

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра журналістики

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

Васильченко В'ячеслав Миколайович

«__» _____ 2022 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»
ОСОБЛИВОСТІ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ЖУРНАЛІСТА ДО РОБОТИ
В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

Виконавець: Назарчук Анна Павлівна

Керівник: д-р філол. наук, проф.

Шульгіна Валентина Іванівна

Нормоконтролер: канд. пед. наук, доц.

Остапчук Світлана Сергіївна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ	8
1.1. Змістовий діапазон поняття «інформаційна війна».....	8
1.2. Основні види психологічних маніпуляцій під час ведення інформаційної війни.....	18
Висновки до розділу 1	31
РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНА ПРОТИДІЯ У ХОДІ РОСІЙСЬКО- УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ	32
2.1. Ведення інформаційної протидії в сучасних умовах розвитку суспільства.....	32
2.2. Практика ведення російсько-української інформаційної війни	40
2.3. Робота вебсайту Белінгкет у контексті висвітлення російсько-української війни.....	50
Висновки до розділу 2	57
РОЗДІЛ 3. ЗАСТОСУВАННЯ АКТУАЛЬНИХ МЕТОДІВ У РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА ПІД ЧАС ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИСТОЯННЯ	59
3.1. Використання розвідки з відкритими джерелами – OSINT у роботі сучасного журналіста.....	59
3.2. Рекомендації щодо практичного застосування психологічних маніпуляцій у ході інформаційної війни	66
3.3. Особливості навчального процесу в університеті при підготовці майбутніх журналістів до роботи в умовах інформаційного протиборства	70
Висновки до розділу 3	78
ВИСНОВКИ.....	80
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	86

ВСТУП

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що розвиток інформаційних технологій вплинув на зміни у підготовці майбутніх журналістів та на роботу працівників ЗМІ загалом. Інформаційна війна стала рівноцінною зброєю у протистояннях. Сьогодні журналісти є не тільки четвертою владою, але й третьою стороною будь-якого конфлікту. Нормальне функціонування суспільства та процесів його життєдіяльності залежить від того, чи безпечним є інформаційне середовище, на скільки воно якісне та розвинене. Особливо актуальним це питання є тоді, коли країна знаходиться у стані збройного конфлікту. Потрібно знати, як працювати в інформаційному просторі, вміти забезпечити цілісність та збереження інформації від потрапляння до рук ворога. Будь-яке проникнення у систему може зашкоджувати психологічному здоров'ю громадян, а також інформаційній та національній безпеці.

Журналістика повинна бути чесною та справедливою навіть під час війни. Сьогодні особливо звертають уваги на роботу працівників ЗМІ. Мережа Інтернет надала величезну силу як простим громадянам, так і тим, хто в ній працює. Це відкриває нові можливості для медіа. З'являються нові техніки ведення інформаційного протистояння, а саме використання соціальних мереж для поширення інформації тощо. Для зловмисників це також відкрило нові двері для маніпуляцій. Важливо окреслити, як діяти під час інформаційної протидії, але не стати ще одним з тих, хто поширює дезінформацію. У тому випадку, коли журналіст втрачає свою моральну позицію та маніпулює аудиторією, починає працювати ефект доміно – знижується довіра громадськості до засобу масової інформації, а в подальшому може призвести й до втрати упевненості у збройних силах.

Дипломна робота націлена саме на трактування інформаційної боротьби в ширших рамках розуміння. Пропонуємо різноманітні способи її ведення як на стратегічному, так і на оперативних рівнях. Майбутні журналісти повинні розуміти, що всі інструменти та засоби інформаційної війни знаходяться під рукою, тож ними може скористатися будь-хто. Важливо вміти не тільки використовувати їх у власних цілях, але й мати навички протидії та захисту.

Тому у дипломній роботі важливо висвітлити теорію та практику ведення інформаційної боротьби, а також повідомити про методи, які у ній використовуються. Рішення щодо проведення такого виду протиборства потрібно приймати зважено, розуміючи всі можливі ризики, з якими можна зустрітися. Стаючи учасником цього протистояння, потрібно знати, що маніпулятивна інформація завжди має набагато більше руйнівної сили, ніж збройні конфлікти. Жертвами інформаційної боротьби можуть стати великі маси людей, їхнє ментальне здоров'я. Це буквально спричиняє знищення зсередини, змінюючи свідомість громадськості. Необхідно удосконалити навчальний процес при підготовці майбутніх журналістів в умовах сучасної інформаційної війни, адже знати всі тонкощі проведення даного виду протиборства потрібно до того, як воно почалося.

Засоби масової інформації стали важливим ресурсом для отримання актуальних новин про те, що відбувається на воєнній, політичній та інших аренах нашого життя. Особливостями впливу інформації на суспільство цікавилася багато дослідників, зокрема В. Березін, С. Гриняєв, Р. Гудін, Г. Назаренко, Г. Почепцов, О. Шпенглер [4, 58, 57, 35, 43, 55].

Мета дослідження полягає у визначенні особливостей університетської підготовки майбутніх журналістів, задля удосконалення їх готовності ефективно працювати в умовах сучасного інформаційного протиборства.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних **завдань**:

1. Розглянути теоретичні та методологічні засади ведення інформаційної війни.

2. Визначити, які психологічні маніпуляції застосовуються при веденні інформаційного протистояння.

3. Дослідити ведення інформаційної боротьби у сучасному світі на прикладі російсько-української інформаційної війни.

4. Надати характеристику актуальних методів та прийомів, що застосовуються в інформаційній боротьбі.

5. Сформулювати рекомендації щодо удосконалення університетської підготовки майбутніх журналістів під час інформаційного протистояння.

Об'єктом дослідження є інформаційне протиборство в умовах російсько-української агресії.

Предметом дослідження є шляхи покращення навчального процесу при підготовці майбутніх журналістів, з урахуванням аспектів сучасної інформаційної війни, теоретичних та практичних засобів і методів її ведення.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження становить наступне:

– для визначення теоретичних та методологічних засад ведення інформаційної війни було формалізовано та узагальнено дані науково-методичної літератури, враховано історичні особливості;

– для дослідження психологічних маніпуляцій, які застосовують у ході ведення інформаційної боротьби, було використано метод системного та компаративного аналізу;

– для виявлення сучасних методів ведення інформаційної боротьби, а також маніпуляцій, що застосовуються під час російсько-української інформаційної війни, використали методи спостереження та контент-моніторингу;

– за допомогою типологічного методу структурували форми та об'єкти інформаційної війни;

– під час всієї роботи застосовували жанровий та тематичний порівняльний аналіз;

– систематизували результати роботи за допомогою методу узагальнення.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у вдосконаленому визначенні інформаційної боротьби як засобу впливу на становлення особистості, з огляду на сучасні інформаційні війни та на інформаційну боротьбу у ході російсько-української війни, а також у наданні рекомендацій майбутнім журналістам щодо роботи в умовах інформаційної боротьби. У дослідженні висвітлили характеристики інформаційних війн та на прикладах розглянули, як вони ведуться та які методи використовують.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що результати нашого дослідження можуть бути корисними для початківців та досвідчених журналістів. Сформульовані положення й висновки можуть бути використані під час вивчення таких дисциплін як «Інформаційні війни», «Основи журналістики», «Кібербезпека», «Інтернет-журналістика» та ін.

