. 31.12.21 був наказ МОЗ дозволити проведення клінічних випробувань лікувальних засобів, що направлені на ліквідацію модного захворювання. Але над ким? І яким способом?»<sup>70</sup>.</p> <p>«Уколи — це взагалі медичний експеримент... Це не моя суб'єктивна думка, це рішення суду. Суд приходить до висновку, що лікарські засоби від коронавірусної хвороби COVID-19 <b>ЗНАХОДЯТЬСЯ У СТАДІЇ</b> клінічного випробування на пацієнтах з метою дослідження їх для оцінки на ефективність та безпечність...»<sup>71</sup>.</p>
<p><b>М-З (залякування) Людей просто залякують коронавірусом</b></p> <p>Уряди країн (або українська влада зокрема) за допомогою COVID-19</p>	<p>«У березні 2020, коли почався цей цирк з ковідом, і він тривав 20-й рік, потім 21, нас всіх кололи, вимагали оці всі QR-коди, чипували нас і тому подібне, лікували нас від хворіб, які назвали б моднокоронованою хворобою... Всі-всі держави як під копірку вводили на своїх територіях лохдаун. На простий народ спустили всіх поліцаїв, щоб</p>

<sup>66</sup> Жан Новосельцев. (2022, 19 липня). *Воздушные присыпки больше не миф - военные помогают опылять население* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/29gm\\_VmetZQ](https://youtu.be/29gm_VmetZQ)

<sup>67</sup> РОБОТАС / Володимир Паньчак Шеремета (2022, 8 вересня). *Число диявола в Україні 666 - ЗАКОНОПРОЕКТ 4142* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/nc9IRx8-6Is>

<sup>68</sup> ;Знай Свої Права! (2023, 2 березня). *Нас ЗАЛИШИЛОСЬ 16 МІЛЬЙОНІВ!!! До 2025 року ПЛАНУЮТЬ ЗАЛИШИТИ 4млн. українців!!!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/mTh3g5fnpXg>

<sup>69</sup> Ольга Яремійчук. (2022, 25 жовтня). *«Що буде з Україною вже завтра?» ефір - осінь 2020 року* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/Mgd0nYwqfXl>

<sup>70</sup> Адвокат Болтик. (2022, 16 січня). *ШОКИРУЮЩЕЕ РЕШЕНИЕ СУДА ФРАНЦИИ. ПРИКАЗ МОЗ УКРАИНЫ ПРИОСТАНОВЛЕН* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/qcsYzsFF\\_IU](https://youtu.be/qcsYzsFF_IU)

<sup>71</sup> Dima Poltava. (2022, 20 січня). *СМОТРЕТЬ ВСЕМ! В УКРАИНЕ КАРАНТИН НЕЗАКОННЫЙ РЕШЕНИЕ СУДА ПОСТАНОВЛЕНИЕ КМУ 1236 НЕЗАКОННОЕ* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/WGYS6smnHBA>

<p>чи карантину залякують своє населення, хоча насправді хвороба не є настільки небезпечною.</p>	<p>нас гнобили за оці намордники на обличчі і таке подібне»<sup>72</sup></p> <p>«Ляшко зробив заяву, що закриття парків і скверів з епідеміологічної точки зору повністю не має сенсу Це зроблено просто, щоб залякати народ. Завдяки цьому психологічному ефекту у людей з'явилося відчуття небезпеки і необхідність дотримуватися карантину, який запровадив уряд... Може, вони самі в це не вірять і вважають, що все абсурд і неправда, тому вони і не бояться захворіти. А ви носіть маски, а то вас оштрафують... Такі дії з залякування народу. Залякали мільйони»<sup>73</sup>.</p> <p>«Усі оті закони діють лише на хворих і в випадку надзвичайного стану... А ви бачили відповідь від МОЗ, що епідемії в Україні немає. Немає і карантину введеного... Вас просто залякують... Тобто ви зрозуміли, не ведіться. Це вас беруть на понт»<sup>74</sup>.</p>
<p><b>М-У (управління) Україна перебуває під зовнішнім управлінням</b></p> <p>Україною насправді управляють країни Заходу, міжнародні організації чи транснаціональні корпорації, а національний уряд тільки виконує їхні доручення.</p>	<p>«Що цікавого в цій угоді? Якщо Україна захоче вийти<sup>75</sup>, вона може вийти, але всі програми, які вона по цій угоді, вона повинна їх дозавершити... Рішення комісії з якогось дива прирівнюються до рішень Європейського суду... Плюс Україна, коли приймаються рішення по ній, вона не має засідати в тій комісії. Лише доводяться до відома України рішення по Україні. Тобто, ми фінансуємо, а рішення не приймаємо»<sup>76</sup>.</p> <p>«Про яку незалежність йдеться, коли наРОД<sup>77</sup> в намордниках? Поки ми б'ємось на смерть брат з братом, євреї переберуться жити в Україну»<sup>78</sup>.</p> <p>«Нам завжди будуть загрожувати «надуті» спалахи пандемії, тому що ми не маємо суб'єктності... Якщо нам наші партнери дадуть чергову позику під зобов'язання закупити та реалізувати якусь вакцину від даного виробника, то пандемія буде. А якщо такого зобов'язання не буде, то і пандемії не буде. Тут не медичне питання»<sup>79</sup>.</p>
<p><b>М-К (корпорація) України</b></p>	<p>«Україна — учасник міжнародної фінансової корпорації, створеної Міжнародним банком реконструкції та розвитку,</p>

<sup>72</sup> РОБОТАЄ / Володимир Паньчак Шеремета (2022, 5 грудня). *Цифрова Гривня ! CBDC !* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/VF3VfQlujwY>

<sup>73</sup> Тарас Юрист Адвокат Одеса. (2020, 13 травня). *Карантин ввели, чтобы запугать людей, признание главного санитарного врача* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/e8hW65L5qYc>

<sup>74</sup> Сергій Філіпенко. (2021, 6 листопада). *Жодних «карантинних пісень» не підписуйте - стаття 63 КУ* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/72s0tszDB9c>

<sup>75</sup> З програми EU4Health, яку А. Болтік у публікації обговорює з О. Стахівим.

<sup>76</sup> Адвокат Болтик. (2022, 23 жовтня). *НАРОД УКРАИНЫ ПОДНИМАЙТЕ ГОЛОВУ НАС ЖДЕТ НОВАЯ ПРОГРАММА EU4Health и СДЕЛКА с Евросоюзом* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/G2sehV3FqBM>

<sup>77</sup> Тут і далі збережено оригінальний правопис текстових елементів всередині відео О. Надьожі.

<sup>78</sup> Надёжный Журналист. (2022, 22 березня). *ПрекРАти ВОЙну выбрось Намордник. АДская МатРица кто это создал* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/QG42Hrqn860>

<sup>79</sup> Анатолий Якименко. (2022, 8 липня). *Куда пропал Ковид? Он был ещё вчера! @BIZYAEVRUSLAN* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/pE-t60\\_x9x8](https://youtu.be/pE-t60_x9x8)

<p><b>не існує</b></p> <p>Україна — не держава, а «корпорація», зареєстрована кордоном<sup>80</sup> за</p>	<p>який входить в групу світового банку. Центр в Вашингтоні, валюта США... Уряд України - це учасник міжнародної корпорації, а НБУ — це сховище для міжнародної фінансової корпорації. По статуту, нагадаю, НБУ — незалежна фінансова установа. Незалежна від кого, від людей, громадян України?.. Нас ніхто не питає, і нам треба виходити з цієї матриці, заявляти статус людини, не підкорятися системі. Вийти з всіх ВООЗів, МВФ Матриця нам нав'язує, а ми повинні робити так, як ми бажаємо»<sup>81</sup>.</p> <p>«За документами, ми знаходимося в морі, бо нам видали пасПОРТА корпорацій, тому що держав нема. Наша корпорація знаходиться десь в США в двоповерховому будинку, там офіс корпорації «Україна»... Пандемія не прокатила. Вони розуміють, що своїми жижами не встигли всіх переколоти. Це не наш уряд, це уряд чужоземців. Ні одна тварина з чиновників не заступилася за вас, за людей, коли їх пресували за намордники, коли їх проколювали. Кукловодів треба поміняти. Вони не мають права керувати»<sup>82</sup>.</p> <p>«24 серпня 1991 року нам нав'язали незрозумілий суб'єкт і розказали, що ми незалежна держава. Насправді змінили УРСР на Україну. Чому дотепер немає визначеного юридично українського народу як власника?»<sup>83</sup>.</p>
--	--

Частина публікацій, в яких присутні конспірологічні меседжі, є суттєвою: таких відео 135 з 232 (58%). Цілком доцільно детальніше розглянути спрямованість цих меседжів. Наступна діаграма (рис. 3.2) демонструє кількість публікацій, в яких ми виявили меседжі на підтримку теорії змови:

- М-Т. Впроваджується тотальний контроль над населенням
- М-Ш. COVID-19 чи його симптоми — штучні
- М-П. Коронавірус існує для отримання прибутків
- М-Г. Здійснюється спланований геноцид
- М-Е. Здійснюється медичний експеримент
- М-З. Людей просто залякують коронавірусом

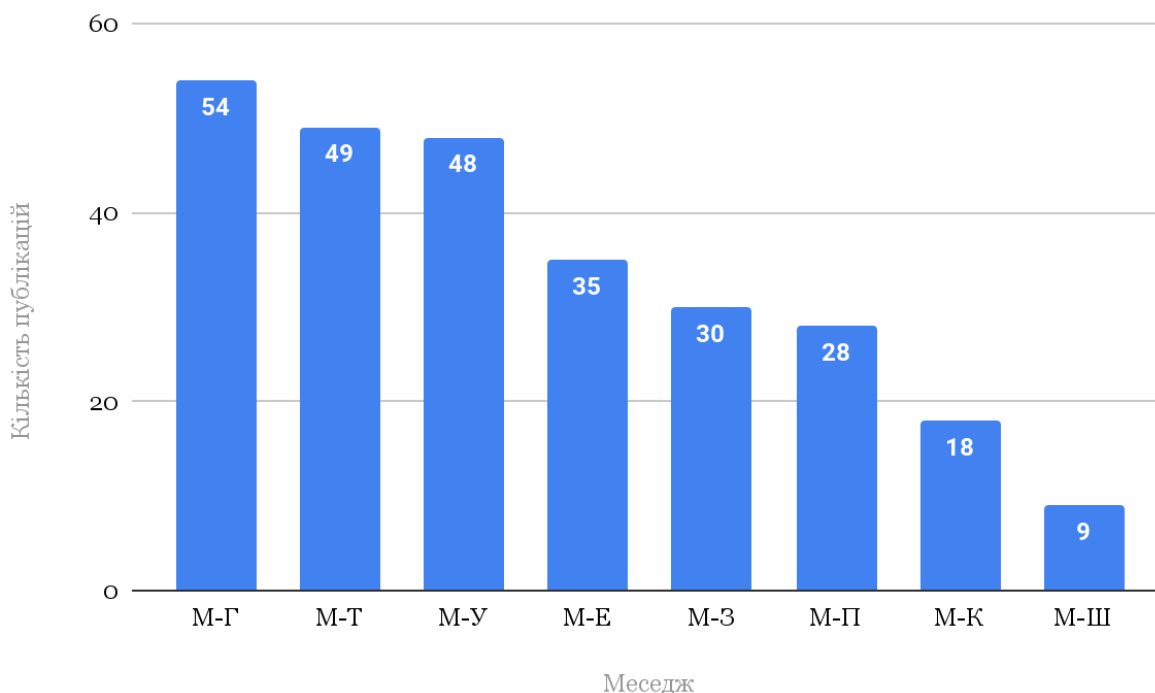
<sup>80</sup> А отже її державні органи є нелегітимними, так само як їхні вимоги дотримуватися карантину або вакцинуватися.

<sup>81</sup> Остап Стахів. (2022, 21 лютого). *Вихід з Матриці!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/LDDcPoJthLc>

<sup>82</sup> Александр Надёжа. (2022, 27 лютого). *БратоУбийство Украина Россия. Людей приносят в Жертвоприношение Кукловоды иностранных компаний* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/vdx8bSn\\_yuo](https://youtu.be/vdx8bSn_yuo)

<sup>83</sup> ;Знай Свої Права! (2023, 12 березня). *ТЦК це ТІЛЬКИ ПОЧАТОК!!! ЩО НАС ЧЕКАЄ «ЗАВТРА»!!!* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/ym\\_IHLPSneE](https://youtu.be/ym_IHLPSneE)

- М-У. Україна перебуває під зовнішнім управлінням
- М-К. України не існує



*Рис. 3.2. Кількість публікацій, які містять меседж на підтримку теорії змови.*

У результаті дослідження виявилось, що серед поширюваних коронаскептиками конспірологічних меседжів найпопулярнішою є теза про те, що поширення хвороби або вакцинація від неї мають на меті геноцидальне знищення населення (М-Г). Цей меседж міститься у 54 публікаціях, тобто майже у чверті відео.

Другою за популярністю у досліджуваних нами публікаціях є меседж, згідно з яким певна зацікавлена сторона використовує захворювання для тотального контролю над людством (М-Т). Ці меседжі є основними складниками в ідеї формування, як зазначають блогери, «Нового світового ладу» — поширеної у світі антизахідної конспірологічної теорії. Цей «новий порядок» передбачає знищення суверенності та населення України та інших держав, а також запровадження контролю над рештками населення, а інколи — його заміщення представниками інших народів.

Майже так само поширеними є меседжі, які по своїй суті є частиною стратегічного російського нарративу щодо «зовнішнього управління» Україною. Стверджується, внаслідок втрати самостійності (М-У), над українським населенням проводиться масовий медичний експеримент (М-Е). Загалом, цей російський нарратив є одним з найбільш активно поширюваних місцевими агентами впливу. Його просування відбувалося в межах ініціатив з популяризації антивакцинних поглядів в Україні (НWAG, 2021). Згідно з опитуванням, проведеним 2020 р., 45% українців погоджуються з ідеєю, що Україною керує Міжнародний валютний фонд (Разумков Центр, 2020). Конспірологічні меседжі на підтримку цього нарративу водночас вказують на місце України як безвольної жертви глобальної змови впливових західних країн.

Менш популярними є меседжі, які розкривають утаємничену мету поширення коронавірусу, вакцинації та запровадження карантинних обмежень. Згідно одного з них, зацікавлені сторони заробляють на хворобі та засобах захисту від неї (М-П), а національні уряди використовують тактику залякування (М-З) в комунікації з населенням, перебільшуючи реальну загрозу від коронавірусу. Заради справедливості, поширенню цієї теорії сприяли суперечливі заяви українських топчиновників на кшталт головного санітарного лікаря В. Ляшка, який в ефірі телеканалу «Україна 24» заявив, що деякі карантинні заходи мали на меті передусім психологічний ефект (Куц та ін., 2021, с. 64). І хоча пізніше В. Ляшко виступив з запереченням своїх слів, коронаскептики вже підхопили його заяву та використали її у своїй аргументації зокрема на підтримку конспірологічних теорій.

На передостанньому місці за популярністю йде меседж про те, що Україна — це корпорація з центром керування в США, а не суверенна країна. Отже, всі карантинні обмеження, вимоги вакцинуватися та дотримуватися маскового режиму є незаконними (М-К). Ця думка не є лише продовженням ідеї щодо західного зовнішнього управління в Україні. Такі ж аргументи

наводять представники руху «суверенних громадян», яким властиво заперечувати легітимність будь-яких держав (Taplin, 2023).

Ми вважаємо, цей меседж також неможливо однозначно назвати частиною російської пропаганди, принаймні тому, що там існує свій майже ідентичний аналог цього руху «громадян СРСР», які не визнають саму російську федерацію та її закони. Їхні наративи більше схожі на аргументи, що можна зустріти на каналах українських блогерів-коронаскептиків (наприклад, М. Чави чи С. Філіпенка), які в своїх конспірологічних теоріях стверджують, що УРСР ніколи не припиняла своє існування.

Нарешті, менш за все використовується меседж про те, що COVID-19 має штучне походження або взагалі не існує (М-Ш). Погіршення здоров'я та хворобливі стани пов'язують з випромінюванням із сумнозвісних «вишок 5G» або розпиленням з установок «Харп». Українські коронаскептики надають перевагу звинуваченням у бік бактерій (а не вірусу), вказують на отруєння «важкими металами» та іншими речовинами.

Усі означені комуніканти діють в одному дискурсивному полі, тому можна стверджувати про певну узгодженість їхніх конспірологічних меседжів у єдиний наратив та простежити логічний зв'язок між ідеями блогерів-коронаскептиків.