Апробація результатів дослідження. Зміст і результати дослідження висвітлювалися на:

- Восьмій всеукраїнській студентській науковій конференції «Актуальні проблеми соціальних комунікацій» (м. Київ, 2022);
- XXII Міжнародній науково-практичній конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених «ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки» (м. Київ, 2022);
- X Всесвітньому конгресі «Авіація у XXI столітті» – «Безпека в авіації та космічні технології» (м. Київ, 2022);

Публікації. Основні положення дипломної роботи було викладено в публікаціях:

– Назарчук А. П. Діяльність Bellingcat у ході російсько-української інформаційної війни // Актуальні проблеми соціальних комунікацій: збірник матеріалів Восьмої всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ, 2022. С. 90-92.

– Назарчук А. П. Мережа інтернет як один із засобів ведення інформаційної війни // ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки: збірник матеріалів XXII

Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених. Київ, 2022. С. 304-306.

– Назарчук А. П., Шульгіна В. І. Психологічні маніпуляції під час ведення інформаційної війни // Безпека в авіації та космічні технології: збірник матеріалів Х Всесвітнього конгресу «Авіація у ХХІ столітті». Київ, 2022. С. 74-76.

Структура й обсяг магістерської роботи. Магістерська робота складається зі вступу, 3 розділів (8 підрозділів), висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (80 джерел). Загальний обсяг роботи становить 93 сторінки, основний текст викладено на 83 сторінках.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ

1.1. Змістовий діапазон поняття «інформаційна війна»

Ще з давніх часів на людський розум та емоції впливали за допомогою інформації. Такий вплив здійснювався через міфи, казки, прислів'я та приказки, а також через традиції та формування певних стереотипів. Хоча терміну «інформаційна війна» у давнині не існувало, а технічні засоби не були такими розвиненими, як сьогодні, усе вищеперераховане формувало поведінку людей та навіть їх стиль життя.

Не потрібно надто заглиблюватися в історію, варто проаналізувати лише певні події, щоб прийти до висновку, що інформацію завжди використовували як засіб маніпулювання суспільством та керування думками людей. Згадаймо релігійні та ідеологічні війни. Часто тих, хто мав інші погляди та сповідував думки, що суперечили владі, чекала досить гірка участь. Могли застосовувати репресії, цькування, переслідування та навіть інквізицію. Інквізиція ж стояла на захисті правильності віросповідань та церковного вчення, а будь-хто незгодний з інформацією, яку проповідує церковний інститут чи священник, визнавався еретиком – особою, що є проти прийнятого віросповідання. І якщо раніше інформація грала другорядну роль у протистояннях, то сьогодні вона є чи не найпершим важелем впливу.

Небувалий ріст значення інформації для всього людства ще у ХХ столітті передбачив німецький філософ, один із основоположників сучасної філософії культури, О. Шпенглер. У першому та головному своєму витворі, книзі «Занепад Європи», він зазначав, що у найближчому майбутньому думки провінційних

газет, а з їхньою допомогою – «воля народу», формуватимуться завдяки трьом або ж чотирьом світовим газетам. Філософ прогнозував, все буде вирішувати невелика кількість людей, які контролюють ці газети. Їхні імена, можливо, навіть і не будуть відомі. Проте, дуже багато політиків, депутатів та журналістів підтримуватимуть у суспільстві ілюзію народного самовизначення [55].

Сьогодні й справді ми можемо спостерігати, що велика кількість засобів масової інформації, принаймні в Україні, належить олігархам, депутатам, та іншим впливовим людям. За допомогою газет та журналів, а особливо за допомогою телебачення, вони просувають у суспільстві вигідні для себе нарративи. Такий спосіб контролю засобів масової інформації допомагає їм впливати на власний імідж, однобоко висвітлюючи новини. Скажімо, якщо відомий депутат, що планує балотуватися на пост президента, володіє певним телевізійним каналом, для нього стає дуже легкою задачею просувати на телебаченні власну кандидатуру, висвітлювати тільки свою політичну діяльність та позитивні сторони. У той же час, конкурентів на цьому телеканалі намагатимуться висвітлити з не дуже гарного боку.

ЗМІ часом можуть порушувати принципи інформаційної безпеки. Наприклад, вплинути на сприйняття та думку соціуму щодо певної тематики можна завдяки тому, з якого боку засоби масової інформації транслюватимуть певну особистість, які її вчинки висвітлюватимуть. Це може бути як позитивний піар, так і негативний. За цим стоїть ціла команда працівників.

У заангажованих ЗМІ подається оціночне судження дій конкретного політика або ж політичної сили. У таких відомостях можуть міститися не лише факти для того, щоб зробити людину впізнаваною, а й подається цілий набір інформації: якою справою займається, чи вдало веде її, як «експерти» оцінюють його діяльність і т. д. Суспільству подається викривлене розуміння лідерів через неточні репортажі, навішування ярликів, а думка журналіста подається у контексті єдино вірної. Увесь цей набір даних надають для того, аби спотворити сприйняття суспільством конкретної особистості.

Інформаційна безпека порушується і через те, що досить часто журналісти не обирають самі, проти кого вести інформаційну боротьбу, яким чином висвітлювати певну особистість. Усе залежить від того, як розміщуються сили на політичній арені. Інформаційні агенції можуть отримувати замовлення на публікацію джинси – матеріалів, які містять приховану рекламу когось або чогось, покликані просувати їх. Або ж, навпаки, прохання опублікувати матеріали, що дискредитують, створюють поганий імідж.

Можемо стверджувати, що порушення законів про інформаційну безпеку полягає у неправдивому зображенні особистості з певних причин. Вони є не об'єктивними, а змінюються у випадку того, чи вимагає цього керівництво засобу масової інформації, або ж у залежності з тим, хто керує ЗМІ, які вказівки дає. Через це щороку громадськість отримує суперечливу і навіть недостовірну інформацію про одну й ту саму особу. Аудиторія також може отримувати суперечливу інформацію про достовірність своєї думки з того самого джерела. Підставами для такої зміни поглядів журналістів можуть стати спонсорство з боку політичних партій, що зацікавлені у виборах, фінансове винагородження зацікавлених осіб та інше.

Обширне розповсюдження сіток інформації у сотні разів збільшило силу інформаційної зброї, перетворивши її у зброю влади. Сучасний період "технологічної цивілізації" характеризується переважно саме інформаційними війнами. У сучасному світі питання інформаційної безпеки стають все більш актуальними. Це пов'язано з посиленням інформаційних атак та інформаційною війною, що розгортається, адже такі дії спричиняють серйозні маніпуляції свідомістю та емоціями людей.

Інформаційна безпека – це захист від противника, який здійснює агресивні дії, маніпулює інформацією, прагне порушити звичний погляд на світ, вносить нові знання, які можуть порушити спосіб життя жертви. Потреба в інформаційній безпеці є результатом безперервної інформаційної війни.

Інформаційна безпека – це акт або комплекс дій для забезпечення надійності інформації, розроблений для підтримки захисту інформації та

забезпечення її доступності для всіх, хто має право на її отримання. Також інформаційна безпека – це можливість кожного отримувати вичерпну, багатоцільову інформацію в будь-який час, самостійно аналізувати її, коментувати, порівнювати, інтерпретувати та аналізувати з заключенням власних висновків [6].

Щоб дати визначення терміну «інформаційна війна», варто зважати на ступінь причетності засобів масової інформації на формування думки населення та суспільства у мирний час, а також вплив ЗМІ на ведення сучасних воєнних конфліктів. Отже, інформаційна війна – невід’ємний процес ведення протистояння між народами та державами у інформаційному просторі. Такий вид протиборства застосовується задля того, аби завдати шкоди інформаційним системам противника, вивести з ладу критично важливі структури, підірвати соціальну систему. Одним із найважливіших завдань інформаційної боротьби є підриг політичної системи, формування недовіри до влади. У ході ведення інформаційної війни саме під час воєнного конфлікту, застосовується також і масований психологічний тиск на громадян, особистий склад військ. Усе це робиться з метою дестабілізації держави та суспільства [19].

Звернемо увагу на те, що існує припущення щодо першої появи терміну «інформаційна війна». Можемо припустити, що це зробив Т. Рон у сімдесятих роках минулого століття. Написавши працю «Системи зброї та інформаційна війна», автор робить висновок, що ключове значення у американській економіці має інформаційна інфраструктура. Таким чином, саме ця інфраструктура є досить уразливою ціллю не лише у воєнні, але і в мирні часи [31].

Необхідно зазначити й протилежну думку. Деякі дослідники переконані, що відправною точкою для започаткування концепції інформаційної війни варто вважати 1967 рік. У зазначеному році А. Даллес, головний організатор інформаційного протистояння проти СРСР, опублікував книгу «Таємна капітуляція». Книга описує секретні переговори, з одного боку, між Сполученими Штатами Америки та Великою Британією, а з іншого – рейхсфюрером СС Гімлером. У книзі дається чітке визначення терміну

«інформаційна війна» – особиста, розвідувальна, диверсійна операція зі знищення тилу ворога [31].

Як результат, термін «інформаційна війна» почали активно використовувати у пресі. Особливої популярності він набув у 1991 році після проведення, як її називають, найуспішнішої воєнної операції у новітній історії США проти Іраку «Буря в пустелі». Ця операція стала прикладом для інших держав та показала важливість ведення не тільки збройного протистояння, а й боротьби на інформаційному полі. Це була перша війна, за якою телеглядачі спостерігали у прямому ефірі. Завдяки так званій «м'якій цензурі» американські військові змогли прибрати з інформаційного поля меседжі, спрямовані на виправдання дій протилежної сторони. Таким чином, було досягнуто фільтрування інформації та заміщення її на вигідну американській стороні, тож спільними зусиллями ворог, що переважав у своїй чисельності, був переможений [18].

Варто зауважити, що важливим чинником у ході інформаційної боротьби є використання дезінформації та брехні. Крім того, брехня часто подається партіями. Іноді через велику кількість відвертої неправди люди підозріло ставляться до інформації і шукають докази. З часом брехня частково забувається, але її вплив залишається глибоко у підсвідомості.

Інформаційна війна ведеться за допомогою декомпозиції інформації. Факти подаються в односторонній формі на користь лідерів війни. Інформація, представлена частково або під кутом, вигідним пропагандистам, державі, політикам чи громадським діячам, дозволяє сформулювати необхідне враження, думку. Завдяки вдалому фальсифікуванню новин можна керувати думками, масами, емоціями людей. Одним із дієвих засобів інформаційної війни є використання міжособистісної комунікації. Так влада та громадські лідери залучаються до створення думок, асоціацій, ідей, стереотипів, а маніпулювання активно впроваджується в неформальне спілкування.

Необхідно підкреслити, що існує велика кількість термінів «інформаційна війна». На нашу думку, неможливо дати лише одне поняття даному терміну та стверджувати, що воно стовідсотково правильне. Відбувається це через те, що інформаційна війна, як явище, має безліч форм. Особливої уваги заслуговує робота провідного теоретика М. Лібікі, який працював у цій сфері. У праці «Що таке інформаційна війна» автор визначив сім форм даного виду боротьби (Рис. 1.1):



Рис.1.1. Форми інформаційної війни

1. Психологічна – здійснюється завдяки пропаганді та впливу на думки населення. Уважається однією з головних форм інформаційної війни. У рамках цієї парадигми варто розуміти інформаційну війну як засіб зміни думки особи або груп індивідів під впливом вигідної для тих, чи інших, інформації. Задля зазначеної мети через різні засоби зв'язку поширюється пропаганда, різні види маніпулятивних меседжів, дезінформація і т. д. У свою чергу автор зазначає, що така форма проводиться шляхом підризу духу громадян, деморалізує збройні сили, дезорієнтує командування та призводить до війни культур;

2. Командно-управлінська – проводиться шляхом порушення або ж знищення каналів зв'язку між командуванням та тими, хто виконує обов'язки;

3. Розвідувальна – захист власної інформації та пошуки компрометуючих матеріалів щодо ворога. Це може бути безпосереднє проникнення власних спеціально підготованих людей у середовище ворога, які будуть добувати корисну для іншої сторони інформацію, попереджати про можливі напади і т. д.;

4. Економічна – основною метою цієї форми є інформаційна ізоляція, економічні санкції;

5. Електронна – орієнтується проти засобів зв'язку та комунікацій. Застосовується для дестабілізації через електронне втручання у процеси, що передбачають командування та керування воєнними об'єктами та системами, підриває та виводить з ладу процеси комунікацій, телевізійні та комп'ютерні мережі, а також і радіозв'язок;

6. Хакерська – використання нападів через різноманітні програми проти ворога, зокрема DoS-атаки, комп'ютерні віруси та інше. Уважається, що для здійснення хакерських атак використовують набір технологій, програмного забезпечення та інших засобів, які використовуються у віртуальному просторі, для перемоги інформаційної системи противника;

7. Кібервійна – М. Лібікі відділяє її від хакерської, адже супротивник або ж кібервійська мають змогу проникнути в систему опонента та перебувати у ній довгий час. Такий вид війни передбачає потрапляння у систему ворога через всесвітню павутину [60].