Пропонуємо узагальнену картину світу, створювану меседжами блогерів-коронаскептиків: *Західні еліти прагнуть встановити новий світовий порядок, головною метою якого є тотальний контроль над населенням (М-Т) та отримання надприбутків (М-П). Головне багатство України — її землі та надра, тому необхідно звільнити від населення територію України, щоб скористатися її природними ресурсами та заселити її іншими людьми чи навіть націями (М-Г).*

*Для досягнення цієї мети запроваджуються такі заходи:*

- *Впровадження в Україні зовнішнього управління (М-У);*
- *Залякування населення нібито «смертельним вірусом» (М-З);*

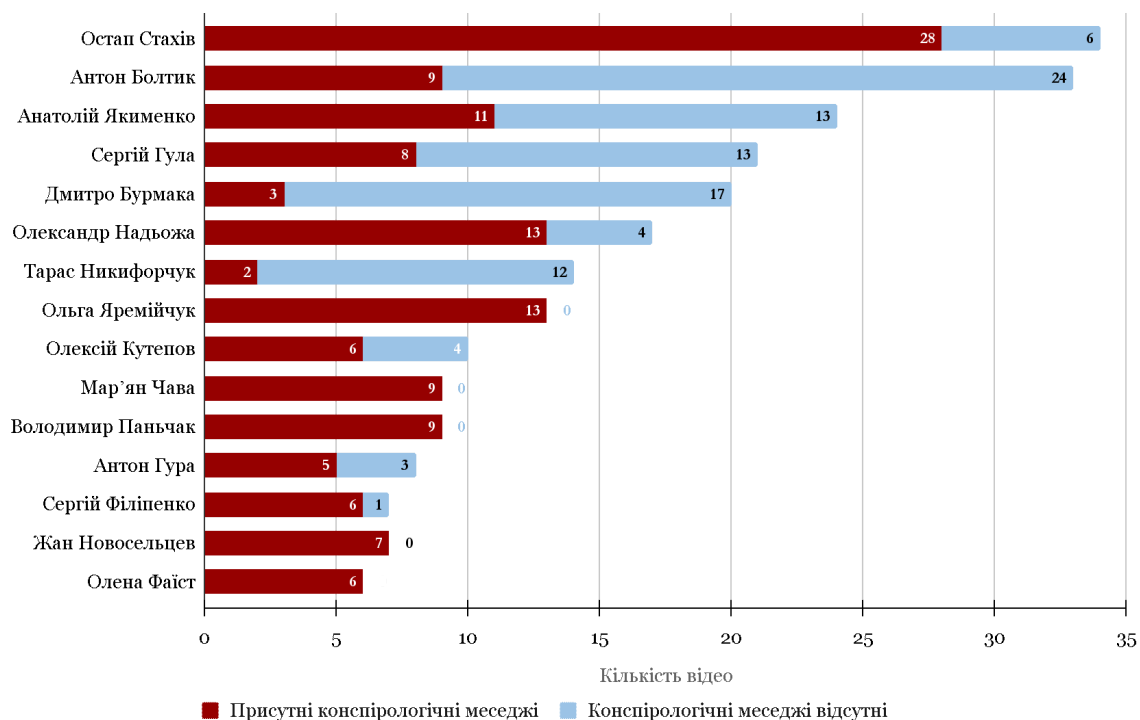
- *Отруєння людей за допомогою хімічних речовин, розпилених з літаків, та випромінювання їх з вишок (М-Ш);*
- *Розрив звичних соціальних контактів та збільшення легеневих хвороб через носіння масок (М-Ш);*
- *Продаж протиепідемічних засобів (масок) людям та вакцин урядам (М-П);*
- *Введення чипів під час вакцинації (М-Т);*
- *Проведення глобального медичного експерименту над людьми (М-Е).*

*Задля уникнення такого майбутнього людям потрібно відмовитися від статусу фізособи у фейковій державі (насправді корпорації) «Україна», не вакцинуватися та не виконувати вимог протиепідеміологічних заходів.*

Комбінація цих меседжів у єдину «суперконспірологію» можлива завдяки схильності їхніх апологетів до інкорпорації теорій одне одного замість конкуренції, навіть якщо ці теорії суперечать одне одній (Яковлев, 2021, с. 31) що, власне, і відрізняє такі теорії від наукових.

### **3.3.4. Схильність блогерів-коронаскептиків до поширення конспірології**

Для визначення ступеню схильності кожного з авторів каналів до конспірології був здійснений підрахунок частки публікацій, в яких означені комуніканти поширювали хоча б один з меседжів, серед загальної кількості відео на теми, пов'язані з COVID-19 (рис. 3.3).



*Рис. 3.3. Частка публікацій, що містять конспірологічні меседжі серед всіх відео кожного блогера*

Діаграма демонструє, що найбільшу кількість публікацій (26 з 32) із конспірологічними теоріями опублікував блогер О. Стахів. У відсотковому співвідношенні О. Яремійчук, Ж. Новосельцева, В. Паньчак та О. Фаїст у 100%, тобто у кожному відео, де йдеться про COVID-19, виступають на підтримку теорії змови. Характерно, що блогери-правозахисники Т. Никифорчук, С. Гула, А. Болтик та Д. Бурмака, маючи найбільшу аудиторію, поширюють конспірологічні меседжі у меншій кількості випадків. Це пояснюється тим, що вони є частиною «правозахисної» групи та звертають увагу здебільшого на юридичний (а не «світоглядний») аспект коронавірусних обмежень та заходів з боротьби з захворюванням. Водночас діаграма демонструє, що навіть у не надто схильних до конспірології блогерів, зустрічаються меседжі на підтримку теорії щодо таємної організації в Україні медичного експерименту.

Загалом же можна стверджувати про здебільшого рівну розподіленість конспірологічних меседжів серед блогерів-коронаскептиків (рис. 3.4).

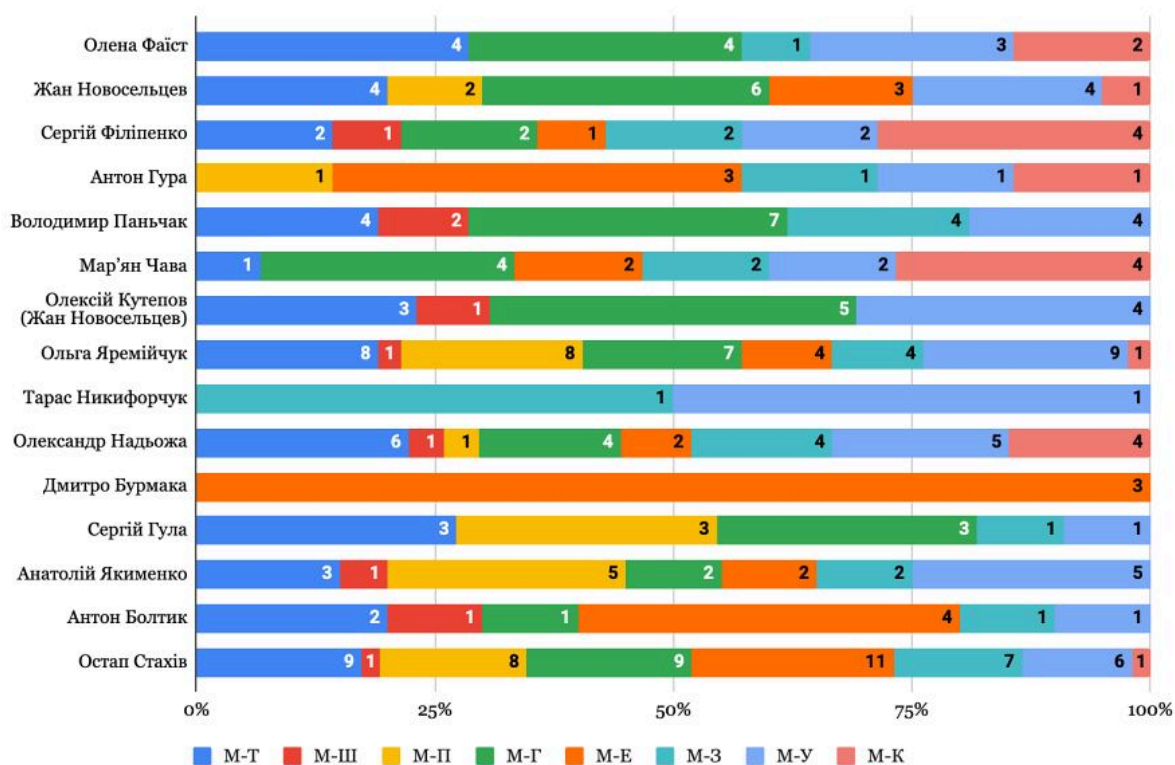


Рис. 3.4. Конспірологічні меседжі у публікаціях

Найактивнішим поширювачем конспірологічних теорій серед противників вакцинації є О. Стахів. Він регулярно поширював усі вісім виділених нами меседжів, при цьому найбільше просуваючи пропагандистську ідею про «медичний експеримент». Дещо менш популярна блогерка О. Яремійчук також долучається до поширення всіх цих конспірологічних меседжів, хоча вона більше схильна до переконання, що COVID-19 є способом збагачення світової еліти. Інші ж блогери не залишаються осторонь, і кожен із них відіграє свою роль в конструюванні загального наративу та поширює визначений набір меседжів конспірологічного характеру. Зокрема, М. Чава, О. Надьожа та О. Фаїст є найактивнішими прихильниками заперечення існування України як суверенної держави. Вони використовують псевдоюридичні аргументи, стверджуючи, що органи влади України нелегітимні та є приватними структурами. Такі їхні меседжі ідейно зближують їх із рухом «суверенних громадян». Так само, як послідовники системи поглядів на Заході агресивно

відмовляються від носіння масок чи вакцинації, стверджуючи, що «вони не персони (особи), а суверени» (Sarteschi, 2021), їхні українські однодумці у своїх аргументах «живих людей» протиставляють «фізичним особам».

На думці щодо «спланованого геноциду» активно наполягають В. Паньчак, Ж. Новосельцев та О. Кутєпов. Примітно, що останні двоє вдаються до практики публікації на YouTube «вступного слова» до своїх відео, запрошуючи переглянути основну частину контенту на інших платформах, зокрема в їхньому Telegram-каналі. Блогери пояснюють таку стратегію тим, що YouTube провадить модерацію контенту та блокує відео, а подекуди і цілі канали, які активно поширюють дезінформацію щодо коронавірусу. Такий підхід дозволяє комунікантам переспрямовувати в бік нішевих медійних ресурсів сформовану на більш популярній платформі аудиторію.

До практики зменшення активності саме на YouTube та переходу натомість на майданчик Telegram з меншою (чи взагалі відсутньою) модерацією вдається і А. Гура, який поширює лише невелику кількість конспірологічних меседжів саме у своїх YouTube-публікаціях. Таку особливість можна пояснити ще й особливостями жанру його відеоконтенту, що можна охарактеризувати як схожий на «гонзо-журналістику».

Найменше теорії змови поширюють Д. Бурмака та Т. Нікіфорчук: на каналі Dima Poltava всього в трьох відео присутні ознаки теорії змови, і в цих відео йдеться про медичний експеримент, а в публікаціях його колеги з Одеси були виявлені тільки два меседжі конспірологічного характеру.

Під час дослідження місця конспірології в українському коронаскептичному дискурсі ми свідомо оминали ті теорії змови, які не стосувалися пандемії COVID-19. Наприклад, ми не враховували меседжі, в яких йшлося про таємні плани, пов'язані з відкриттям продажу ринку землі в Україні, який запрацював під час пандемії. Це пояснюється тим, що, хоч поширювані наративи подекуди і несли деструктивний характер та могли містити відверті маніпуляції, вивчені нами актори не проводили в своїй

аргументації зв'язку між захворюванням та цими явищами. Це суперечило принципам формування емпіричної бази, тому такі публікації в неї не потрапляли. Проте інша подія, повномасштабне російське вторгнення, внесло помітну зміну в дискурсі коронаскептиків, додавши у нього новий, воєнний аспект.

### **3.4. Воєнний аспект коронаскептичного дискурсу в Україні**

Після початку повномасштабної російської агресії проти України 24.02.2022 у комунікаційному середовищі противників вакцинації відбулися зміни. Щонайменше вони стали приділяти меншу увагу проблематиці коронавірусу, хоча згадки про нього не зникли.

Поява такого аспекту у дискурсі блогерів-антивакцинаторів не є унікальним явищем, характерним лише для України. Як зазначає М. Задрога у своїй статті, подібні тенденції спостерігаються і в інших країнах, зокрема в Польщі (Zadroga, 2022). Автор звертає увагу, що акаунти коронаскептиків у соціальних мережах Польщі після початку російського вторгнення в Україну змінили свої наративи, почавши активно підтримувати кремлівську пропаганду. Польські антивакцинатори вдаються до виправдання російського вторгнення, звинувачують країни Заходу в розв'язуванні війни або взагалі заперечують факт війни, називаючи її «інсценуванням», підготовленим зовнішніми силами. Крім того, частина повідомлень, які поширюють противники вакцинації, об'єднує явища, пов'язані з війною в Україні та пандемією COVID-19. Наприклад, деякі канали звинувачують біженців з України в погіршенні епідеміологічної ситуації в Польщі (Ponce de León & Gigitashvili, 2022). Таке поєднання антивакцинаторської риторики з ксенофобними наративами щодо біженців вказує на глобальну тенденцію до політизації та ідеологізації питань, пов'язаних із громадським здоров'ям.

Хай там як це відбувається в інших країнах, той факт, що пандемія COVID-19 у часі частково відбувалася під час повномасштабного вторгнення, посилив ефект дезінформації, пов'язаної з епідемією. Вона завдає

опосередкованої шкоди фізичному та психічному добробуту українців та ще більше посилює медичну та соціально-політичну кризу в Україні під час війни (Zoaib Habib та ін., 2022, сс. 1–2).

У розділі 2.3 вже згадувалося, що значна частка блогерів-коронаскептиків після початку російського вторгнення в Україну стали виступати проти мобілізації, використовуючи схожу риторику та дискурсивні стратегії, вказуючи на її незаконний характер, закликаючи до непокори тощо. Показово, що саме ця зміна у їхній діяльності призвела до реакції з боку СБУ на адресу блогерів. У різний час були затримані О. Надьожа, М. Чава, Ж. Новосельцев та О. Фаїст. До лютого 2022 р. серед усіх комунікантів проблеми з законом виникали тільки у О. Стахіва, якого на момент написання цього дослідження підозрюють у діях, «спрямованих на насильницьку зміну чи повалення конституційного ладу або на захоплення державної влади». Цей факт свідчить про те, що ідеї запровадження відповідальності перед законом за поширення дезінформації, зокрема з приводу вакцин, чи таку, що здатна спричинити заворушення та конфлікти, не отримали підтримки.

Залишаючись в контексті дослідження контенту деструктивного характеру, пов'язаного з COVID-19, нас зацікавив характер воєнного аспекту коронавірусного дискурсу у комунікації досліджуваних нами акторів — тобто факт пов'язування ними в своїй аргументації феноменів війни та пандемії. Комплексний підхід до цієї проблеми є критично важливим для зміцнення стійкості українського суспільства. Тому ми поставили за мету простежити зв'язок теми антивакцинації з явищами, що стосуються війни, і довести деструктивний характер воєнного аспекту коронаскептичного дискурсу в Україні.

Для цього серед усіх відео з загальної емпіричної бази були виокремлені опубліковані після 24.02.2022. Загалом таких публікацій налічується 112, тобто майже половина початкової вибірки. За допомогою нарративного аналізу були ідентифіковані меседжі у відео та оцінений їхній

зв'язок з коронаскептичним дискурсом і війною в Україні. У результаті ми виділили матеріали, що стосуються COVID-19 та пов'язаних з ним аспектів (карантинні заходи, вакцинація тощо), в яких також згадується війна в Україні або її наслідки (блекаути, Чорноморська зернова ініціатива, біженці, мобілізація тощо). За допомогою контент-аналізу було також виділені специфічні мовні утворення, які становлять частину мовного апарату коронаскептиків, використовувану для комунікації з приводу війни та пов'язаних з нею явищ.

### **3.4.1. Лексика коронаскептиків для комунікації про COVID-19 та війну**

Ми вже розглянули факт застосування противниками вакцинації окремого понятійного апарату у комунікації щодо COVID-19. Блогери-коронаскептики, замінюючи «ризиковані» слова на аналоги, зрозумілі аудиторії, зменшують ризик блокування контенту. До того ж це дає їм можливість тривіалізувати поняття, оригінальні терміни яких можуть звучати загрозливо, зменшуючи небезпеку хвороби в уявленні їхньої аудиторії. У комунікації щодо війни в Україні не треба уникати кодових слів, адже YouTube не має конкретної політики щодо уникнення дезінформації в цьому контексті. Відповідно, зникає і запит на створення новотворів. Однак у формуванні понятійного апарату, який стосується повномасштабного вторгнення та пов'язаних з ним явищ, помітні схожі принципи, використані при формуванні апарату коронаскептичного.

Стилістично знижена лексика і до цього використовувалася на адресу соціальних груп, проти яких поставали блогери — вакциновані, медичні працівники, благодійники тощо. Після початку та посилення мобілізаційних заходів, більшість блогерів виступили різко проти них, а отже, сформувався і лексикон на позначення працівників територіальних центрів комплектування (ТЦК та СП) на кшталт слів «тцкшники», «людолови», «військоматчики» тощо.