Звернемо увагу на один із найдосконаліших способів застосування інформаційної зброї – прихована робота системного програмного забезпечення комп'ютера (алгоритмів і програмних закладок тощо). Для досягнення вірусних атак на сервер потенційного противника наймають хакерів, які можуть здійснювати даний вид роботи по всьому світу. Завдяки їхній діяльності у систему противника потрапляють так звані віруси [25].

Віруси – це злякисне програмне забезпечення. Найчастіше віруси маскують під звичайне програмне забезпечення або ж приховують всередину

певної програми. Вони потрапляють чи копіюються на інші комп'ютери через електронну пошту, месенджери у соціальних мережах або інформаційні диски. Потраплення вірусу у систему може призвести до повного контролю над комп'ютером, викраденням секретної інформації і т. д. Розрізняють такі типи вірусів: троянські коні, хробаки, зомбі.

Варто пам'ятати, що програма є важливим носієм інформаційного ураження відкритої електронної мережі противника та світових електронних ЗМІ. Атака вірусу «I Love You» вразила 270 тисяч комп'ютерів у США (постраждали персональні комп'ютери ЦРУ, Держдепартаменту, компанії «Форд», Пентагону) із загальним збитком у десять мільярдів доларів [18].

В інформаційній війні використовуються вірусні засоби розповсюдження. Нові інформаційні канали замінюють старі, такі як привабливі пропозиції, фейки, нав'язливі ідеї. ЗМІ, Інтернет і реклама відіграють певну роль у формуванні емоцій і думок людей. А також журналістика, освітні курси та фільми – ось деякі з джерел інформації, які впливають на свідомість громадськості. Конфлікти легше породжувати, коли індивіди інстинктивно об'єднуються, а маса людей стає сильно мотивованою та захопленою справою, залежить від певних суджень. Постійна перевірка громадської думки та повторювані узагальнення є базою для контролювання масовою свідомістю.

Розробляються спеціальні графіки випусків для інформаційної війни. Вони передбачають створення запланованої серії спеціально підготовленої інформації для аудиторії. Такі технічні здобутки як Інтернет допомагають створювати ці випуски. Інформація повинна постійно оновлюватися. Інформаційна війна спричиняє зростання агресії в суспільстві, а також зниження загальної толерантності. Це призводить до різких контрастів між різними соціальними групами. Знову ж таки, аби спотворити у суспільстві порозуміння між різними людьми, створити певну межу між одними та іншими.

Не можемо й відкидати важливість психологічної війни. Серед названих форм інформаційних воєн вона, ймовірно, є найбільш руйнівною, адже непомітно проникає у інформаційний простір. Непідготовлена особистість може

навіть про це не здогадуватися. Таким чином, мозок людини потрапляє під інформаційну обробку. Це призводить до несвідомого викривлення реальності, заміни однієї думки іншою чи, навпаки, підживлення неправильного міркування навмисно викривленими фактами.

Хоча важливість збільшити власні знання, у той же час обмежуючи ворога, давно усвідомлено, інформаційна війна історично була допоміжною до інших операцій. З розвитком технологічного світу ситуація дещо змінилася, що дозволяє розглядати інформаційну війну по-новому, у більш комплексному освітленні. Це щось є розповсюдженням та зростанням сучасних інформаційних систем. Сьогодні існує інформаційна сфера, в межах якої ми можемо широко поширювати воєнні дії. Те, що намагається зробити інформаційний воїн, може бути застарілим, але технології, які він або вона використовує для цього, є новими, як і бойовий простір, у якому він або вона проводить операції.

Інформаційна війна – це підхід до збройного конфлікту, на якому зосереджено увагу управління інформацією та використання в усіх її формах і на всіх рівнях задля того, щоб досягти вирішальної воєнної переваги, особливо в спільних і комбінованих середовищах.

Головною задачею інформаційної війни є отримання інформаційного домінування. Це включає в себе як оборонні заходи, так і такі, що спрямовані на атаку. До оборонних заходів відносять захист цінної інформації від викрадення ворогом, збереження її цілісності. До атакуючих – крадіжка корисної інформації у ворога, поширення вигідних наративів. Протидія на інформаційному полі також має воєнний характер та провадиться на політичній, економічній та соціальній аренах.

Якщо приховані напади, що діють на свідомість людини, а саме на її змінення, проводяться тихо та мають більш пасивний характер, то активні дії під час інформаційної війни застосовуються для нападу на супротивника та на його системи – інформаційні, підсистеми терористичних та злочинних організацій. У такому випадку вони мають глибшу дію.

Об'єктами даної фази активної інформаційної війни можуть стати (Рис. 1.2):



1.2. Об'єкти ураження активної інформаційної війни

Отже, виходячи із вищезазначеного, можна зробити висновок, що поняття «інформаційна війна» є історичним. Сьогодні даний спосіб боротьби ведеться за допомогою різних методів інформаційної зброї. Головними завданнями цього протистояння є контроль над суспільними настроями, ідеологією та ресурсами противника.

Неможливо не згадати й про цілі інформаційної війни. На нашу думку, їх можна виділити три основних. По-перше, це встановлення контролю над інформаційним простором, використання контрінформації на власних ресурсах при атаці ворога. По-друге, застосування інформації як зброї при нападах на інфопростір противника. По-третє, підвищення загальної ефективності воєнних сил за допомогою правильного використання прийнятих воєнних інформаційних функцій.

Інформаційно-орієнтована війна зосереджується на командуванні та контрольних потребах командира, використовуючи такі найсучасніші інформаційні технології, як синтетичне середовище, щоб домінувати на полі бою. Про важливість інформаційних військ та кібервоїнів свідчить те, що у

багатьох державах, включаючи Україну, створюються відповідні підрозділи для боротьби на інформаційному фронті.

Інформаційну зброю з легкістю можна називати зброєю масового ураження. Війна у просторі інформаційного протистояння значно допомагає на фронті політичному та воєнному, а наслідки застосування такого виду боротьби можуть наносити шкоду не тільки психологічному здоров'ю громадян, а й вносити шкідливі віруси у комп'ютерні системи та знищувати стратегічно важливу інформацію. Важливо зазначити, що у Пентагоні моделюються варіанти сучасних воєн. За допомогою суперкомп'ютерів використовують різноманітні засоби та технології зброї, що несе не смертельну шкоду, а швидше психологічну та інформаційну.

1.2. Основні види психологічних маніпуляцій під час ведення інформаційної війни

Повідомлення, що линути із засобів масової інформації, можуть негативно вплинути на наше сприйняття реальності. Новини, якими наповнений телефір, а також ті, які публікують в газетах, журналах та особливо в інтернет-ресурсах і новинних публіках, можуть значно змінити наше світосприйняття. Особливо обережними варто бути під час активної інформаційної війни між двома державами. Метою держави-противника стає сіяння паніки серед громадян країни-опонента, утвердження недовіри до влади і т. д. Усілякими методами намагаються підірвати індивідуальні думки про самоідентичність, приналежність до певної національності.

Психологічна маніпуляція – це контроль на психічним та психологічним станами людей. Управління думками особистості досягається завдяки насадження моделей поведінки та стереотипних форм мислення. Даний вид інформаційної зброї активно застосовується під час ведення інформаційних війн, адже маніпуляції чудово підходять задля непомітного проникнення у простір

людини, у її думки, якими в подальшому можна керувати на свій лад. Можемо стверджувати, що існує три основних етапи психологічних маніпуляцій.

Маніпуляції першого етапу допомагають утвердити норми та цінності, певні ідеалістичні переконання у суспільстві. Тобто, закріпити їх в пам'яті та навіть глибше – у світосприйнятті та ставленні до життя загалом.

Другий же етап пов'язаний із впливом на сприйняття визначених подій або процесів, фактів, які можуть в подальшому послугувати як вплив на позицію сприйняття політичного ладу та емоційну реакцію до тієї чи іншої події.

Третій етап є найскладнішим. Він передбачає повну зміну власного світогляду, прийнятих раніше установок через поглинання інформації, яка є драматичною, новою.

Дослідники інформаційної війни та психологічних впливів загалом переконані, маніпуляції можуть змінити ставлення людини до життя на двох етапах впливу. Зазначається, що фундаментальна зміна погляду на людину, групу чи спільноту потребує складних довготривалих маніпулятивних практик дії на свідомість. Зокрема, Р. Гудін, професор Єльського університету зі Сполучених Штатів Америки, написав книгу «Політика маніпуляції». Автор розглядає явище психологічних маніпуляцій як інструмент впливу на духовну складову індивіда. Гудін стверджує, що маніпуляцію варто розуміти як детально організований та продуманий обман суспільства та людей загалом [57].

У вищезгаданій книзі автор зазначає, постійне маніпулювання відповідними поняттями, образами та стереотипами змушує людей покладатися на офіційні інтерпретації подій навіть тоді, коли вони внутрішньо відчують їх перебільшення. І ці люди змушені покладатися на інформацію, яку їм повідомляють, тому що вони не мають доступу до інших джерел, крім офіційних, які часто виявляються брехливими, імперіалістичними. Подібним чином вони маніпулюють масами, їх свідомістю, думками, їх спрямованістю.

Для прикладу, коли США були обурені розширенням воєнного втручання у справі В'єтнаму, адміністрація президента Джонсона сфабрикувала обман, що Північний В'єтнам атакував воєнні кораблі США в Тонкінській затоці. На

підставі цієї підробки Конгрес США прийняв сумнозвісну і ганебну «Токійську резолюцію», звільнивши мілітаристів від Пентагону, а простих людей змусили повірити в агресію Північного В'єтнаму [58].

Як і традиційна війна, інформаційна теж має свої інструменти ведення протистояння. Однак, під час воєнних дій – це автомати, танки та інші види зброї. Вони покликані уражати ціль, знищуючи ворога фізично та наносячи шкоду безпосередньо здоров'ю. Під час же бою на інформаційному фронті, застосовуються методи морального тиску на індивіда, на його почуття. Використовуються різні види психологічних маніпуляцій, які допомагають глибоко проникати в середовище людського життя та вносити потрібні зміни у структуру суспільства.

Можна припустити, що такий спосіб ведення інформаційної боротьби є найбільш дієвим та найбільш небезпечним, адже за собою несе великі зміни у свідомості громадськості, сприйняття себе, дійсності, того, що відбувається навколо.

Розглянемо детальніше кожен психологічну маніпуляцію (Рис. 1.3).



1.3. Психологічні маніпуляції інформаційної війни

Поняття «інформаційна війна» з'явилося набагато пізніше поняття «пропаганда». Пропаганда означає поширення різних думок та поглядів, фактів, тверджень і деталей, з метою створення та формування у громадськості думки, що буде чинити злам всередині країни. Ця інформація, найчастіше, є завідомо неправдивою і працює на цілі, які вигідні пропагандистам. Цікавим є те, що термін «пропаганда» набув своєї популярності та почав широко вживатися перед Першою світовою війною та в її дні.

Фундаментальною різницею між інформаційною війною та пропагандою можна назвати те, що пропаганда ведеться безперервно. Тобто її дія не припиняється і у мирний час. Потроху нею наповнюються текстові матеріали, стрічки новин, телевізійні репортажі. У той же час, інформаційна війна ведеться за певних умов та в певний визначений період. Як правило, ці періоди були перед нею, або ж вони збігаються у часі зі стандартними, звичайними, гібридними або ж, так званими, холодними війнами.

Очевидним є те, що застосування пропаганди у ході ведення інформаційної війни найефективніше діє у державах із сильними авторитарними режимами. Причиною цього є повне або часткове встановлення контролю уряду над засобами масової інформації. Саме уряд таких держав диктує, які позитивні або ж негативні образи потрібно формувати в межах більшості громадян, вводячи жорстку цензуру та координуючи ЗМІ. Звісно, таким чином інформацію доставляють не лише у періоди гарячої війни. Це постійний процес, що відбувається всередині країни. Отже, завдяки роботі пропагандистів, переведення у режим інформаційної боротьби проходить непомітно, легко та швидко.

Дослідження щодо стратегії, інформаційних війн та безпосередньо пропаганди проводить український спеціаліст з комунікативних технологій Г. Почепцов. Автор розкриває сутність поняття «пропаганда» та зазначає, що це комунікативний процес, покликаний викликати перемену поведінки аудиторії [64].

З вищесказаного можемо стверджувати, що демократичні країни не проводять кампанії цілеспрямованої пропаганди на державному рівні у мирний час. Однак, не можемо відкидати той факт, що у воєнний час її все таки застосовують, але тільки у формі інформаційного протистояння. Це відбувається через необхідність приховати певні дії військових задля збереження авторитарності та цілісності країни, яка знаходиться на активному етапі збройного конфлікту. У такому випадку інформація щодо висвітлення внутрішнього стану країни та зокрема воєнних дій піддається контролю та цензуруванню.