Зафіксованою нами практикою є використання понять «геноцид», «концтабір» чи «поліцаї». Саме ці терміни зазвичай зустрічаються в комунікації щодо обидвох тем, а іноді і зв'язують їх. Наприклад, у коронаскептиків до початку вторгнення «поліцаї» вимагали пред'являти «аушвайси» (документи про вакцинацію), то після нього вони почали сприяти мобілізації, співпрацюючи з працівниками ТЦК. До того ж, блогери, говорячи про неможливість виїзду чоловіків призовного віку за кордон, використовують поняття «концтабір» та «геноцид». Раніше частина антивакцинаторів позначали цими словами карантинні обмеження.

Також у комунікації як щодо COVID-19, так і щодо війни, низка блогерів (М. Чава, В. Паньчак, О. Фаїст, а також спікери каналу «Сергій Філіпенко») стверджують, що статус «фізична особа», який зараз використовується у всіх законодавчих актах, введений для дегуманізації людей, обмеження їх прав чи позбавлення майна. Відтак коронаскептики пропонують шляхи «виходу зі статусу фізичної особи» та переходу до статусу «людина» чи «громадянин». Цим маніпулятивним твердженнями (на кшталт «Карантин — для фізичних осіб, а не для людей») спочатку обґрунтовували можливість не виконувати вимоги держави щодо вакцинації чи носіння масок, інших обмежень, а після початку мобілізаційної кампанії воно стало приводом відмовитися від отримання повісток із тієї самої причини. Подекуди навіть поширюються меседжі про те, що українці залишилися громадянами УРСР (інколи «Самостійної держави Україна»), Україна є не державою, а корпорацією, та її державні органи (Кабінет Міністрів, ТЦК) є незаконними. Тези, які стосуються незаконності мобілізації містяться у щонайменше 8 публікаціях.

Використання специфічної лексики — не єдиний засіб, за допомогою якого коронаскептики пов'язують війну та COVID-19. Виявлено і дискурсивні стратегії, які використовуються з цією метою.

### 3.4.2. Засоби залучення війни в коронаскептичний дискурс

Засобів, які використовуються для поширення наративів, пов'язаних водночас і з війною, і з пандемією, щонайменше чотири:

- Пов'язування цих явищ як складових єдиної конспірологічної теорії.
- Твердження про персональну небезпеку для військових від вакцинації.
- Поширення тези нібито з початком вторгнення COVID-19 перестав існувати (а отже, його не існувало і до того).
- Одиначні спекуляції на темі війни та військових, пов'язані водночас з коронавірусною хворобою чи заходами проти її поширення.

Розглянемо детально кожен з цих засобів.

#### *Частина однієї змови*

Йдеться про ще один прояв конспірології та низку меседжів, яку ми свідомо оминули у попередньому підрозділі. Низка коронаскептиків указує на те, що і захворювання, і військова агресія є частиною однієї великої змови. При цьому карантин та вакцинація — нібито підготовчий етап до війни. Наприклад, одна з теорій полягає в тому, що карантинні обмеження та щеплення мали на меті пригнічення свободи людей, щоб вони не могли чинити опір у майбутньому. Однак поспішно було б уважати, що коронаскептики покладали за це відповідальність на росіян та мали на увазі опір їхньому вторгненню. Скоріше навпаки — враховуючи, що щонайменше в 11 відео присутні тези на підтримку наративу щодо братності українського та російського народів (їх поширюють О. Надьожа, В. Паньчак та О. Фаїст), не дивно, що оголошеним бенефіціаром є певна сторона, яка зацікавлена у тому, аби знищити «слов'янські народи». Суть однієї з таких теорій детально описана В. Паньчаком, який у кількох публікаціях стверджує про намагання створити на території України так званий «Небесний Єрусалим». Згідно цієї антисемітської теорії, впливові сіоністи нібито зацікавлені в тому, щоб знелюднити кілька південних областей України (включно з Кримом, «якщо

дозволить російський уряд»<sup>84</sup>) для створення «Нового Ізраїлю». Інший коронаскептик, О. Надьожа, у відео, опублікованому 24.02.2024, в якому він стверджує, що війни насправді немає, а паніку «розганяють фізособи», натякає, що агресія спровокована євреями. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, згадуючи цю теорію як одну з тем російської пропаганди, вказує, що вона має зняти відповідальність за війну з Росії (Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, 2022), зробивши її жертвою (чи маріонеткою) семітської змови.

В інших випадках за допомогою конспірологічних меседжів з пандемією пов'язуються інші явища, які є наслідками збройної агресії: блекаути, мобілізація, намагання Україною знайти шляхи експорту зерна тощо (табл. 3.5).

Таблиця 3.5

*Конспірологічні меседжі, що пов'язують теми COVID-19  
та війни в Україні*

<b>Меседж</b>	<b>Приклад твердження</b>
Війна носить договірний характер і є таким самим фейком, як і COVID-19	«Як тільки почалася війна в Україні — одразу вся Європа виздоровіла. День перед початком війни на кордоні польський пограничник кричав до вас нелюдським голосом: “маску на тваш”, а вже 24 лютого всі виздоровіли і не потрібно було тримати дистанцію. Ви розумієте, що це договорняк?» <sup>85</sup>  «Будьте уважні до слів. [Президент України] не сказав, щодесь «розірвалися ракети», він сказав «було чути вибухи». І от через ці «чути вибухи», верховна зрада зробила військовий стан. Згадайте історію про уявний карантин. Всі, хто давно не в намордниках вже давно зрозуміли, що це не те, що фейк, це бловота світова». <sup>86</sup>
Війна є наступним після хвороби етапом у плані третіх сил	«Перший вершник апокаліпсису — чума... Два роки нас мурижили цією чумою: намордниками на обличчя, уколами модними. Зараз у нас фактично йде час другого вершника... У принципі це договірна війна, і люди, які не

<sup>84</sup> РОБОТАЄ / Володимир Паньчак (2023, 25 лютого). *НЕБЕСНИЙ СРУСАЛИМ*. [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/5u\\_wVuhQz2Y](https://youtu.be/5u_wVuhQz2Y).

<sup>85</sup> РОБОТАЄ / Володимир Паньчак. (2022, 9 вересня). *ГОЛОДОМОР В УКРАЇНІ 2022-2023* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/M4r6cbV9tPo>.

<sup>86</sup> Александр Надёжа. (2022, 24 лютого). *Киев Бомбят ГраДами по ТЕЛЕВИЗОРУ* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/C51xmiQrjCY>.

	<p>розівчилися логічно мислити розуміють, що це договірна війна».<sup>87</sup></p> <p>«Ми пам'ятаємо ситуацію в нас, як поліцейські так звані, затягували людей машини, тягнули у відділок виписували штрафи незрозумілі, де зупинялися автобуси, виписували штрафи водіям тому що не можна було перевозити більше ніж 5 стоячих людей де в магазин не можна було зайти без маски, тому що можна було заплатити штраф. Це все експерименти для фізичних осіб де Вони дивилися як це стадо буде реагувати. На щастя це закінчилося, але, на жаль, почалася війна... Зараз ми маємо ще один дуже потужний і страшний експеримент це так звані оці повістки від незрозумілих суб'єктів які себе називають державним органом ТЦК де ми бачимо страшні відео коли двоє бугаїв четверо бугаїв беруть одну людину за руки і за ноги волочать по землі запихають в бус і везуть невідомому напрямку».<sup>88</sup></p> <p>«Якщо ми прочитаємо уважно книгу Клауса Шваба «Модний грип-19: велике перезавантаження», то там чітко вказано, що потрібно перезавантажити цей світ. Але що таке перезавантаження? Для того, щоб щось перезавантажити, спочатку потрібно це щось вимкнути, зламати. Можливо, за допомогою кризи чи криз, низки подій. І ось низка подій: модний грип далі війна... І безумовно, ворог у нас конкретний, окреслений, але цей ворог, очевидно, грає за глобальним планом. Якщо б ця держава робила щось, що дуже не подобається всьому світу, я думаю, зупиняли цю державу гуртом значно активніше».<sup>89</sup></p>
<p>Вивіз зерна з України в рамках Чорноморської зернової ініціативи має на меті спричинити голод у продовження пандемії</p>	<p>Голод<sup>90</sup> також є одним із вершників майбутнього апокаліпсису.</p>
<p>Блекаути спричинені не обстрілами інфраструктури, а продажем електроенергії</p>	<p>«Важливо зрозуміти, що це все незаконне вимкнення світла робиться для того, щоб зламати дух людини, щоб зламати волю людини щоб зламати свободу людини. Ви пам'ятаєте, два роки тому (я думаю, багато хто прозрів), хто ходив в масках і, відповідно, як ламалася воля людини. Де люди мимоволі, опустивши голову, надівали оці намордники і закривали рот і терпіли два роки, поки не, прийшло прозріння, поки не проснулися, поки не</p>

<sup>87</sup> РОБОТАЄ / Володимир Паньчак Шеремета.. (2022, 9 грудня). ЧЕТЬОРЕ ВСАДНИКА АПОКАЛІПСИСА. [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/hVV91R-0KQI>.

<sup>88</sup> ¡Знай Свої Права! (2023, 24 лютого). ЕКСПЕРИМЕНТИ НАД ЛЮДЬМИ!!! Нас чекають СТРАШНІ ЧАСИ!!! Будьте готові до гіршого!! [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/QdMW9roRtp8>

<sup>89</sup> Ольга Яремійчук. (2022, 13 жовтня). 4142 - конкретизація... Коротко [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/8n5VnHir3NI>

<sup>90</sup> Який почнеться після вивозу зерна з України.

	перемінили зараз ситуацію на війну і тут вже це стало неактуальним». <sup>91</sup>
Вторгнення завадило планам глобалістів, але після нього вони продовжать їх втілення	До осені <sup>92</sup> воєнні дії «устануться», а після цього почнеться глобалізація... <sup>93</sup>

Меседж щодо того, що *«Війна носить договірний характер і є таким самим фейком, як і COVID-19»* міститься у 8 публікаціях. Цю ідею обстоюють два блогери — В. Паньчак та О. Надьожа. Факт «договорняка» вони обґрунтовують тим, що і Україна, і рф (як низка інших країн) вдавалися ідентичних заходів щодо боротьби з COVID-19, що свідчить про те, що обидві країни підпорядковуються рішенням неназваних глобалістів, які розв'язали війну.

Цей меседж, як і тези про те, що *війна* (6 публікацій) та *голод*, спричинений нібито вивезенням зерна з України (5 публікацій), *є наступними етапами в планах таємних змовників*, підкріплюється демонстрацією обкладинки журналу The Economist за 2019 р., на якому зображені чотири «вершники апокаліпсису». «Першим» вершником у цій послідовності нібито є «чума», представлена у цій теорії COVID-19. Крім вже згаданих акторів, ці меседжі також поширює О. Стахів, Ж. Новосельцев та О. Яремійчук.

Ще один конспірологічний меседж, зафіксований у 8 публікаціях — нібито *перебої у постачанні електроенергії спричинені не обстрілами інфраструктури, а її продажем за кордон*, в аргументації коронаскептиків пов'язується з COVID-19 нібито за тим самим принципом замовчування владою реальності у поєднанні з бажанням останньої заробити на продажі електрики так само, як колись вона отримала прибуток від пандемії.

<sup>91</sup> ¡Знай Свої Права! (2022, 12 грудня). *Вони ХОЧУТЬ ЗЛАМАТИ Наш ДУХ!!!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/8cJYImpwQjg>

<sup>92</sup> За словами автора, йдеться про осінь 2022 р.

<sup>93</sup> Антон Гура. (2022, 16 травня). *Новые приказы МОЗ которые Вас удивят Моя карточка 5168 7422 3874 2948* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/i0SxUapoO80>

Крім названих попередньо, було зафіксовано дещо несподіваний меседж, що відкидає зв'язок пандемії та війни як етапів одного плану. Так, у відео О. Яремійчук, А. Гури та С. Гули стверджується, що вторгнення навпаки завадило планам глобалістів, які вони впроваджували за допомогою COVID-19. Водночас, на їхню думку, в країні будуть вводитися нові обмеження саме після закінчення війни.

### *Загроза для військових*

Іншим засобом залучення війни в свій дискурс є поширення тез про те, що примусова вакцинація або наслідки відмови від неї загрожують українським військовим. Наприклад, О. Стахів в одній з публікацій стверджує, що пункти вакцинації нібито будуть діяти «у військоматах» покаранням за відмову буде позбавлення виплат, відмова в наданні відпустки та відправка на лінію бойового зіткнення<sup>94</sup>. Темі «уколізації в ЗСУ» блогер присвятив окремий ефір<sup>95</sup> з О. Винник, яка до російського вторгнення, представляючись сімейним лікарем, активно поширювала антивакцинаторські меседжі, була популярною спікеркою серед коронаскептиків (Шарабура, 2021). У згаданому відео Винник називає себе вже бойовим медиком ЗСУ. У цій майже двогодинній публікації жінка, серед іншого, стверджує, що військових вакцинують «під обстрілами на фронті»<sup>96</sup>, розповідає про випадки втрати зору військовими через нещодавню вакцинацію, а також поширює низку конспірологічних теорій, деякі з яких виправдовують російське військове вторгнення (зокрема поширюючи відверто пропагандистський російський наратив про західні біологічні лабораторії в Україні). Тезу про запровадження пунктів вакцинації у військоматах та військових шпиталях поширював і А. Болтік.

На тих військових, які таки погодилися на вакцинацію, може чекати ще більша небезпека. Наприклад, у листопаді 2022 С. Гула у своєму відео,

---

<sup>94</sup> Остап Стахів. (2022, 9 вересня). *Проект «осінь» стартував: будьте пильні!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/8nko9aO5kks>

<sup>95</sup> Остап Стахів. (2022, 27 серпня). *Лікар Оксана Винник про уколізацію в ЗСУ* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/QHJoykt2QWQ>

<sup>96</sup> Через необхідність виконання плану, нібито отриманого з США.

присвяченому «масі» випадків раптових смертей невдовзі після щеплення, наголошує на випадку раптової смерті «жінки-військової», яка, «як з'ясувалося, вакцинувалася за добу до цього»<sup>97</sup>. Випадок смерті, про який говорить блогер, дійсно трапився ще 2021 р. в Одеській області, а причиною стала гостра серцево-судинна недостатність (BBC News Україна, 2021).

Одним з блогерів, що поширюють тезу про те, що гроші, які могли б бути витрачені на екіпірування чи лікування військових, натомість витрачаються на боротьбу з COVID-19, а військові змушені забезпечувати себе самостійно, є О. Стахів.

Певною мірою несподіваною апеляцією до безпеки (чи принаймні гідності) військових, пов'язаною з COVID-19, відзначився О. Надьожа. Згадуючи у березні 2022 р. святкування Дня Незалежності 2021 р., блогер демонструє фрагменти, на яких зображені військові, які стоять у захисних масках, додаючи коментар: «Військовим буде цікаво подивитися, як над вами глумилися сатаністи»<sup>98</sup>.

### *Війна перемогла коронавірус*

Початок повномасштабного вторгнення очікувано зменшив кількість згадок про COVID-19 у медіа, хоча загроза захворювання, яке на той момент продовжувало бути пандемією, не минула. Водночас таким зменшенням уваги у своїй аргументації швидко скористалися комуніканти, що формують коронаскептичний дискурс в Україні. Вони почали стверджувати, що загроза COVID-19 насправді була перебільшена з самого початку, адже в момент повномасштабного вторгнення всі хворі (навіть за кордоном) нібито одужали. Додатково, факт відсутності тестування українських біженців та перевірки їхнього статусу вакцинації під час перетину західного кордону у перші дні війни був трактований зацікавленістю європейців у виїзді населення з

---

<sup>97</sup> ЮрАналітика - Адвокат Сергій Гула. (2022, 27 листопада). *Сильно ховають цю інформацію від людей! Офіс президента дуже боїться!* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/7nQvdERxePI>

<sup>98</sup> У розділі 3.3.2 вже згадувалася публікація «ПрекРАти ВОЙну вибрось Намордник...», в якій О. Надьожа пов'язує війну та медичні маски буквально у назві відео.

України. Паралельно поширювалися свідчення про те, що дітей українських біженців розлучають з їхніми батьками (Журба, 2023).

До поширення тези про те, що коронавірус нібито втратив свою актуальність після вторгнення росіян в Україну (а отже, його загроза була перебільшена) долучилися О. Стахів, А. Болтік, С. Гула та В. Паньчак, а загалом цей меседж зафіксований у 11 публікаціях. Зауважимо, що А. Якименко, на каналі якого було опубліковано два таких відео, в яких він виступає запрошеним експертом, стверджує, що зменшення уваги до хвороби може бути збігом та м'яко заперечує тезу своїх інтерв'юерів про те, що «COVID-19 кудись зник».