Уряд держави у стані війни не має іншого виходу, окрім того, щоб впливати на ЗМІ та завдяки їм спотворювати образ ворога. Таким чином останньому надають негативних рис, висвітлюючи промахи та поразки ворожої армії. Може приводитися співставлення з воїнами своєї держави, надаючи їм найкращих характеристик – починаючи від моральних рис, зовнішнього вигляду та обмундирування, до тактики ведення бойових дій. Така кампанія проводиться внаслідок фінансування урядом інформаційних спецпроектів та державних засобів масової інформації. Усіляко винагороджують і ті ЗМІ, що беруть активну участь у інформаційній війні та допомагають воєнним потребам. Задля цього можуть запроваджувати податкові пільги для тих, хто підтримує політику держави.

Ще однією відмінністю між пропагандою та інформаційною війною є те, що пропаганда схильна робити акцент на позитивних образах, зважати на те, що «ми» заслуговуємо на краще, є найсильнішими, непереможними і т. д. А інформаційна війна ж виділяє негативний образ «інших». Проте, під час ведення інформаційного протистояння, пропагандистські кампанії набирають нової хвилі та підсилюють дію першого. Маємо на увазі, що концентрація та зосередження сил, що спрямовуються на підкреслення негативного амплуа ворога, значно збільшується.

Одночасно з цим піднімається й хвиля, на меті якої стоїть ще одне надзвичайно важливе завдання – запевнити населення, що потрібно довіряти

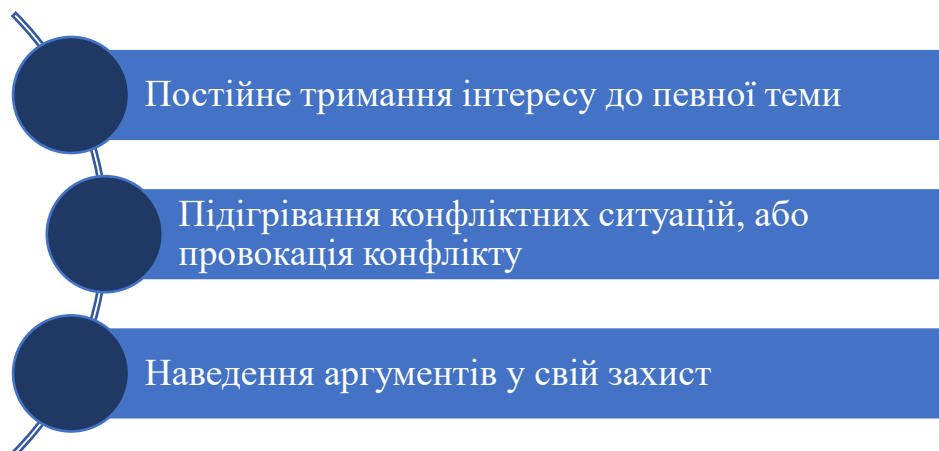
лише державним структурам, а також трансляція необхідності захисту цінностей та інтересів країни. У ході такої кампанії деякі фрагменти інформації стають фальсифікованими, а правдивою інформацією маніпулюють для досягнення цілей інформаційної війни.

Спираючись на спостереження можна стверджувати, що найбільш уразливими до інструментів інформаційної війни є люди літнього віку. За відсутності альтернативних джерел отримання інформації вони змушені поглинати ті новини, які є для них у відкритому доступі. Можемо стверджувати, що мало хто з літніх людей вміє користуватися гаджетами та перевіряти інформацію в Інтернеті. Найбільш популярними способами отримання інформації для них є телебачення, радіо, газети та журнали. Пояснюється це стійкою вірою до того, що транслюється через засоби масового зв'язку, такі як телебачення, радіо, газети та журнали. Часто це відбувається через те, що вони не мають альтернативи отримання новин.

Однак, під маніпулятивний вплив можуть потрапляти і молодші верстви населення. Причиною стає несвідоме оточення пропагандистським інформаційним полем. Лідери думок, популярні блогери, зірки шоу-бізнесу також можуть використовуватися як інструменти пропаганди. Молодь, як і багато хто з нас, схильна дослухатися до відомих особистостей, а особливо до тих, хто є їхнім кумиром. Тому саме через них ведеться активне поширення ідеалістичних настроїв. Відбувається це також за державні кошти або ж спонсорські пропозиції. Не відкидаємо й той факт, що, припустимо, зірка шоу-бізнесу дійсно притримується певних поглядів. Але найчастіше такі люди схильні мовчати щодо тем, які можуть нанести шкоди їхній кар'єрі, а саме втраті фанатів, рекламодавців тощо. Саме тому, відверто говорити про свою позицію буде мало хто з популярних особистостей. Хоча за умови спонсорства, багато хто з них готовий стати гвинтиком у державній пропагандистській машині.

Спираючись на дослідження у галузі про дане поняття, можна зробити наступний умовивід – «пропагандою» називають інформацію, яка на своїй меті має створення певної позиції щодо визначеної події чи суспільно-важливого

явища, тобто спрямовується на насадження ідеологічних понять у кола індивідів. Завданнями пропаганди є (Рис. 1.4):



1.4. Завдання пропаганди

За думкою дослідника В. Березіна, існує певний поділ пропагандистських повідомлень на білі, чорні та сірі.

- Біла пропаганда використовує більш м'які повідомлення, що надходять з офіційних та загальнодоступних джерел. Методи переконання у цьому випадку є стандартними. Наприклад, аргументи подаються односторонньо. Визначальною рисою білої пропаганди є те, що ворог всіма силами намагається видати себе за гравця одного поля бою, що і аудиторія. Таким чином він входить у довіру до поглиначів інформації та має змогу насаджувати вигідні йому повідомлення. Звичайно, у них ми не побачимо негативної інформації, що могла б нашкодити стороні противника;

- Сіра пропаганда працює без публікації офіційного джерела, без зазначення автора. Використовується метод «солом'яних» аргументів, що працюють за наступною схемою: завірити у правдивості першочергово наданої інформації, а потім опублікувати наступну, яка абсолютно суперечить першій. Тобто, виконуючи друге завдання, ставиться задача дискредитувати інформацію була опублікована другою. Таким чином, перше повідомлення звучить більш переконливо, а людина, що отримала дане повідомлення, автоматично підпаде під дію пропаганди.

• Під чорною пропагандою розуміють таку, що замасковує достовірне джерело і робить усе для того, щоб запевнити – інформація походить з іншого. Пропагандисти ставлять конкретну мету – посіяти розбрат, підірвати довіру до політикуму, спровокувати міждержавний або ж міжетнічний конфлікти [4].

Пропагандисти використовують різноманітні методи поширення вигідної їм інформації. Перш за все, це посилання на авторитетні джерела, однак, у той же час, ім'я такого джерела приховується. Наступним методом є постійно повторювані розповіді про певні події. У такий спосіб особа, що щодня поглинає інформацію з даного засобу масової інформації, звикає до тих меседжів, які вона чує та бачить. Це стає для неї буденною справою, і вона не вважає їх за щось ненормальне. Досить часто можна побачити використання методу заплутування та затуманення свідомості – публікація навмисно нечітких та неточних повідомлень, що дезорієнтують аудиторію.