#### *Спекуляції на явищах, спричинених війною*

Частина згадувань, виявлених у досліджуваних відеоматеріалах, одночасно стосується коронавірусу та явищ, пов'язаних із війною в Україні, проте не встановлює логічного зв'язку між цими дискурсами. В окремих випадках такі згадки виступають як емоційна апеляція до теми війни чи українських військових, слугуючи підґрунтям для аргументації щодо COVID-19. Яскравим прикладом такого сполучення дискурсів є благодійна трансляція А. Болтіка на тему безпеки «повної глобалізації», організована для збору коштів для придбання медикаментів для 58 ОМПБр ЗСУ<sup>99</sup>. Впродовж цього ефіру в якості прикладу тотального контролю автор називає «модну хворобу, про яке вже потихеньку забувають». Нижче (у табл. 3.6) наведені приклади інших меседжів, якими українські коронаскептики пов'язують явища, спричинені війною, та COVID-19.

---

<sup>99</sup> Адвокат Болтик. (2022, 8 червня). *Полная глобализация. Пугающие заявления. Нас ждёт тотальный контроль* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/sfNjc91FfLs>

## Залучення явищ, спричинених війною, у коронаскептичний дискурс

Явище, спричинене війною	Приклад пов'язування з COVID-19
Заборона масових зібрань під час воєнного стану	Українська влада користується тим, що не можна протестувати під час воєнного стану, та запроваджує закон «Про систему громадського здоров'я», який передбачає примусову вакцинацію ( <i>Ж. Новосельцев, О. Яремійчук</i> ).
Біженці від війни	Проти тих, хто скористався допомогою від ЄС (а це біженці, у тому числі з Маріуполя), можуть вводити санкції за відмову від вакцинації ( <i>О. Стахів під час ефіру на каналі А. Болтіка</i> ).
Військовий стан	Зараз ви заходите до чиновника, він каже «у мене немає часу, бо війна», а раніше казав «карантин» ( <i>О. Стахів</i> ).
Підтримка країнами Заходу	«Тепер, коли почалася війна, ті, хто турбувався за «модний грип», перестали про нас турбуватися» ( <i>О. Яремійчук</i> )
Мобілізація	До цього мій син відмовився брати участь у медичному експерименті, тому його відсторонили від роботи. А тепер, так само незаконно, намагаються мобілізувати ( <i>С. Філіпенко</i> ). До цього поліцейські відчували себе королями та били нас на мітингах, а тепер замість них військові беруть хабарі ( <i>Ж. Новосельцев</i> ).
Втрата роботи	«У контексті того, що багато людей втратило роботу через війну, усунення від роботи внаслідок того, що не провів «модну процедуру», є неприпустимим» ( <i>А. Болтік</i> ).

Виявлені нами засоби засвідчують деструктивний характер воєнного аспекту коронаскептичного дискурсу в Україні. З одного боку, блогери використовують війну як контекст для поширення дезінформації, маніпуляцій та теорій змови, які підтримують їхню звичну риторику стосовно COVID-19. З іншого, деякі з меседжів напряду підтримують російський порядок денний у багатьох питаннях, пов'язаних із війною. Особливо помітною стала тема мобілізації. У другому розділі була згадана тенденція до того, що переважна

частина блогерів стали «експертами» та активними коментаторами, а деяких з них у публікаціях навіть звинувачують у координаційному зриві мобілізації в Україні. Це може пояснюватися не тільки природньою зацікавленістю аудиторії, але і інституційними та ідеологічними зв'язками з російськими агентами впливу.

Отже, зменшення актуальності теми COVID-19 у медіаполі, яке коронаскептики на початку військового вторгнення використовували як доказ «фейковості» хвороби, пізніше змусило блогерів дійсно зосередити увагу на проблематиці війни та спричинених нею явищ. Воєнний аспект коронаскептичного дискурсу, застосований упродовж цього періоду для побудови аргументації щодо хвороби чи вакцинації, з часом трансформувався в окремий дискурс, до формування якого долучилися всі згадувані нами актори. Під час цього «перехідного» етапу блогери застосовували стратегії, схожі із тими, якими вони послуговувалися у комунікації з приводу COVID-19, вказування на незаконність мобілізаційних заходів, залучення конспірології та маніпуляцій, антизахідної риторики, тощо.

На момент завершення написання цієї роботи<sup>100</sup> до списку публікацій з найбільшою кількістю переглядів, досі не заблокованих YouTube-каналів додалися відео, присвячені мобілізації, військовим діям чи іншим пов'язаним з війною темам. Цей факт вказує на необхідність подальшого вивчення дискурсу, формованого акторами-коронаскептиками, які продовжують активно поширювати наративи деструктивного характеру в Україні.

### **Висновки до розділу 3**

Дезінформаційна кампанія, пов'язана з COVID-19, до якої долучилася низка YouTube-блогерів, мала місце в Україні впродовж всієї пандемії. На фоні залученості згаданих нами акторів в коронаскептичний дискурс, їхня аудиторія постійно зростала впродовж усього досліджуваного нами періоду. Блокування низки каналів, пов'язане з поширенням на них дезінформації,

---

<sup>100</sup> Осінь 2024 р.

відбувалося вже після тривалого періоду їхнього існування, тобто після того, як вони залучили десятки тисяч переглядів. Частина каналів так і не були заблоковані, незважаючи на випадки блокування опублікованих на них відео.

Утім, активність YouTube з боротьби з дезінформацією щодо пандемії, призвела до створення блогерами понятійного апарату з використанням специфічних мовних новотворів. Уникаючи ключових слів, які могли призвести до небажаної модерації та блокування контенту, коронаскептики вдалися до «новомови», яка пропонувала заміники для термінів, пов'язаних з COVID-19. Це коронаскептичне арго, крім конспіративної, виконує одразу кілька функцій, включаючи оцінно-експресивну. У публікаціях, завдяки використанню стилістично зниженої лексики та страхогенерувальних засобів, применшується небезпека хвороби, тоді як вакцина та засоби особистого захисту навпаки постають більш загрозливими, ніж вірус. Додатково засоби цього понятійного апарату передбачають посилення відчуття належності до соціальної групи («ми») та відокремлення від інших («вони»). Так, під час пандемії популяризувався рух «живих людей», який в Україні визначає себе через антагонізм до «фізичних осіб», яких стосуються карантинні обмеження чи необхідність вакцинуватися. Додаткового у дискурсі коронаскептиків присутні елементи ксенофобії та стигматизації певних груп.

Впродовж досліджуваного періоду було зафіксовано кілька періодів, коли була опублікована найбільша кількість популярних відео на каналах коронаскептиків. Ці піки медійної активності тісно пов'язані з ключовими подіями та змінами в епідемічній ситуації в Україні. Перший помітний сплеск відбувся у другому кварталі 2020 р., коли були введені карантинні обмеження, що викликало невдоволення серед аудиторії та спонукало блогерів виступати проти цих заходів. Найбільша активність спостерігалася з жовтня 2021 до весни 2022 р., що збіглося з посиленням карантинних обмежень та введенням «червоних зон» через спалахи захворюваності у більшості регіонів. У цей період коронаскептики також розпочали акції прямої дії в офлайн, зокрема організували масштабну протестну акцію в Києві в листопаді 2021 р. Крім

того, вони активно обговорювали та критикували проєкт Закону про систему громадського здоров'я, обидва читання якого стали приводами для публікації значної кількості відео, які залучили найбільше аудиторії.

Така зацікавленість блогерів законодавством пояснюється не тільки тим, що частина з них є юристами або називають себе правозахисниками. Порухення прав — домінантна категорія, до якої апелюють автори вивчених нами публікацій. Водночас аргументація щодо таких порушень подекуди виходить за рамки обговорення законів, адже згадані нами актори вдаються до маніпуляцій, псевдоюридичної риторики та вибіркового цитування та трактування як національних, так і міжнародних нормативно-правових актів. Прикладом виступають заяви про запровадження диктатури, концтаборів, дискримінацію невакцинованих чи тих, хто відмовляється дотримуватися карантинних норм, або ж порушення права на лікарську таємницю через вимогу повідомити про статус вакцинації.

Другою за популярністю категорією поширюваних коронаскептиками меседжів є конспірологічні тези. Ці меседжі вказують на мету глобалістів контролювати населення та отримати прибутки, приховану штучність хвороби, звинувачують уряди в умисному залякуванні населення, а також на неспроможність української держави, над якою провадиться зовнішнє управління. Поширення конспірології серед українських блогерів, з одного боку, відбувається на фоні глобальної тенденції до популяризації поширення теорій змов, з іншого боку, меседжі є частиною російського стратегічного нарративу, в рамках якого поширюються тези з приводу проведення в Україні медичних експериментів та функціонування таємних біологічних лабораторій, які в подальшому стануть одним із виправдань військової агресії.

Категорія меседжів, які стосуються рівня небезпеки захворювання, ефективності ПЛР-тестів та ризиків вакцинації, — третя за кількістю згадувань у публікаціях. Найчастіше у відео згадували потенційні побічні ефекти вакцинації, намагання приховати ці ризики та натомість перебільшити

«реальну» небезпеку COVID-19 іншими зацікавленими сторонами (владою, медичними працівниками та медіа), наголошували на небезпеці носіння засобів захисту тощо.

Повномасштабне російське вторгнення очікувано призвело до зменшення зацікавленості блогерів та їхньої аудиторії темою COVID-19. Відключення електроенергії, евакуація прифронтових населених пунктів, пошуки шляхів експорту українських товарів та мобілізація очікувано стали більш актуальними. Однак коронаскептичний дискурс не зник повністю — натомість комуніканти, які його формують, додали до нього новий, воєнний аспект, що свідчить про адаптацію їхніх наративів до зміни у порядку денному. Блогери використали війну як контекст для поширення дезінформації та маніпуляцій спочатку щодо хвороби, а пізніше і з приводу явищ, спричинених російською військовою агресією. Пізніші публікації коронаскептиків продемонстрували відокремлення воєнного дискурсу, а найбільш помітною та обговорюваною у відео стала тема мобілізації. Позиція блогерів у цьому питанні призвела до актуалізації питання щодо характеру їхньої залученості до поширення наративів російської пропаганди.

До того ж, говорячи про війну вже без згадувань захворювання та формуючи вже новий дискурс, блогери демонструють ознаки узгодженості їхніх меседжів та використовують схожу аргументацію, тези та стратегії. Згадані непрофесійні комуніканти зберігають при цьому деструктивний характер своїх наративів, продовжуючи тенденцію до поширення дезінформації, конспірології та панічних настроїв.

Крім адаптивності, здатність до якої продемонстрував коронаскептичний дискурс після початку російського вторгнення, виявлені патерни поширення коронаскептичних наративів демонструють характерні риси вірусів розуму, згадані у попередніх розділах цього дослідження:

- Формування мемплексів — коронаскептичні наративи об'єднувались у стійкі групи взаємопов'язаних ідей (конспірологія, антивакцинаторство,

релігійні мотиви), що підсилювали одна одну та ускладнювали їх спростування.

- Створення специфічної мови комунікації — розробка особливого понятійного апарату для обходу модерації та посилення емоційного впливу відповідає концепції «дизайнерських вірусів».
- Інституціоналізація — формування стійких зв'язків між блогерами та координація їхніх дій свідчить про створення сприятливого середовища для реплікації деструктивних наративів, що є ключовою характеристикою успішних вірусів розуму.
- Використання базових тригерів — апеляція до страху, загрози правам та свободам, релігійних почуттів відповідає описаним механізмам швидкого поширення мемів через активацію базових людських інстинктів.

## ВИСНОВКИ

Враховуючи об'єкт цього дисертаційного дослідження, окреслені завдання та фокус на деструктивних наративах, поширюваних за допомогою ВК під час пандемій, це соціально-комунікаційне явище розглядається як важлива складова феномену інфодемії.

1. Поняття «вірусний контент» тісно пов'язане з міждисциплінарною концепцією меметичних «вірусів розуму». У межах цього концепту соціальні, культурні, комунікаційні та інші процеси вивчаються за аналогією до біологічних. Віруси розуму розглядаються як метафора для опису процесу «зараження» свідомості людини певними ідеями, подібно до біологічних вірусів. Запропонована Р. Докінзом аналогія стала основоположною для розвитку меметики як системи поглядів на поширення ідей, поведінки, символів та інших культурних елементів у суспільстві. Пізніше цей теоретичний фреймворк був доповнений роботами інших дослідників, наприклад, Р. Броуді, який виділив природні та штучно створені віруси розуму або С. Блекмор, яка уточнила термін «мем» та запропонувала ще один – «мемплекс», позначивши ним меми, об'єднані у групу для більш успішного відтворення. І хоча прихильників цієї системи поглядів не можна назвати вченими через брак у ній методологічної бази та наукового апарату загалом, вони запропонували важливу терміносистему та спричинили жваву наукову дискусію.

Термін «медіавірус» є надбанням меметики, він запропонований Д. Рашкоффом, який розвиває ідею вірусів розуму, але фокусується саме на поширенні інформації через медіа. Цей концепт описує інформаційні конструкції, які поширюються через медіа та впливають на суспільну свідомість. Медіавіруси, як і віруси розуму, можуть бути природними (самогенерованими) або штучно створеними (і використовуватися в маркетингових цілях), мати як позитивний, так і деструктивний вплив на суспільство. Вони виступають як носії або «оболонки» для мемів, можуть провокувати суспільні зміни та еволюцію, впливають на сприйняття

реальності та взаємодію між людьми. Найбільш ефективними вони є в інтернеті, особливо коли люди активно шукають інформацію, можуть спонукати до реальних дій. Деякі приклади медіавірусів розглядаються як вид технології сугестивного впливу.

Вірусний контент — це інформація, яка швидко поширюється через соціальні медіа, викликаючи значний інтерес і залучення аудиторії. ВК розповсюджується експоненційно, подібно до біологічного вірусу, який може спричинити епідемію. На вірусність контенту впливають такі чинники, як емоційний заряд, практична користь, оригінальність та цікавість.

Незважаючи на дискусійність доцільності використання біологічних метафор для опису процесів поширення інформації, концепція вірусності лягла в основу багатьох термінів та понять, пов'язаних із соціальними комунікаціями, включаючи «вірусний маркетинг», «вірусний дискурс» та зрештою «вірусну сучасність». Усі ці поняття об'єднує ідея швидкого, експоненційного поширення інформації через соціальні взаємодії та медіа.

2. Світові пандемії, зокрема COVID-19, виступають потужними генераторами мемів та ВК, породжуючи за короткий час великі обсяги інформації. Контент під час пандемій характеризується надзвичайно швидким поширенням через соціальні медіа, випереджаючи розповсюдження самого вірусу.

Особливу небезпеку становить те, що вірусність контенту сприймається як міра його правдивості, а отже, люди довіряють дезінформації, яка стосується проблем громадського здоров'я, у разі її контагіозності. Стрімке розповсюдження неточної чи неправдивої інформації є однією з ознак інфодемії — глобальної інформаційної (або ж комунікаційної) кризи, що супроводжує пандемію та характеризується надмірною кількістю інформації (як точної, так і недостовірної) про захворювання. Явище інфодемії повністю вписується в концепцію постправди та тісно взаємопов'язане з цим явищем. Постправа створює сприятливе середовище для поширення інфодемії, оскільки в цій парадигмі об'єктивні факти мають менший вплив на

формування громадської думки, ніж емоції та особисті переконання. Характерною особливістю епохи постправди є розмивання меж між правдою та брехнею, що призводить до девальвації довіри до традиційно авторитетних інститутів — медіа, науковців та офіційних джерел інформації. Технологічні трансформації, особливо розвиток Web 2.0 та перехід до Web 3.0, посилюють ці тенденції через запровадження юзероцентристського підходу та легітимізацію інформаційного релятивізму. Користувачі опиняються в соціальних «бульбашках», а вірусність контенту стає мірилом його достовірності, що особливо небезпечно у питаннях громадського здоров'я.

Постправда проявляється не лише у створенні та поширенні фейків, але й у формуванні альтернативної реальності, яка підтримується груповою солідарністю. Яскравим прикладом цього феномену під час інфодемії є антивакцинологія та дисидентство щодо хвороби, які демонструють характерні риси постправди: заперечення фактів навіть перед очевидними доказами та домінування емоційної складової над логікою. Проте інфодемія не є новим явищем, пов'язаним з COVID-19. Вони супроводжували багато епідемій впродовж щонайменше цього та минулого століть. Під час спалахів поліомієліту, іспанки, СНІДу, лихоманки Еболи та гарячки Зіка поширювалася дезінформація, місінформація та теорії змови. Ці процеси піддавали ефективність заходів з охорони здоров'я та здійснювали негативний вплив на рішення та поведінку людей.

Страх та невизначеність, що супроводжують інфодемії, призводять до стигматизації, формування конспірологічних теорій та руйнування довіри до традиційних інституцій, що також створює замкнене коло поширення деструктивного контенту. Порівняно з попередніми епідеміями, масштаби поширення інформації про COVID-19 були значно більшими завдяки ширшому залученню соціальних медіа та розвиненості глобальної цифрової інфраструктури. В Україні інфодемія стала елементом російського військового вторгнення через посилення невизначеності, яка сприяє поширенню дезінформації. В обох випадках йдеться про підриг довіри до

держави та традиційних медіа та створення паніки серед населення в інтересах зовнішніх сил, подекуди із залученням внутрішніх агентів впливу.

3. Науково-практична проблема поширення інфодемічного ВК деструктивного характеру напряму пов'язана із застосуванням сугестивних технологій маніпулятивного та оманливого впливів, які мають багаторівневий характер, і тому вимагає комплексного підходу. Він охоплює три основні напрями: організаційно-інституційний, правовий та просвітницький. Організаційно-інституційний напрям передбачає активні дії офіційних структур та інших різнорівневих інституцій. Він включає зусилля технологічних платформ на кшталт Meta чи Google з модерації контенту у підпорядкованим ним соціальних медіа, а також створення системи перенаправлення інтернет-користувачів до надійних джерел, особливо коли йдеться про публікації, пов'язані з громадським здоров'ям. Правовий напрям полягає у впровадженні юридичної відповідальності за навмисне поширення дезінформації, пов'язаної з громадським здоров'ям, хоч і обґрунтовується дослідниками як перспективний, в конкретній реалізації може призводити до запровадження чи посилення цензури та не обов'язково сприяє протидії розповсюдженню деструктивних наративів. Нарешті, просвітницький напрям стратегії спрямований на розвиток медіаграмотності та покращення інформаційної гігієни аудиторії, з одночасним створенням переконливих та доступних контрмеседжів на протипагу чуткам та конспірологічним переконанням.

Україна має тривалий досвід боротьби з дезінформаційними кампаніями ще за кілька років до пандемії COVID-19, коли підґрунтям як для таких кампаній, так і для появи фактчекінгових ініціатив стала Революція Гідності та російське військове вторгнення 2014 р. Спершу ініціативи з боку громадянського суспільства (StopFake, VoxCheck, «Без Брехні», «По той бік новин» і т.п.), а пізніше і державні інституції (Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки при МКІП, а також Центр протидії дезінформації при РНБО) під час пандемії зосередили свої зусилля на

боротьбі з інфодемічними проявами. Надбання цих організацій використовуються найбільшими соціальними платформами, які у співпраці з фактчекерами вдосконалювали систему модерації контенту.

Протиінфодемічні заходи, крім кооперації стейкхолдерів із фактчекінговими організаціями, передбачають їхню співпрацю з наукою, особливо з погляду методологічного інструментарію, який виходить далеко за межі виключно перевірки фактів. Він включає як якісні, так і кількісні методи дослідження. Вивчаючи прояви інфодемії, які можна сприймати як приклад афективного дискурсу, важливо виявити, які стратегії використовуються для його поширення. Одним з перспективних методів є дискурс-аналіз, який сприяє розумінню того, як навколо пандемії створюються сенси, та розкриває глибинні проблеми, пов'язані з епідемією. Зрештою, дискурс-аналіз, який охоплює мультидисциплінарні дослідницькі підходи, може сприяти виробленню рішень у «реальному світі».

4. Соціальні медіа відіграли ключову роль у поширенні деструктивного ВК, пов'язаного з COVID-19. У роки, що передували пандемії, спостерігалось помітне зростання активності рухів противників вакцинації, які активно використовували соціальні медіа для поширення маніпулятивних та неправдивих меседжів щодо щеплення зокрема в Україні. Дезінформаційні кампанії, присвячені темі вакцинації, загрожують значними негативними наслідками для суспільного здоров'я, оскільки вони нормалізують відмову від щеплень та можуть впливати на рішення людей, які вагаються. Негативний вплив антивакцинаторських рухів є однією з основних причин поширення відмови від вакцинації.

Тенденція виходу рухів проти щеплень з маргінесу збіглася у часі зі зростанням довіри до соціальних медіа. Помітна частина українців виявила готовність делегувати рішення, пов'язані зі здоров'ям, різноманітним онлайн-спільнотам. Інституалізовані антивакцинні рухи скористалися цим фактом, розповсюджуючи за допомогою соціальних медіа спотворені дані про небезпеку вакцинації, створюючи тематичні спільноти для посилення ефекту

«ехокамер», в яких різні представники спільноти укорінюють переконання одне одного, не допускаючи поширення сумнівів чи критики своїх поглядів. Медійні кампанії, організовані цими рухами, мали на меті переконати батьків відмовитися від щеплення своїх дітей та дискредитувати вітчизняну систему охорони здоров'я.

Період початку пандемії відзначився зростанням популярності платформи YouTube, яка для частини онлайн-аудиторії замінила традиційні медіа, які, почасти несвідомо, також сприяли поширенню антивакцинних настроїв в Україні. Блогосфера, яка є різновидом соціальних медіа, в Україні почала активно розвиватися з середини 2000-х рр., набуваючи популярності як альтернативне джерело комунікації та платформа для обговорення суспільно-політичних питань. Характерними рисами української блогосфери є глобальність, доступність, відкритість спілкування та вірусність. Важливим аспектом є білінгвальність — використання як української, так і російської мов. Характерною особливістю є фокус на короткострокових, подієвих темах на відміну від «довгих» сюжетних ліній традиційних медіа. Діяльність вітчизняних блогерів частково регулюється Законом України «Про медіа», який дає можливість добровільної реєстрації як суб'єкта у сфері онлайн-медіа, хоча це не надає журналістського статусу автоматично. Блогінг іноді розглядається як жанр громадянської журналістики, фактично блогери виступають активними учасниками комунікаційного процесу, хоча їхня діяльність не може вважатися професійною журналістикою через недотримання журналістських стандартів та етики, що робить блогосферу зручною платформою до поширення дезінформації та маніпуляцій.

Відеоплатформа YouTube пропонує широкий спектр контенту — від музичних відео до особистих блогів. В її основі лежить культура участі, яка залучає користувачів до створення контенту та взаємодії між собою, а не просто пасивного споживання інформації. Активісти противакцинного та коронаскептичного руху скористалися ренесансом українського YouTube для стрімкого нарощування аудиторії та поширення своїх поглядів. До того ж

платформа надає можливість визначати точну аудиторію та показники залученості для кожної публікації, а під час пандемії забезпечувала один з найвищих рівнів взаємодії з відео, присвячених COVID-19. При цьому швидкість поширення інформації на YouTube вказує на високий потенціал для поширення інфодемії. За допомогою цієї платформи коронаскептики налагоджували співпрацю між собою, формуючи стійкі інституційні зв'язки, а також координували різноманітні рухи, закликаючи аудиторію приєднатися до їхніх акцій прямої дії. Отже, блогери-коронаскептики відіграли ключову роль у формуванні деструктивного «вірусного дискурсу» в українському медіапросторі.

5. Ключовими комунікантами, які відіграють провідну роль у формуванні коронаскептичного дискурсу в українському медійному полі, стала низка YouTube-блогерів. Частина з них були представниками блогосфери і до пандемії, інші створили свої канали незадовго до або під час епідемії COVID-19. В межах цього дослідження було застосовано багаторівневий підхід до відбору та класифікації блогерів для визначення серед них провідних дезінформаційноінфлюенсерів — впливових поширювачів дезінформації. Основним критерієм була систематична публікація контенту деструктивного характеру щодо COVID-19, включаючи дезінформацію, специфічний фреймінг, заклики до відмови від вакцинації та ігнорування карантинних вимог, а також тривіалізацію небезпеки хвороби. Важливим кількісним показником була аудиторія каналу: мінімальний поріг встановлено на рівні 10 000 підписників на момент оголошення про закінчення пандемії. При цьому враховувався не лише розмір аудиторії, але й сумарна кількість переглядів відео. Часовий критерій передбачав, що канал мав функціонувати щонайменше протягом половини періоду пандемії COVID-19, що забезпечило системність та послідовність у формуванні коронаскептичного дискурсу.

На основі цих критеріїв було відібрано 15 провідних блогерів, які вели діяльність на 18 каналах. Проведений біографічний аналіз дав змогу виявити

їхні інституційні зв'язки, мотиви та цілі, що стоять за медійною активністю. Багатьох блогерів об'єднують невдалі політичні кар'єри, досвід громадського активізму, а інших — зв'язок з російськими агентами впливу в Україні. На основі тематичної спрямованості контенту блогерів-коронаскептиків можна розділити на три групи з чіткими характеристиками та особливостями їхньої діяльності:

- Група правників: Т. Никифорчук, С. Гула, А. Болтік, Д. Бурмака. Вони концентруються переважно на юридичних аспектах вакцинації, критикують обмеження прав громадян та пропонують юридичний захист. Характерною особливістю є використання термінологічних маніпуляцій для підважування необхідності карантинних обмежень та тверджень про «незаконність обов'язкової вакцинації».
- «Народні» журналісти та самопроголошені правозахисники: Ж. Новосельцев, О. Кутєпов, О. Надьожа, А. Гура, О. Стахів. Ця група подекуди вдається до специфічного жанру «гонзо-журналістики», де автори безпосередньо стають учасниками подій у відео. Деякі з них створюють «репортажі» з центрів вакцинації, публічних місць та транспорту, намагаючись справити враження незалежних розслідувачів, а інші ведуть свою діяльність з приміщення власних студій.
- Конспірологи: В. Паньчак, А. Якименко, С. Філіпенко, О. Яремійчук, О. Фаїст. Представники цієї групи схильні до поширення теорій змови. Їхні конспірологічні наративи виходять далеко за межі тематики COVID-19 та охоплюють широкий спектр від глобалізації та цифрових валют до війн та геноцидів.

Незважаючи на відмінності у підходах, вони демонструють узгодженість меседжів та здатність до адаптації своїх наративів, що особливо яскраво проявилось під час повномасштабного російського вторгнення. Канали блогерів-коронаскептиків відзначилися стрімким зростанням аудиторії протягом пандемічних років, демонструючи збільшення кількості

підписників подекуди на 100% та більше на рік. Це свідчить про ефективність комунікативних стратегій у поширенні деструктивного контенту.

6. У процесі дисертаційного дослідження було розроблено та застосовано комплексну критеріальну базу для відбору релевантних публікацій, що базувалася на кількох ключових параметрах.

Часові рамки відбору були чітко обмежені від початку пандемії COVID-19 в Україні у березні 2020 р. до кінця 2023 р. Хоча ВООЗ оголосила про закінчення пандемії у травні 2023 р., а карантин в Україні був скасований 01.07.2023, розширені часові рамки були обумовлені тим, що противники вакцинації продовжували публікувати матеріали, пов'язані з захворюванням, навіть після офіційного завершення пандемії, до того ж вакцинація від хвороби залишалася рекомендованою МОЗ України.

Серед усіх відео згаданих блогерів ми відібрали по 30 публікацій із найбільшою кількістю переглядів у зазначений період, що в сумі склало 450 відео. Оскільки автори не присвячували весь свій контент темі коронавірусу, з цих публікацій були виокремлені ті, що стосувалися COVID-19 та супутніх явищ (карантинні обмеження, соціальна дистанція, вакцинація тощо), або такі, де ці теми згадувалися контекстуально.

Основним змістовним критерієм відбору було поширення деструктивних наративів щодо заходів боротьби з захворюванням, що включало дезінформацію, специфічний фреймінг, заклики до відмови від вакцинації чи дотримання карантинних вимог, тривіалізацію COVID-19. Крім того, враховувалося функціонування каналу впродовж щонайменше половини часу перебігу пандемії. Після застосування всіх критеріїв до емпіричної бази потрапило 232 публікації, що становить більше половини найпопулярніших відео згаданих комунікантів впродовж періоду цього дослідження.

Важливо зазначити, що частина відео або самих каналів була заблокована YouTube через поширення дезінформації, хоча до моменту блокування публікації могли залучити велику аудиторію. Ми зберегли відео у хмарному хостингу з унікальними ідентифікаторами. Для недоступних відео

були збережені текстові файли з автоматичними субтитрами.

Дезінформаційна кампанія, пов'язана з COVID-19, в українській YouTube-блогосфері тривала протягом усього періоду пандемії та деякий період після оголошення про її завершення. Найбільша активність блогерів-коронаскептиків спостерігалася з жовтня 2021 до весни 2022 р., коли вони організовували масштабні протестні акції проти карантинних обмежень та вакцинації, а також активно критикували законопроект про систему громадського здоров'я.

Результати відбору та аналізу публікацій були систематизовані у таблицях, де категоризовано основні меседжі та їх частотність, що дозволило комплексно оцінити характер деструктивного вірусного контенту в українському інформаційному просторі під час пандемії.

7. Блогери-коронаскептики використовували комплекс взаємопов'язаних дискурсивних стратегій для поширення своїх наративів упродовж дезінформаційної кампанії, присвяченої COVID-19.

Ми визначали чотири основоположні категорії меседжів, використаних акторами у своєму дискурсі. Провідними стали меседжі категорії «порушення прав», у межах якої коронаскептики активно наголошували на протизаконності карантинних обмежень та вакцинації. Найчастіше (у 38% відео) автори заявляли про порушення базових прав людини, а близько третини відео містили твердження про примусовість вакцинації, яку асоціювали з тиранією та диктатурою. У кожному п'ятому відео увага приділялася заявам про дискримінацію невакцинованих осіб, зокрема через звільнення з роботи чи відмову в обслуговуванні та обмеження права на свободу пересування.

Другою за поширеністю категорією були конспірологічні меседжі. Найвживанішою серед них була теза про те, що поширення хвороби або вакцинація мають на меті геноцидальне знищення населення — такий меседж містився майже у чверті всіх проаналізованих відео. Також поширювалися теорії про штучне походження вірусу, чипування через

вакцини та глобальний медичний експеримент над людьми.

До третьої категорії ми зараховували меседжі щодо безпеки вакцин, захисних засобів або рівня небезпеки самого захворювання. Коронаскептики активно применшували небезпеку хвороби, водночас маніпулятивно перебільшуючи загрозу від щеплень та засобів захисту.

Четверта категорія, «Мораль», включала апеляції до релігійних вчень та спроби пов'язати явища, спричинені COVID-19, із релігійними упередженнями. До цієї категорії враховувалися і ксенофобські заяви, хоча вони мали порівняно невелике поширення.

Названі категорії меседжів часто перепліталися між собою та підкріплювалися специфічним понятійним апаратом, який коронаскептики розробили для обходу модерації контенту та посилення емоційного впливу на аудиторію. Створення своєрідного «арго» було зумовлено насамперед необхідністю обходити модерацію контенту на платформах та уникати блокування через поширення дезінформації про COVID-19. Утім, цей понятійний апарат виконував одразу декілька функцій, серед яких основними є конспіративна та оцінно-експресивна — через використання стилістично зниженої лексики та емоційно забарвлених неологізмів. Структурні елементи цієї «коронамови» фактично стали перцептемами, які уможлилювали віртуальний діалог з аудиторією, що поділяла погляди блогерів.

У результаті дослідження зафіксовано появу специфічних мовних новотворів для позначення самого вірусу, вакцинації, карантинних заходів та інших явищ, пов'язаних із пандемією. Коронаскептики не лише створювали терміни для самоідентифікації, але й активно використовували знижену лексику для маркування «чужих» — тих, хто дотримувався карантину чи вакцинувався. Зокрема, вони створили цілий набір страхогенерувальних термінів для опису карантинних обмежень, засобів захисту та вакцинації, водночас применшуючи небезпеку самої хвороби на рівні лексики.

Цей понятійний апарат виявився достатньо гнучким: після початку російського повномасштабного вторгнення коронаскептики адаптували його

для комунікації щодо війни, зберігаючи при цьому деструктивний характер наративів та продовжуючи поширювати дезінформацію та панічні настрої, але вже в новому контексті.

Ми приділили окрему увагу також і практиці поширення блогерами конспірологічних меседжів. Провідними були твердження про «медичний експеримент» над людьми, збагачення світової еліти на пандемії, приховування реальної інформації про COVID-19 та шкідливість вакцин. Ці меседжі блогери вплітали в єдиний наратив, поєднуючи їх із іншими конспірологічними ідеями, наприклад, про причетність 5G-мереж до поширення хвороби. Так вони формували для своєї аудиторії цілісну картину світу, в якій пандемія є частиною глобальної змови проти людства.

Передусім, конспірологія слугує механізмом емоційного маніпулювання аудиторією, а самі теорії змови покликані спровокувати сильні емоції та мобілізувати різні соціальні групи. До того ж частина меседжів безпосередньо підтримує російський інформаційний порядок денний, особливо в контексті війни в Україні. Блогери свідомо використовують конспірологію як інструмент поширення дезінформації. Було зафіксовано конспірологічні меседжі в контенті кожного блогера, проте деякі з них, як-от: О. Стахів, О. Яремійчук, Ж. Новосельцев, В. Паньчак та О. Фаїст - включали конспірологічні меседжі майже в кожную свою публікацію про COVID-19. При цьому блогери з найбільшою аудиторією (Т. Никифорчук, С. Гула, А. Болтік та Д. Бурмака) є найменш схильними до публікації конспірологічного контенту.