Перейдемо до наступного виду психологічних маніпуляцій під час інформаційної війни – дезінформація. Це неправдива інформація, яка свідомо надається супротивнику або діловому партнеру з метою більш ефективного ведення бойових дій, співпраці, перевірки витоків інформації та їхнього напрямку, а також для виявлення потенційних клієнтів на чорному ринку.

Крім того, дезінформація – це форма маніпулювання, перекручування новини. Використовується при поданні неправдивої або ж неповної інформації, у результаті чого людина стає обманутою. У іншому випадку, інформація є повною, але вона більше непотрібна. Також відбувається спотворення контексту чи часткової новини.

Іноді буває неясно, де закінчуються правдиві відомості та починається дезінформація. Інформацію часто інтерпретують так, щоб вона відповідала нашому світогляду, впливала на думку або призводила до конкретних результатів. Неповна правда, дезінформація та політтехнології стали невід'ємною частиною повідомлень, а існування усіляких неясностей є дуже зручним для маскування дезінформації. Коли звідкись надходить сигнал, його

складно вловити. Зазвичай існує занадто багато шумів, що заважають зрозуміти, що відбувається. І ми втрачаємо увагу до того, що насправді відбувається. Напівправа та політтехнології створені саме для того, щоб дезорієнтувати нас. Ми знаємо, обговорюємо це і знову не вловлюємо суть. Укорочені чи такі, що спотворюють правду, репортажі, навіть якщо їх створювали з добрими намірами, лише збільшують кількість дезінформації, здатної до самовідтворення.

Можна назвати різні типи дезінформації. Починаючи від відкритого підбурювання до насильства та геноциду, до поширення неправди, спрямованої на втручання в душу людей, зачіпаючи їхні націоналістичні погляди, до навмисного спотворення інформації для формування громадської думки.

Ідея полягає в тому, що еліти, інтелектуали мають владу приймати рішення та нести відповідальність перед ними, а решта з нас братиме участь у цьому процесі шляхом голосування, а потім буде сторонніми спостерігачами. Дезінформація – це не лише брехня про джерела, неточна інформація та технології. Інформаційний процес передбачає наявність відправників і одержувачів.

Ми всі цікавимося новинами, адже вони нас хвилюють, бентежать, набридають або змушують втрачати надію. І якщо суспільство хоче вирішити проблему дезінформації та обговорити роль ЗМІ, воно має спочатку подивитися, як ми збираємо, організуємо та використовуємо повідомлення.

Дезінформація спрямована на наші емоції, на нашу обмежену обізнаність і нездатність вибирати інформацію, а також на нашу схильність вірити всьому, що найкраще відповідає нашому індивідуальному та колективному досвіду, нашим емоційним уподобанням. Ця стратегія використовує бажання зберегти привілеї, заради яких ми готові прийняти все.

Стрімкий розвиток Інтернету та соціальних мереж сприяв швидкому поширенню та публічному споживанню фейкових новин. Фейки – це інформаційне введення спеціально підготовлених повідомлень, які мають свідомо провокативний та шокуючий характер. У той же час, фейкова інформація не завжди містить лише неправду. Це може бути і цілковитий обман,

і правдива, перевірена повістка, однак перекручена, спотворена, вирвана із загального сенсу певного виступу, діалогу або розмови.

Метою фейків є створення шуму навколо вигаданої інформації, створеної шляхом навмисного включення провокаційних повідомлень із резонансними характеристиками. Водночас головним завданням при створенні фейкової інформації є перехоплення повідомлень та замикання їх на власних ресурсах. Таким чином сутність фейкової новини на певний період стає нав'язливою ідеєю як у випадку впливу на одну людину, так і на все суспільство. У ході такої інформаційної кампанії підкорюється розум, свідомість, емоції людини, що поглинула таку повістку. Головне завдання фейкових новин вважається виконаним, якщо у суспільстві починається обговорення цієї інформації та центр уваги зміщується на фейкову новину.

Водночас, у деяких випадках, фейки можуть використовуватися для розпалювання паніки, масових заворушень, дискредитації публічних політиків і громадських діячів, підживлення діяльності терористів і екстремістів. У ході сучасної інформаційної боротьби широко використовують фейки. Їхній механізм розповсюдження є банальним та простим: у фейкових новинах свідомо висвітлюють повідомлення, які несуть у собі провокаційні сенси; фейки дуже сильно впливають на емоційний стан громадян, за рахунок сенсаційності заяв; вони розповсюджуються серед громадськості завдяки вірусному способу поширення інформації, а також з допомогою так званого ефекту «емоційного зараження».

Дезінформація та фейки публікуються на платформах соціальних мереж, а також у основних та альтернативних ЗМІ. Платформи соціальних мереж дозволяють фейкам поширюватися швидше та охоплювати більшу аудиторію, ніж інші онлайн-платформи. Сьогодні величезної популярності набули Інстаграм, Телеграм, Твіттер та інші. І якщо раніше їх більше використовували для розважальних цілей, то у сучасному світі вектор впливу цих мереж значно змінився. Вони стають одним з головних важелів керування масовою свідомістю,

допомагають як у веденні чесної інформаційної війни, так і у поширенні неправдивої, недостовірної інформації.

У контексті даного питання доречно згадати Г. Назаренко. У статті «Тролінг-коментарі в інструментарії інформаційних війн у медійному просторі України» вона зазначає, що Інтернет дає вибір користувачам: поширювати власну персональну інформацію відкрито, або ж діяти цілком таємно, анонімно [35]. За допомогою анонімного користування у більшості «розв'язуються руки». Ця можливість дозволяє займатися пропагандистською діяльністю, поширювати неправдиву інформацію – фейки.

Численні пабліки у соціальній мережі Телеграм дозволяють публікувати новини швидко, у режимі реального часу. Не завжди такі новини, що поширюються через соціальні мережі, проходять цілковиту перевірку на правдивість. Існує певне змагання між пабліками, хто перший опублікує новину. І це грає на руку пропагандистам, адже офіційні джерела завжди перевіряють інформацію перед тим, як її опублікувати. Отож це займає певну кількість часу. У такий спосіб в інформаційний простір можуть проникнути фейки, які поширюють Телеграм-канали. Саме тому і відбувається поглинання неправдивої інформації, адже пересічний користувач не замислюється, чи правда те, що він прочитав, чи намагаються ним маніпулювати. Справа у тому, що людський мозок сприймає першочергово прочитане чи почуте повідомлення як достовірне. І навіть якщо потім опублікують спростування, підсвідомо перша новина вже відклалася у пам'яті.