Після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну блогери-коронаскептики адаптували свої дискурсивні стратегії, додавши до них воєнну тематику. Якщо на початку 2022 р. ютубери здебільшого використовували факт вторгнення та пов'язані явища в аргументації щодо COVID-19 (наприклад, стверджуючи, що хвороба не є загрозовою, адже поступилася у медійному плані війні), пізніше вони почали активно поширювати меседжі про незаконність мобілізації, використовуючи при

цьому схожі стратегії (конспірологія, дезінформація) та аргументацію (апеляція до порушення прав, фейковості української держави тощо) що й щодо протиепідемічних заходів. Отже, здійснювалася спроба підірвати довіру до державних інституцій та дискредитувати зусилля України у протидії російській агресії.

Така медійна активність є шкідливою для обороноспроможності української держави. Після блокування низки теле- та YouTube-каналів, що поширювали російський порядок денний в Україні, платформи коронаскептиків стали одними з ефективних інструментів поширення російської пропаганди. Цей факт підтверджується стрімкою позитивною динамікою зростання їхньої аудиторії. Подекуди збільшення сягало вдвічі та більше на рік і стало особливо помітним після початку повномасштабного вторгнення та зміни тематичної спрямованості контенту на цих каналах. До того ж аудиторія блогерів демонструє високий рівень скоординованості, засвідченої її активним залученням до акцій прямої дії (протестів та мітингів), а також оперативною участю у зборах на застави для своїх однодумців та лідерів, яких звинувачують у злочинах проти основ національної безпеки України. Враховуючи доведену в цьому дослідженні співзвучність конспірологічних наративів та інших меседжів, поширюваних згаданими комунікантами, з російським стратегічним наративом, можна стверджувати, що частина блогерів-коронаскептиків особисто долучилися до зусиль російської пропаганди з підваження військової спроможності України та ураження всієї структури суспільства, включаючи тил.

На основі проведеного дослідження можна визначити кілька перспективних напрямів для подальшого вивчення теми поширення деструктивного ВК в українському медіапросторі:

- Розширення емпіричної бази дослідження на інші медіаплатформи, окрім YouTube. Оскільки в роботі основна увага приділялася публікаціям блогерів-коронаскептиків саме на цій платформі, доцільно було б проаналізувати їхню активність і на інших майданчиках, таких

як Facebook, Telegram, TikTok тощо. Це дозволить отримати більш повну картину поширення деструктивного контенту.

- Вивчення діяльності нових непрофесійних комунікантів, які долучилися до формування коронаскептичного дискурсу після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Дослідження показало, що з початком війни коронаскептики адаптували свої наративи, додавши до них воєнну тематику. Тому важливо відстежувати появу нових впливових блогерів, які можуть долучитися до поширення таких деструктивних меседжів.
- Аналіз взаємозв'язків між представниками коронаскептичного дискурсу та російськими агентами впливу. Виявлені в роботі факти про зв'язки блогерів з Росією потребують подальшого поглибленого вивчення, щоб краще зрозуміти механізми координації їхніх дій.
- Дослідження ефективності контрзаходів, спрямованих на протидію поширенню деструктивного ВК. Важливо оцінити, наскільки дієвими є заходи з підвищення медіаграмотності, фактчекінгу та блокування акаунтів, що поширюють дезінформацію. Це дозволить вдосконалити стратегії боротьби з деструктивними наративами.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко, В. (2016). Вірусний контент: Поєднання реалістичності та комерції. *Теле- та радіожурналістика*, (15), 103–109.
2. Бабій, І. (2020). Українська блогосфера як відображення соціокультурних процесів. У *Тоталітаризм як система знищення національної пам'яті* (с. 16–19).
3. Батиргарєєва, В. С. (2020). Основні напрями протидії поширенню дезінформації (на прикладі пандемії COVID-19). *Інформація і право*, 2(33), 121–131. [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2\(33\).208105](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2(33).208105)
4. Бенюк, К. (2023). *Пропагандист зі Львівщини Паньчак-Шеремета поширює російське ІПСО через YouTube*. [zahid.espreso.tv](https://zahid.espreso.tv). <https://zahid.espreso.tv/konspirolog-ta-rosiyskiy-propagandist-yak-meshkanets-lvivshchini-zaklikae-obednatisya-z-rosieyu>
5. Бенюк, К. (2024). *Мешканець Львівщини хоче зірвати мобілізацію в Україні та засвітився в Соловійова*. [zahid.espreso.tv](https://zahid.espreso.tv). <https://zahid.espreso.tv/viyna-z-rosiyeyu-lyubitel-srsr-zi-lvivshchini-zasvityv-sya-u-rospropagandista-solovyova-ta-vidkrito-prosuvaе-antiukrainski-narativі>
6. Бзікадзе, М. (2021, 20 листопада). *Професійний провокатор чи розкручений антивакцинатор: Хто такий Остап Стахів*. УНІАН. <https://www.unian.ua/society/profesiyniy-provokator-chi-rozkrucheniy-antivakcinator-hto-takiy-ostap-stahiv-novini-lvova-11615533.html>
7. Бутиріна, М. (2022). Постправа: Істиною володіє той, хто контролює наративи. У *Медіанаративи* (с. 4–15).
8. Бушковська, Н. (2021). *Чому Сейшели вакцинували 60% населення, але ввели новий локдаун? Спростовуємо антивакцинаторські МАНІПУЛЯЦІЇ*. Без Брехні. <https://without-lie.info/covid-19/chomu-seyshely-vaktsynuvaly-60-naselennia-ale-vvely-novyy-lokdaun-sprostovuiemo-antyvaktsynatorski-manipulyatsiyi/>

9. Веприк, М. (2016). *Вони не поїдуть на Схід захищати кордон: Голова ГО "Ідея нації"*. Галицький Кореспондент. <https://gk-press.if.ua/vony-ne-poyidut-na-shid-zahyshhaty-kordon-golova-go-ideya-natsiyi/>
10. Вінницька ОВА. (2017). *Важливо, щоб державі існувала "медична політика"* — Вінницька обласна військова адміністрація. Вінницька обласна військова адміністрація. <https://www.vin.gov.ua/departament-okhorony-zdorovia/7435-vazhlyvo-shchob-derzhavi-isnuvala-medychna-polityka>
11. ВО Свобода Полтавщина. (2020). *Дмитро Бурмака про КП "Полтава-сервіс"* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/XNm4JPvJ3dc>
12. Гарасим, А. (2024). *Не Стахівим єдиним. В Україні діє цілий антимобілізаційний рух*. Texty.org.ua - статті та журналістика даних для людей — Тексти.org.ua. <https://texty.org.ua/articles/111977/ne-stahivym-yedynym-v-ukrayini-diye-cilyj-antymobilizacijnyj-ruh/>
13. Гвоздєв, В. (2013). Блогінг як вияв і знаряддя громадянської журналістики. *Вісник Львівського університету. Серія журналістика*, (38), 469–476.
14. Гнатишин, С. І. (2016). Історіографія блогосфери: Український та зарубіжний контекст. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 3(27), 18–22.
15. Головенко, Р. (2023). *Правовий статус блогерів в Україні: Аналіз ІМІ*. Інститут масової інформації. <https://imi.org.ua/monitorings/pravovyj-status-blogeriv-v-ukrayini-analiz-imi-i-53699>
16. Городенко, Л. М. (2014). Концепція блогу як технології нових медіа. *Актуальні питання масової комунікації*, (Вип. 15), 50–61.

17. Горошко, О. (2007). Блогосфера Уанета в контексте развития информационного общества. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*, 761(20), 172–178.
18. Гоян, В., & Гоян, О. (2023). Ютуб — це також TV: Нові концепти телебачення та радіомовлення в глобальних медіасистемах. *State and Regions. Series: Social Communications*, 3(55), 38–51. [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.3\(55\).5](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.3(55).5)
19. Гоян, В., & Фальковський, Д. (2024). Зображальні засоби як складова ефективної комунікації відеоконтенту на військову тематику. *State and Regions. Series: Social Communications*, 4(56), 13. [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.4\(56\).2](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2023.4(56).2)
20. Гуцуляк, О. (2020). Правове регулювання обов'язкової вакцинації як засобу забезпечення санітарно-епідемічного благополуччя. *Public Law*, 40(4), 50–61. <https://doi.org/10.32782/2306-9082/2020-40-5>
21. Демченко, В. (2013). Арготизм лох: Етимологічна розвідка. *Науковий вісник Херсонського державного університету*, 17, 84–87.
22. Детектор медіа. (2011, 21 квітня). *Журналістів «1+1» та «Обозревателя» допитали у прокуратурі*. detector.media. <https://detector.media/withoutsection/article/62165/2011-04-21-zhurnalistiv-11-ta-obozrevatelya-dopytaly-u-prokuraturi/>
23. Детектор медіа. (2019). *Жан Новосельцев балотується в народні депутати на Київщині*. Вибори та ЗМІ. <https://vybory.detector.media/2019/06/20/zhan-novoseltsev-balotujetsya-v-narodni-deputaty-na-kyjivschyni/>
24. Детектор медіа. (2021, 12 квітня). *Кутєпов і Новосельцев запускають проєкт розслідувань на Kyiv.Live*. detector.media. <https://detector.media/community/article/186911/2021-04-12-kutieпов-i-novoseltsev-zapuskayut-proiekt-rozsliduvan-na-kyivlive>
25. Джиджора, Є. (2021). Теорія змови як пропагандистська модель комунікації (як вишки 5G пов'язані з коронавірусом та «вакцинами

- Білла Гейтса»). *Діалог: Медіастудії*, (26), 37–51.  
<https://doi.org/10.18524/2308-3255.2020.26.225306>
26. Довбня, Л., & Товкайло, Т. (2022). Неологізми та їх відтворення в інтернетних засобах масової комунікації. *Society Document Communication*, (14), 209–232.  
<https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-14-209-232>
27. Доскіч, Л. (2022). Фейкові новини як новітній засіб маніпуляції та дезінформації. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*, (4). <https://doi.org/10.32461/2409-9805.4.2022.269809>
28. ДУСЯ. (2015, 1 квітня). "Адекватники": Як 17 канал зображував мучеників на російському ТБ (ВІДЕО). [antonina.detector.media](https://antonina.detector.media).  
<https://antonina.detector.media/smotrovaya/post/161415/2015-04-01-adekvatnyky-kak-17-kanal-yzobrazhal-muchenykov-na-rossyyskom-tv-vydeo/>
29. Дуцик, Д., Плис, А., Сичова, А., Почапська, О., & Юркова, О. (2023). Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту (Аналітичний звіт). Український інститут медіа та комунікації.  
<https://www.jta.com.ua/news-and-reports/yak-funktsionuiut-ta-zavoyovuiut-audytoriiu-telehram-kanaly-milyonnyky-rezultaty-doslidzhennia-uimk/>
30. Ейсмунт, В. (2023, 18 серпня). Скандальний блогер із Дрогобича Мар'ян Чава сплатив 215 тис. грн і вийшов із СІЗО. ZAXID.NET.  
[https://zaxid.net/skandalniy\\_bloger\\_iz\\_drogobicha\\_maryan\\_chava\\_splativ\\_215\\_tis\\_grn\\_i\\_viyshov\\_iz\\_sizo\\_n1569343](https://zaxid.net/skandalniy_bloger_iz_drogobicha_maryan_chava_splativ_215_tis_grn_i_viyshov_iz_sizo_n1569343)
31. Еспресо.Захід. (2024). Мешканець Львівщини, який пропагує російські наративи, виявився судимим шахраєм. [zahid.espresso.tv](https://zahid.espresso.tv).  
<https://zahid.espresso.tv/novyny-lvivschny-trativ-groshi-na-povij-ta-avto-prorosijskij-propagandist-zi-lvivshini-viyavivsya-ranisce-sudimim-shahrayem>
32. Журба, А. (2023, 24 серпня). Російська пропаганда: Як в українських біженців у Європі «відбирають» дітей. ZAXID.NET.

- [https://zaxid.net/rosiyska\\_propaganda\\_yak\\_v\\_ukrayinskih\\_bizhentsiv\\_u\\_ye\\_vropi\\_vidbirayut\\_ditey\\_n1569675](https://zaxid.net/rosiyska_propaganda_yak_v_ukrayinskih_bizhentsiv_u_ye_vropi_vidbirayut_ditey_n1569675)
33. Задорожна, В., Фролов, А., & Мойсеева, Г. (2011). Питання біоетики в проблемі імунoproфілактики. *Інтегративна Антропология*, 1(17), 43–46.
  34. Захарченко, А. (2024). *Конверговані впливи в системі медіакомунікацій: Теорія, вимірювання та прогнозування* [Дис. д-ра наук із соц. комунікацій, Київський національний університет імені Тараса Шевченка]. УкрІНТЕІ.
  35. Землянська, М., & Соболев, Є. (2010, 28 лютого). *Фармацевти обдурили світ?* Інститут розвитку регіональної преси. <https://irrp.org.ua/farmacevty-obmanuli-mir>
  36. Зернецька, О. (2009). Глобальна політична блогосфера — нова арена політичної комунікації. *Політичний менеджмент*, 2, 13–26.
  37. Зубар, П. (2022). Стилiстично знижені мовні новотвори в комунікації противників вакцинації та коронаскептиків в українському YouTube. *Communications and Communicative Technologies*, (22), 87–92. <https://doi.org/10.15421/292209>
  38. Зубар, П. (2023). Частина однієї змови: Засоби пов'язування російсько-української війни та COVID-19 в коронаскептичному дискурсі в Україні. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*, (3), 359–366. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.3/60>
  39. Ілляк, Н. (2012). Блогосфера як прояв “Громадянської” (“Громадської”, “Народної”) журналістики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія Філологія. Соціальні комунікації*, 25 (64)(4), 223–229.
  40. Інститут масової інформації. (2020). *VoxCheck та StopFake разом з Facebook протидіятимуть фейкам*. <https://imi.org.ua/news/voxcheck-ta-stopfake-razom-z-facebook-protydiyaty-mut-fejkam-i32378>

41. Кабінет експертів. (2020, 28 жовтня). *Гула з Ютубу. Програма КАБІНЕТ ЕКСПЕРТІВ* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/YuKydJ2H3BA>
42. Квітка, С., & Миргородська, М. (2024). Цифрова трансформація системи охорони здоров'я: Фактори впливу на якість життя населення. *Public Administration Aspects*, 12(1), 14–21. <https://doi.org/10.15421/152402>
43. Коновалова, О. (2022). *Колаборант Стремоусов знайшов собі «журналістів» на Волині. Хто отримав посвідчення?* Insider-Media. <https://insider-media.net/rozsliduvannya-1/kolaborant-stremousov-znaisov-s-obi-zurnalistiv-na-volini-xto-otrimav-posvidcennya>
44. Котів, О. (2020). *СБУ відкрила справу щодо самопроголошеної сільради на Львівщині: Що відомо.* 24 Канал. [https://24tv.ua/lviv/sbu-vidkrila-spravu-shhodo-samoprogoloshenoyi-svizhinovini-lvova\\_n1481816](https://24tv.ua/lviv/sbu-vidkrila-spravu-shhodo-samoprogoloshenoyi-svizhinovini-lvova_n1481816)
45. Курбан, О. (2016). Медіавіруси та їх використання як інформаційної зброї. *Наукові записки [Української академії друкарства]*, (1), 267–271. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz\\_2016\\_1\\_35](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_2016_1_35)
46. Куц, Г., Денисенко, І., Безрук, О., Радіонова, І., & Куц, Ю. (2021). Діяльність органів публічної влади України у протидії епідемії covid-19: Інформаційно-безпековий контекст. *Сучасне суспільство: Політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*, 1(22), 47–70. <https://doi.org/10.34142/24130060.2021.22.1.05>
47. Магда, Є. (2020). Пандемія COVID-19 та дезінформаційні кампанії: Кейс України. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії.*, (30), 176–182. <https://doi.org/10.30970/ppp.2020.30.24>
48. Малинка, В. (2020, 13 березня). *Повний літак коронавірусу: Як «1+1» розпіарив одіозного блогера.* ms.detector.media. <https://ms.detector.media/mediakritika/post/24325/2020-03-13-povnyu-litak-koronavirusu-yak-11-rozpiaryv-odioznogo-blogera/>

49. Маслак, В., Тур, О., Шабуніна, В., & Саранча, В. (2021). Блогінг як специфічне явище культурної діяльності та комунікації в соціумі: Генеза та метаморфози значеннєвого поля. *Українська культура : Минуле, сучасне, шляхи розвитку (напрям: Культурологія)*, 35, 109–115. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v35i0.370>
50. Масюк, М. (2023, 24 липня). *СБУ затримала дрогобицького блогера Мар'яна Чаву за перешкоджання Збройним силам України*. ZAXID.NET. [https://zaxid.net/sbu\\_zatrimala\\_drogobitskogo\\_blogera\\_maryana\\_chavu\\_za\\_pereshkodzhannya\\_zbroynim\\_silam\\_ukrayini\\_n1567945](https://zaxid.net/sbu_zatrimala_drogobitskogo_blogera_maryana_chavu_za_pereshkodzhannya_zbroynim_silam_ukrayini_n1567945)
51. Масюк, М. (2024, 25 липня). *Київський суд відправив у СІЗО пропагандиста Жана Новосельцева*. ZAXID.NET. [https://zaxid.net/propagandista\\_zhana\\_novoseltseva\\_vidpravili\\_v\\_sizo\\_detali\\_n1590228](https://zaxid.net/propagandista_zhana_novoseltseva_vidpravili_v_sizo_detali_n1590228)
52. Мещеряков, Д. С. (2020). Розвиток суб'єктності в умовах карантину: Досвід психологічної допомоги. *Досвід переживання пандемії COVID-19: Дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка*, 45.
53. Міністерство охорони здоров'я України. (2024, 27 листопада). *МОЗ: Щорічна вакцинація — найдієвіший спосіб для профілактики грипу та COVID-19*. Урядовий портал. <https://www.kmu.gov.ua/news/moz-shchorichna-vaktsynatsiia-naidievishiy-sposib-dlia-profilaktyky-hrypu-ta-covid-19>
54. МОЗ України. (2019). *Антифейк МОЗ України про вакцини проти кору в Японії*. Міністерство охорони здоров'я України. <https://moz.gov.ua/article/news/antifejk-moz-ukraini-pro-vakcini-proti-koru-v-japonii>
55. Мороз, О. (2021, 24 листопада). *Ренесанс українського YouTube. Як закінчується ера проросійських каналів в Україні. Дослідження*.

- <https://www.pravda.com.ua/articles/2021/11/24/7314996/>
56. Мороз, О. (2023а). *Надъожа. Як корисні ідіоти грають на руку росії і виправдовують агресію? | Як не стати овочем* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/tz7MEk13paM>
57. Мороз, О. (2023б, 16 серпня). *Сергій Гула. Адвокат-блогер, який розганяє паніку серед українців | Як не стати овочем* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/LcTuqdeE8j0>
58. Мороз, О. (2023с, 20 серпня). *Псевдоекспертиза і конспірологія. Як Новосельцев підіграє росії | Як не стати овочем* [Відео]. YouTube. [https://youtu.be/ul45p7pd\\_Ec](https://youtu.be/ul45p7pd_Ec)
59. Мороз, О. (2024, 7 квітня). *Антон Гура. Остап Стахів. Мар'ян Чава. Олександр Шавлюк. Як працює "антимобілізаційний десант"* [Відео]. YouTube. <https://youtu.be/TvkmbMUyuzo>
60. Мудра, І. (2021). Українські соціальні мережі: Стан та перспективи для ЗМІ. *Держава та регіони. Серія: Соціальні комунікації*, 2(46), 124–129. [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.2\(46\).18](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.2(46).18)
61. М'ясищев, О., & Скібіцька, Ю. (2024). *Остап Стахів — політик-невдаха та антивакцинатор — створив багатотисячну антимобілізаційну мережу. Її члени блокують роботу ТЦК і держорганів. Детальний розбір «Бабеля» (СБУ на замітку)*. Бабель. <https://babel.ua/texts/104396-ostap-stahiv-politik-nevdaaha-ta-antivakcinators-tvoriv-bagatotisyachnu-antimobilizaciynnu-merezhu-jiji-chleni-blokuyut-robotu-tck-i-derzhorganiv-detalniy-rozbir-babelya-sbu-na-zamitku>
62. Нагорна, Л. (2011). Дискурс-аналіз. У *Політична енциклопедія* (с. 218). Парламентське видавництво.
63. Оксимець, О. (2021). *Антивакцинаторський рух в Україні: Хто є хто, наскільки вони впливові та які їхні наративи*. Інститут масової інформації.

- <https://imi.org.ua/monitorings/antyvaktsynatorskyj-ruh-v-ukrayini-hto-ye-hto-naskilky-vony-vplyvovi-ta-yaki-yihni-naratyvy-i43016>
64. Останній Бастіон. (2021, 5 листопада). *Антон Болтук, юридичні нюанси примусової вакцинації, Мітинг у Києві* [Відео]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=Y5o7NudYTYo>
65. Петрик, В., Присяжнюк, М., Компанцева, Л., Скулиш, Є., & Бойко, О. (2011). *Сугестивні технології маніпулятивного впливу* (Є. Скулиш, Ред.; 2-ге вид.). ВІПОЛ.
66. Півторак, О. (2024, 29 лютого). «Постійне дежавю». *Аналіз фейків про Україну від січня 2015 до лютого 2024 року*. ms.detector.media. <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/34319/2024-02-29-posti-yne-dezhavyu-analiz-feykiv-pro-ukrainu-vid-sichnya-2015-do-lyutogo-2024-roku/>
67. Повзун, С., & Челахов, О. (2015, 26 червня). «17-й дезінформаційний: Як на гроші «Сім'ї» працює медіа-агентура Кремля». detector.media. <https://detector.media/withoutsection/article/108663/2015-06-26-17-y-dezyn-formatsyonnyu-kak-na-dengy-semy-rabotaet-medya-agentura-kremlya/>
68. ПолітХаб. (2023). *Надьожа Олександр Володимирович*. <https://www.chesno.org/politician/208084/>
69. Половинчак, Ю. (2015). Особливості функціонування української блогосфери. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, 3(42), 99–102.
70. Про медіа, Закон України № 2849-IX (2024) (Україна). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
71. Про систему громадського здоров'я, Закон України № 2573-IX (2024) (Україна). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2573-20#Text>
72. Проценко, О. (2022). Новітнє пандемічне аргументування в соціальному дискурсі України. *Актуальні питання гуманітарних наук*, 3(47), 100–106. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/47-3-16>

73. Разумков Центр. (2020, 30 вересня). *Як змінились уподобання та інтереси українців до засобів масової інформації після виборів 2019р. та початку пандемії COVID-19 (серпень 2020р.)*. Центр Разумкова. <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/yak-zminyl-ys-upodobannia-ta-interesy-ukraintsiv-do-zasobiv-masovoi-informatsii-pisli-a-vyboriv-2019r-ta-pochatku-pandemii-covid19-serpen-2020r>
74. Рець, І. (2024, 6 серпня). *Заперечують державу та намагаються її паралізувати: Яку загрозу несе російський рух Живих людей, що перекинувся в Україну під час війни*. Інформатор UA. <https://informer.ua/uk/zaperechuyut-derzhavu-ta-namagayutsya-jiji-paralizuuvati-yaku-zagrozu-nese-rosiyskiy-ruh-zhivih-lyudey-shcho-perekinuvsva-v-ukrajinu-pid-chas-viyni>
75. Рибак, В. (2021, 21 листопада). *Чати проти щеплень. Як українські антивакцинатори координуються у вайбері*. ms.detector.media. <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/28541/2021-11-21-chaty-proty-shcheplen-yak-ukrainski-antyvaktsynatory-koordynuyutsya-u-vayberi/>
76. Різун, В., Непийвода, Н., & Корнеєв, В. (2005). *Лінгвістика впливу*. Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет".
77. Різун, В., & Скотникова, Т. (2013). *Методи соціальнокомунікаційних досліджень. Наукові записки Інституту журналістики, 52, 49–53.*
78. РНБО України. (2021). *Звіт Центру протидії дезінформації при РНБО України «Антивакцинна пропаганда — інформаційна кампанія проти України»*.
79. Родак, К. (2021). *Who is Mr. Stahiv?* ZAXID.NET. [https://zaxid.net/ostap\\_stahiv\\_lviv\\_provokator\\_biografiya\\_novini\\_fakti\\_n1530433](https://zaxid.net/ostap_stahiv_lviv_provokator_biografiya_novini_fakti_n1530433)
80. Романенко, А. (2022, 4 березня). *Поширювала пропаганду: На Черкащині викрили ворожу агітаторку*. Вичерпно. <https://vycherpno.ck.ua/poшыryuvala-propagandu-na-cherkashhyni-vykyryly-vorozhu-agitatorku>

81. Ромах, О. (2016). *Специфіка використання засобів продукування тривожності та страху в медіатекстах* (Публікація № 0416U005222) [Дис. д-ра філософії в галузі соц. комунікацій, Київський національний університет ім. Тараса Шевченка]. УкрІНТЕІ.
82. Савчук, І. (2022, 20 лютого). *Скандал у Львівській опері: Артисти балету звинуватили свого керівника у побитті працівниці*. ГЛАВКОМ. <https://glavcom.ua/country/culture/skandal-u-lvivskiy-operi-artisti-baletu-zvinuvatili-svogo-kerivnika-u-pobitti-pracivnici-823504.html>
83. Семенюк, Г. (2013). *Медіавіруси як складник контенту українських мережових видань* (Публікація № 0414U005743) [Дис. канд. наук із соц. комунікацій, Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут журналістики]. Національний репозитарій академічних текстів.
84. Сільє, Я. (2021, 3 березня). *«Інфодемія» дезінформації про COVID-19 шкодить здоров'ю українців — з'ясовано в дослідженні на замовлення ООН*. UNDP. <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/infodemiya-dezinformatsiyi-pro-covid-19-shkodyt-zdorovyu-ukrayintsiv-zyasovano-v-doslidzhenni-na-zamovlennya-oon>
85. Телекритика. (2009, 29 травня). *Журналістське розслідування з летальним кінцем*. detector.media. <https://detector.media/production/article/45912/2009-05-29-zhurnalistiske-rozsliduvannya-z-letalnym-kintsem/>
86. Трачук, Т. (2021). *Поняття постправди у сучасному науковому дискурсі. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука", 19(119), 47–51*. <https://doi.org/10.25313/2520-2057-2021-19-7805>
87. Трачук, Т. (2022). *Специфіка застосування у ЗМІ технологій маніпулювання суспільною свідомістю. Grail of Science, (18-19), 277–284*. <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.26.08.2022.46>

88. Фіялка, С. (2018). Медіаграмотність українців з питань вакцинації. *Технологія і техніка друкарства*, 2(60), 41–49. [https://doi.org/10.20535/2077-7264.2\(60\).2018.152038](https://doi.org/10.20535/2077-7264.2(60).2018.152038)
89. Центр протидії дезінформації. (2022, 18 травня). *Повідомлення російських пропагандистів щодо того чи справді на українців чекає голод взимку 2022-2023 рр.* <https://cpd.gov.ua/main/prodovolcha-kryza-i-golod-chergovyj-fe/>
90. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. (2022). *Винен Захід, безкультурні українці, Небесний Єрусалим та змова фармацевтів: 12 тем російської пропаганди в Центральній Європі. Spravdi.* <https://spravdi.gov.ua/vynen-zahid-bezkulturni-ukrayinczi-nebesnyj-yerusalym-ta-zmova-farmaczevtiv12-tem-rosijskoyi-propagandy-v-czentralnij-yevropi>
91. Цимбаленко, Є. (2012). Нові технології реклами: Віртуальна вірусна комунікація. *Наукові записки інституту журналістики*, 48, 142–146.
92. Чантурія, А. (2018). Постправа та масова свідомість. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка №(323), 9(323)*, 4–13.
93. Чернікова, О. (2016). Генератори мемів у англomовному культурному просторі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»*, (60), 251–254.
94. Чудутова, Д., & Устінов, О. (2010). Вакцинація за віком, стан колективного імунітету та антивакцинальні кампанії: Сучасна ситуація в Україні. *Український медичний часопис*, 5(79), 33–36. <https://api.umj.com.ua/wp/wp-content/uploads/2010/10/5884.pdf>
95. Шарабура, О. (2021). *Фейки та маніпуляції про COVID-19 від лікарки, яку полюбили антивакси. Без Брехні.* <https://without-lie.info/covid-19/feyky-ta-manipulyatsiyi-pro-covid-vid-likarky-yaku-polyubyly-antyvaksy/>

96. Шевченко, В. (2018). Фактчекінг і верифікація у журналістській роботі. *Образ*, 1(27), 140–153. [https://doi.org/10.21272/2415-8496-2018-1\(27\)-140-153](https://doi.org/10.21272/2415-8496-2018-1(27)-140-153)
97. Шевченко, В., & Зубар, П. (2024). Блогосфера України: Контент-аналіз антивакцинної кампанії під час пандемії COVID-19. *Образ*, 45(2), 48–59. [https://doi.org/10.21272/obraz.2024.2\(45\)-48-59](https://doi.org/10.21272/obraz.2024.2(45)-48-59)
98. Шевченко, Л. (2010). Українська блогосфера як дзеркало соціокультурних процесів. Результати дослідження користувачів „Живого Журналу”. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, (4), 37–52.
99. Юхимець, О. (2021, 18 грудня). Літак з інфікованими, уранові шахти та заклики проти вакцинації: Хто такий Антон Гура та навіщо він продукує фейки. Шпальта. <https://shpalta.media/2021/12/18/litak-z-infikovanimi-uranovi-shaxti-ta-zakliki-proti-vakcinacii-xto-takij-anton-gura-ta-navishho-vin-produkuye-fejki/>
100. Яковлев, М. (2021). *Теорії змов. Як (не) стати конспірологом*. Віхола.
101. Apetrei, C., Marx, P. A., Mellors, J. W., & Pandrea, I. (2022). The COVID misinfodemic: Not new, never more lethal. *Trends in Microbiology*. <https://doi.org/10.1016/j.tim.2022.07.004>
102. Barkun, M. (2013). *Culture of conspiracy: Apocalyptic visions in contemporary America*. University of California Press.
103. Bateman, C. (2007). Paying the price for AIDS denialism. *South African Medical Journal*, 97(10), 912–914.
104. BBC News Україна. (2021). Смерть військової за 2 доби після вакцинації. Експертиза встановила причину - BBC News Україна. <https://www.bbc.com/ukrainian/news-56511137>
105. Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
106. Blackmore, S. J. (2000). *The meme machine*. Oxford University Press.

107. Boghardt, T. (2009). Operation INFEKTION: Soviet bloc intelligence and its AIDS disinformation campaign. *Studies in Intelligence*, 53(4).
108. Boreiko, Y., Kulakevych, M., & Fedotova, T. (2022). Church and the COVID-19 pandemic in Ukraine: Vaccination as a challenge. *Sophia. Human and Religious Studies Bulletin*, 19(1), 12–15.  
<https://doi.org/10.17721/sophia.2022.19.2>
109. Brodie, R. (1996). *Virus of the mind: The new science of the meme*. Integral Press.
110. Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. Polity.
111. Burman, J. T. (2012). The misunderstanding of memes: Biography of an unscientific object, 1976–1999. *Perspectives on Science*, 20(1), 75–104.  
[https://doi.org/10.1162/posc\\_a\\_00057](https://doi.org/10.1162/posc_a_00057)
112. Cecco, L. (2021, 9 вересня). *Trudeau accuses far-right website of spreading vaccine misinformation*. the Guardian.  
<https://www.theguardian.com/world/2021/sep/09/justin-trudeau-rebel-media-canada-vaccine-misinformation>
113. Cha, M., Pérez, J. A. N., & Haddadi, H. (2011). The spread of media content through blogs. *Social Network Analysis and Mining*, 2(3), 249–264.  
<https://doi.org/10.1007/s13278-011-0040-x>
114. Chernikova, O. (2021). Covid-19 as meme generator: Pandemic newspeak influencing meme creation. *Germanic Philology Journal of Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University*, (831-832), 288–297.  
<https://doi.org/10.31861/gph2021.831-832.288-297>
115. Cinelli, M., Quattrocioni, W., Galeazzi, A., Valensise, C. M., Brugnoli, E., Schmidt, A. L., Zola, P., Zollo, F., & Scala, A. (2020). The COVID-19 social media infodemic. *Scientific Reports*, 10(1).  
<https://doi.org/10.1038/s41598-020-73510-5>

116. Clarity Project. (б. д.). ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ "ОБ'ЄДНАНА ПРАВОЗАХИСНА ГРУПА "БАГНЕТ НАЦІЇ" - Clarity Project. <https://clarity-project.info/rgf/4e3ecafaa3ba678dd8d06b21d2e55bbe>
117. Cosentino, G. (2023). *Infodemic: Disinformation, Geopolitics and the Covid-19 Pandemic*. Bloomsbury Academic.
118. Dasaratha, K., & He, K. (2023). Learning from viral content. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2210.01267>
119. Dawkins, R. (1993). Viruses of the mind. У *Dennett and His Critics: Demystifying Mind* (с. 13–27). Blackwell.
120. Dawkins, R. (2016). *The selfish gene. 40th anniversary edition*. Oxford University Press. (Оригінал опубліковано 1976 р.)
121. De Brasi, D., Papathomas, A., & Tsiampokalos, T. (2025). Fake news in Ancient Greece: Why does it matter. У *Fake news in Ancient Greece* (с. 1–24). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783111393629-001>
122. Dennett, D. C. (1990). Memes and the Exploitation of Imagination. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 48(2), 127. <https://doi.org/10.2307/430902>
123. Depo.ua. (2020). Блогер, "кварталівець" і "ексукрон": Хто такий Антон Гура, що хайпанув на "літаку інфікованих з Мілану" — Depo.ua. <https://www.depo.ua/ukr/politics/bloger-kvartalivets-i-eksukrop-khto-takiy-anton-gura-shcho-khaypanuv-na-litaku-infikovanikh-z-milanu-202003131130389>
124. Depoux, A., Martin, S., Karafillakis, E., Preet, R., Wilder-Smith, A., & Larson, H. (2020). The pandemic of social media panic travels faster than the COVID-19 outbreak. *Journal of Travel Medicine*, 27(3). <https://doi.org/10.1093/jtm/taaa031>
125. Dmytruk, V. I., & Zaslavska, H. O. (2017). Immunoprophylaxis of infectious diseases in children: achievements and problems. Anti-vaccine movement as a barrier factor in immunization of the population. *ACTUAL*

- INFECTOLOGY*, 5(4), 166–171.  
<https://doi.org/10.22141/2312-413x.5.4.2017.115728>
126. Figueiredo, E. B. L. d., Rodrigues, R. M. d. C., Pontes, K. C. T., Oliveira, M. T. d., Oliveira, J. T., & Souza, L. D. (2022). Disinformation influencers in the spanish flu and COVID-19 pandemics: A documentary study. *Revista Brasileira de Educação Médica*, 46(2).  
<https://doi.org/10.1590/1981-5271v46.2-20220043.ing>
127. Gentile, M., & Kragh, M. (2022). The 2020 Belarusian presidential election and conspiracy theories in the Russo-Ukrainian conflict. *International Affairs*. <https://doi.org/10.1093/ia/iia053>
128. Georgiievskia, V., Sydorenko, N., Gerasymenko, Y., Dubetska, O., & Yevdokymenko, I. (2023). Trends in media development in Ukraine: Social communication and legal aspects. *Social Legal Studios*, 6(3), 32–42.  
<https://doi.org/10.32518/sals3.2023.32>
129. Giordani, R. C. F., Donasolo, J. P. G., Ames, V. D. B., & Giordani, R. L. (2021). A ciência entre a infodemia e outras narrativas da pós-verdade: desafios em tempos de pandemia. *Ciência & Saúde Coletiva*, 26(7), 2863–2872. <https://doi.org/10.1590/1413-81232021267.05892021>
130. Goltsova, M., & Chybis, L. (2020). Coronavirus neologisms in the English and Ukrainian languages. *Mižnarodnij filologičnij časopis*, 12(1), 45–48.  
<https://doi.org/10.31548/philolog2021.01.045>
131. Gruzd, A., & Mai, P. (2020). Going viral: How a single tweet spawned a COVID-19 conspiracy theory on Twitter. *Big Data & Society*, 7(2).  
<https://doi.org/10.1177/2053951720938405>
132. Harper, D. (2011). Virus. Y *Etymonline*.  
<https://www.etymonline.com/word/virus>
133. Hemsley, J., & Mason, R. M. (2012). The nature of knowledge in the social media age: Implications for knowledge management models. Y *45th hawaii international conference on system sciences* (c. 3928–3937).  
<https://doi.org/10.1109/HICSS.2012.580>

134. Hemsley, J., & Mason, R. M. (2013). Knowledge and knowledge management in the social media age. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 23(1-2), 138–167. <https://doi.org/10.1080/10919392.2013.748614>
135. Horska, K., Dosenko, A., Iuksel, G., Yuldasheva, L., & Solomatova, V. (2023). Internet platforms as alternative sources of information during the Russian-Ukrainian war. *Amazonia Investiga*, 12(62), 353–360. <https://doi.org/10.34069/AI/2023.62.02.36>
136. Hughes, B., Miller-Idriss, C., Piltch-Loeb, R., Goldberg, B., White, K., Criezis, M., & Savoia, E. (2021). Development of a codebook of online anti-vaccination rhetoric to manage COVID-19 vaccine misinformation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(14), 7556. <https://doi.org/10.3390/ijerph18147556>
137. HWAG. (2021). *Огляд основних операцій російського інформаційного впливу в Україні за перше півріччя 2021 року*. Український кризовий медіа-центр. <https://uacrisis.org/uk/operatsiyi-ros-inform>
138. Islam, M. S., Sarkar, T., Khan, S. H., Mostofa Kamal, A.-H., Hasan, S. M. M., Kabir, A., Yeasmin, D., Islam, M. A., Amin Chowdhury, K. I., Anwar, K. S., Chughtai, A. A., & Seale, H. (2020). COVID-19–Related infodemic and its impact on public health: A global social media analysis. *The American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*, 103(4), 1621–1629. <https://doi.org/10.4269/ajtmh.20-0812>
139. Jones, R. H. (Ред.). (2021). *Viral discourse*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108986465>
140. Joshi, K., Sharma, L., Acharya, T., Dwivedi, M., & Sethy, G. (2022). Infodemics during era of COVID-19 pandemic: A review of literature. *Journal of Family Medicine and Primary Care*, 11(8), 4236. [https://doi.org/10.4103/jfmpe.jfmpe\\_2446\\_21](https://doi.org/10.4103/jfmpe.jfmpe_2446_21)
141. Karpasitis, C. (2017). *Brand video virality: The role of audio, visual and plot characteristics*. University of Central Lancashire.

142. Kearney, M. D., Chiang, S. C., & Massey, P. M. (2020). The Twitter origins and evolution of the COVID-19 “pandemic” conspiracy theory. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-42>
143. Keegan, K. (2022). Clarity for friends, confusion for foes: Russian vaccine propaganda in Ukraine and Serbia. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-98>
144. Keller, R. (2013). *Doing Discourse Research: An Introduction for Social Scientists*.
145. Kessler, S. H., & Humprecht, E. (2023). COVID-19 misinformation on YouTube: An analysis of its impact and subsequent online information searches for verification. *DIGITAL HEALTH*, 9, 205520762311771. <https://doi.org/10.1177/20552076231177131>
146. Korolchuk, O., Vasiuk, N., Klymkova, I., Shvets, D., & Piddubnyi, O. (2023). COVID-19 Vaccination under Conditions of War in Ukraine. *Asian Bioethics Review*. <https://doi.org/10.1007/s41649-023-00248-3>
147. Kuzio, T. (2011). Soviet conspiracy theories and political culture in Ukraine: Understanding Viktor Yanukovych and the Party of Regions. *Communist and Post-Communist Studies*, 44(3), 221–232. <https://doi.org/10.1016/j.postcomstud.2011.07.006>
148. Kyere, I., & Kankam, P. K. (2021). Information dissemination during pandemics: A review on the Spanish Influenza and Covid-19. *Record and Library Journal*, 7(2), 254–264. <https://doi.org/10.20473/rlj.v7i2.203>
149. Lee, C. (2022). Chapter 10. COVID-19 conspiracy theories as affective discourse. *Y Conspiracy theory discourses* (c. 215–238). John Benjamins Publishing Company. <https://doi.org/10.1075/dapsac.98.10lee>
150. McIntyre, L. C. (2018). *Post-truth*.
151. Moran, M. B., Lucas, M., Everhart, K., Morgan, A., & Prickett, E. (2016). What makes anti-vaccine websites persuasive? A content analysis of techniques used by anti-vaccine websites to engender anti-vaccine sentiment.

- Journal of Communication in Healthcare*, 9(3), 151–163.  
<https://doi.org/10.1080/17538068.2016.1235531>
152. NBC News. (2021). *Who is the 'pizza king'? The secret language being used by anti-vaccine groups to skirt detection.*  
<https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/anti-vaccine-groups-changing-dance-parties-facebook-avoid-detection-rcna1480>
153. Nlooto, M., & Naidoo, P. (2016). Traditional, complementary and alternative medicine use by HIV patients a decade after public sector antiretroviral therapy roll out in South Africa: A cross sectional study. *BMC Complementary and Alternative Medicine*, 16(1).  
<https://doi.org/10.1186/s12906-016-1101-5>
154. Nuwarda, R. F., Ramzan, I., Weekes, L., & Kayser, V. (2022). Vaccine hesitancy: Contemporary issues and historical background. *Vaccines*, 10(10), 1595. <https://doi.org/10.3390/vaccines10101595>
155. Oshinsky, D. M. (2005). *Polio: An american story*. Oxford University Press, USA.
156. Pertwee, E., Simas, C., & Larson, H. J. (2022). An epidemic of uncertainty: Rumors, conspiracy theories and vaccine hesitancy. *Nature Medicine*, 28(3), 456–459. <https://doi.org/10.1038/s41591-022-01728-z>
157. Peters, M. A., Jandrić, P., & McLaren, P. (2020). Viral modernity? epidemics, infodemics, and the ‘bioinformational’ paradigm. *Educational Philosophy and Theory*, 1–23.  
<https://doi.org/10.1080/00131857.2020.1744226>
158. Ponce de León, E., & Gigitashvili, G. (2022, 31 травня). *Polish-language Telegram channels spread anti-refugee narratives.* DFRLab.  
<https://dfrlab.org/2022/05/31/polish-language-telegram-channels-spread-anti-refugee-narratives/>
159. Popov, A., Tukaiev, S., Rizun, V., Havrylets, Y., Ivaskevych, D., Petrenko-Lysak, A., & Yachnik, Y. (2023). Age-Related differences in

- reading negative texts on COVID-19. *European Psychiatry*, 66(S1), S599. <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2023.1249>
160. Protsenko, O. (2022). The new pandemic argo in the social discourse of Ukraine. *Humanities Science Current Issues*, 3(47), 100–106. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/47-3-16>
161. Rochel de Camargo Jr, K. (2020). Here we go again: The reemergence of anti-vaccine activism on the Internet. *Cadernos de Saúde Pública*, 36(2). <https://doi.org/10.1590/0102-311x00037620>
162. Ross, R., Gleeson, K., Wilson, S., Ashton, L., & Levy, N. L. (2024). Do people sincerely believe conspiracy theories that they endorse? <https://doi.org/10.31234/osf.io/zsnrc>
163. Rushkoff, D. (1994). *Media virus!: Hidden agendas in popular culture*. Ballantine Books.
164. Salazar-Fernández, C., Baeza-Rivera, M. J., Manríquez-Robles, D., Salinas-Oñate, N., & Sallam, M. (2023). From Conspiracy to Hesitancy: The Longitudinal Impact of COVID-19 Vaccine Conspiracy Theories on Perceived Vaccine Effectiveness. *Vaccines*, 11(7), 1150. <https://doi.org/10.3390/vaccines11071150>
165. Samaan, G., Patel, M., Olowokure, B., Roces, M. C., & Oshitani, H. (2005). Rumor Surveillance and Avian Influenza H5N1. *Emerging Infectious Diseases*, 11(3), 463–466. <https://doi.org/10.3201/eid1103.040657>
166. Sarteschi, C. M. (2020). Sovereign citizens: A narrative review with implications of violence towards law enforcement. *Aggression and Violent Behavior*, 101509. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2020.101509>
167. Shelby, A., & Ernst, K. (2013). Story and science. *Human Vaccines & Immunotherapeutics*, 9(8), 1795–1801. <https://doi.org/10.4161/hv.24828>
168. Shevchenko, V., Malysh, N., & Tkachuk-Miroshnychenko, O. (2021). Distance learning in Ukraine in COVID-19 emergency. *Open Learning: The Journal of Open, Distance and e-Learning*, 1–16. <https://doi.org/10.1080/02680513.2021.1967115>

169. Shifman, L. (2013). *Memes in Digital Culture*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/9429.001.0001>
170. Silverman, C. (2015). Lies, damn lies and viral content. <https://doi.org/10.7916/D8Q81RHH>
171. Smith, M. R. (2021, 15 грудня). *How a Kennedy built an anti-vaccine juggernaut amid COVID-19*. AP News. <https://apnews.com/article/how-rfk-jr-built-anti-vaccine-juggernaut-amid-covid-4997be1bcf591fe8b7f1f90d16c9321e>
172. Stopfake. (2020, 24 липня). *Фейк: Пандемія коронавірусу — це результат системної корупції в науці та ЗМІ*. StopFake. <https://www.stopfake.org/uk/fejk-pandemiya-koronavirusu-tse-rezultat-sistemnoyi-koruptsiyi-v-nautsi-ta-zmi/>
173. Strobel, B. (2025). The seventh division of Plato's sophist as a guide to understanding the nature of fake news. У *Fake news in Ancient Greece* (с. 27–46). De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783111393629-002>
174. Sunstein, C. R., & Vermeule, A. (2009). Conspiracy theories: Causes and cures. *Journal of Political Philosophy*, 17(2), 202–227. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9760.2008.00325.x>
175. Sydorenko, N., Prystupenko, T., Iuksel, G., Dubetska, O., & Yevdokymenko, I. (2022). Globalization trends within the framework of the COVID-19 pandemic: Information and social communications. *International Journal of Computer Science and Network Security*, 2, 447–456. <https://doi.org/10.22937/IJCSNS.2022.22.6.57>
176. Taplin, P., Holland, C., & Billing, L. (2023). The sovereign citizen superconspiracy: Contemporary issues in native title anthropology. *The Australian Journal of Anthropology*. <https://doi.org/10.1111/taja.12480>
177. Tarasova, S. O., & Shostak, V. O. (2023). Diachronic study of memes. *Scientific Notes of V. I. Vernadsky Taurida National University, Series: "Philology. Journalism"*, 1(2), 121–128. <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.2.1/22>

178. The YouTube Team. (2021, 29 вересня). *Managing harmful vaccine content on YouTube*. [blog.youtube.  
https://blog.youtube/news-and-events/managing-harmful-vaccine-content-youtube/](https://blog.youtube/news-and-events/managing-harmful-vaccine-content-youtube/)
179. Toledo, G. (2013). Uma crítica à memética de Susan Blackmore. *Revista De Filosofia Aurora*, 25(36), 179–195. <https://doi.org/10.7213/revistadefilosofiaaurora.7770>
180. VoxCheck. (2020). НЕПРАВДА: Ратифікація Стамбульської конвенції збільшує насилля та розвиває сексуальні збочення. VoxUkraine | «Вокс Україна» — більше ніж найкраща аналітика про Україну. <https://voxukraine.org/nepravda-ratifikatsiya-stambulskoyi-konventsiiy-zbils-huye-nasillya-ta-rozvivaye-seksualni-zbochennya>
181. VoxCheck. (2022). ФЕЙК: Лідери G20 домовилися про встановлення тотального контролю над людством за допомогою COVID-сертифікатів. VoxUkraine | «Вокс Україна» — більше ніж найкраща аналітика про Україну. <https://voxukraine.org/fejk-lidery-g20-domovylysy-pro-vstanovlennya-total-nogo-kontrolyu-nad-lyudstvom-za-dopomogoyu-covid-sertyfikativ-2>
182. Zadroga, M. (2022, 9 лютого). *The anti-vaccine movement and pro-Russian propaganda in social media — a summary report*. Fakenews.pl. <https://fakenews.pl/en/analyzes/the-anti-vaccine-movement-and-pro-russian-propaganda-in-social-media-a-summary-report/>
183. Zakharchenko, A., Sysoieva, Y., & Komnatska, H. (2022). The peculiarities of a media narrative generated by ukrainian top bloggers. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 1(80), 9–24. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2022.80.1>
184. Zakharchenko, A., & Tsybal, E. (2015). Transformation of viral content in the communication process. *Current Issues of Mass Communication*, (17), 59–71. <https://doi.org/10.17721/2312-5160.2015.17.59-71>

185. Zakharchenko, O., Avramenko, R., Zakharchenko, A., Korobchuk, A., Fedushko, S., Syerov, Y., & Trach, O. (2022). Multifaceted Nature of Social Media Content Propagating COVID-19 Vaccine Hesitancy: Ukrainian Case. *Procedia Computer Science*, 198, 682–687. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2021.12.306>
186. Zhang, X., & Davis, M. (2022). E-extremism: A conceptual framework for studying the online far right. *New Media & Society*, 146144482210983. <https://doi.org/10.1177/14614448221098360>
187. Zoaib Habib, T., Ennab, F., Matiashova, L., Nawaz, F. A., Volkova, A., Trill, V., & Essar, M. Y. (2022). Double trouble: COVID-19 vaccine misinformation amidst conflict in Ukraine. *Annals of Medicine and Surgery*, 104127. <https://doi.org/10.1016/j.amsu.2022.104127>

## ДОДАТКИ

### *Додаток А*

#### *Відео, які увійшли до емпіричної бази дослідження*

Емпірична база збережена у хмарному хостингу, де кожен файл названий унікальним ідентифікатором (наприклад, «0bGGdryYlaM»), використовуваним YouTube у посиланнях формату «<https://youtu.be/ID>», де *ID* це ідентифікатор. Для публікацій, відеоконтент яких отримати було неможливо, наведені текстові файли з автоматичними субтитрами.

Публікації емпіричної бази дослідження доступні за посиланням:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ceWJP-PCqX5txllprpnH5C7T4Hici-Rc>