У деяких країнах існує кримінальна відповідальність за поширення фейкової інформації, що може впливати на думки виборців або ж результати виборів. Незважаючи на ці норми, багато політичних груп і політиків загалом продовжують намагатися маніпулювати громадською думкою, часто користуючись прогалинами або упущеннями в законодавстві. Крім того, політично вмотивовані групи розробили механізми впливу на громадську думку, використовуючи функції різних вебсайтів, такі як функції «подобається», «серце» або «проголосувати за» в соціальних мережах, з метою популяризації

певних ідеологічно навантажених новин. Ці дії не обов'язково передбачають публікацію оманливих чи наклепницьких повідомлень, а скоріше зосереджені на маніпулюванні стрічкою новин користувачів.

Автоматизовані облікові записи ботів допомагають вирішити цю проблему, поширюючи новини швидше та частіше, ніж окремі користувачі. Наприклад, ISIS розробила додаток (The Dawn of Glad Tidings), який члени та прихильники можуть завантажити на свої мобільні пристрої. Серед іншого, програма призначена для доступу до облікових записів користувачів у Твіттері та публікації твітів від їх імені. Дезінформація та боти також поширюють фейкові новини в Інтернеті.

Перейдемо до останнього пункту психологічної маніпуляції у ході ведення інформаційної війни – перекручування. Під цей пункт підходить заміна термінів та понять на інші. Таким чином одне поняття набуває іншого значення, що не підходить під визначення того, що насправді сталося. Ця маніпуляція спрямована на те, щоб завуальовано подавати новини, робити їх більш м'якими та не лякати суспільство. Застосовують їх і для виправдання власних вчинків. Так у новинах можемо почути повідомлення про негативний зріст економіки, що простими словами, без застосування пропагандистських методів, означає зниження.

Підвидом перекручування повідомлень виділяємо й поширення чуток у інформаційному просторі – специфічного виду інформації, що з'являється неочікувано в інформаційному вакуумі та поширюється серед певної громадськості. Це навмисно поширювані оповістки, метою яких є вплив на свідомість суспільства.

Залежно від переслідуваної мети, агентура інформаційної війни поширює ті чи інші чутки. Чутки поділяються за різним ступенем впливу на психіку аудиторії та на громадськість в цілому: експресивні – ті, що вражають емоційну складову, викликають реакцію, стурбованість суспільства; інформаційні використовують перекручування повідомлень, можуть бути або частково

неправдивими, повністю неправдивими, або ж правдоподібними. Пропагандисти обирають варіацію чуток в залежності від цілей, яких прагнуть досягти.

Експресивні чутки поділяються на:

1. Чутки-бажання. За допомогою інформації, що міститься в них, покликані деморалізувати та розчарувати тих, на кого спрямовані. Очікування не справджуються, що викликає моральні переживання у постраждалих суб'єктів;

2. Страшні чутки. Інформація, що поширюється за допомогою цього виду чуток спрямована на те, щоб викликати стан тривоги та невизначеності у постраждалого.

3. Радикальні, суперечливі чутки. Повідомлення, що поширюються за допомогою цих, так званих, агресивних чуток, спрямовані на знищення стосунків у середовищі противника, руйнування суспільних відносин.

Отже, ми можемо зробити висновок, що психологічні маніпуляції є одними із найважливіших інструментів ведення інформаційної війни. Використовують різні прийоми для омані аудиторії. Найчастіше такими є гра на емоціях людей, викривлення фактів, поширення різноманітних чуток. Це все робиться для «замилування» ока громадськості.

Проаналізувавши фактор маніпулювання громадськістю, можемо дійти висновку, що явище це глибоке та неоднозначне. Маніпуляцію можна використовувати з благими цілями, але найчастіше вона використовується для негативного впливу на свідомість і емоції людини. Маніпулювання людською свідомістю може призвести до наслідків, що буде важко виправити – підміна правдивого світосприйняття на фальшиве, викривлення сприйняття картини світу. Так ми отримуємо керованого слухача чи глядача, але це несе негативний вплив, у першу чергу на особистість та сприйняття належної картини світу. Також може відбуватися переміна образів та знань, націоналістичних ідей, зокрема уявлень про прийнятті до цього норми життя, які складають людську свідомість. Техніки маніпуляції різноманітні, але навіть побіжний аналіз добре показує, наскільки складним і багатим є предмет маніпуляції.

Висновки до розділу 1

Інформаційна війна покликана отримувати перевагу на інформаційному полі бою та захищати власне інформаційне середовище від атак. Важливою складовою є отримання перемоги над ворогом не лише у воєнній справі, а й у інформаційній. Саме тому засоби для збереження власних ресурсів повинні бути не тільки захисними, а й наступальними. Потрібно розпочинати від захисту важливої інформації, впровадження методів, що заборонятимуть противнику проникати у власні системи та викрадати важливі матеріали. Це забезпечить цілісність та захищеність власних ресурсів. Наступним важливим кроком можна назвати навпаки проникнення у простір противника та впровадження своїх ідей та наративів.

Інформаційна війна – це термін, який використовується для опису збору, розповсюдження, модифікації, руйнування, втручання, псування та погіршення інформації з метою отримання певної переваги над супротивником. Мета цієї інформації полягає в тому, щоб використати та передати її таким чином, щоб змінити сприйняття цільової проблеми чи події для досягнення певного бажаного результату. В інформаційній війні використовуються дві тактики: дезінформація (тобто навмисне поширення неправдивих повідомлень) і фейкові новини (тобто пропаганда та дезінформація, які маскуються під справжні новини). Важливо зазначити, що останній термін не є чітко визначеним і може бути використаний задля забезпечення пропагандистських потреб.

Під час ведення інформаційної війни використовують різноманітні засоби та методи її ведення. Чутки є вдалим інструментом для боротьби. Часто їх використовують пропагандисти.

За ступенем впливу на психологічний стан людей, на їхню свідомість чутки поділяються на ті, що хвилюють – вводять в оману громадськість, але не спонукають до антисоціальної поведінки, яка явно виражається окремою особою чи цілою групою. Також є й такі, що викликають асоціальну поведінку в сегменті певної соціальної групи і ті, що порушують соціальні контакти людей і організаційно-управлінські відносини, спричиняють заворушення, паніку тощо.

РОЗДІЛ 2

ІНФОРМАЦІЙНА ПРОТИДІЯ У ХОДІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

2.1. Ведення інформаційної протидії в сучасних умовах розвитку суспільства

Інформаційна протидія у сучасному світі – це сфера, що досить швидко розвивається та набирає обертів. Вона викликає постійно зростаючу цікавість у тих, хто обороняє інформаційні ресурси, а також у політиків, журналістів та інших. Інформаційна революція стала джерелом інтересу та неточностей. Очолує так звану революцію постійний швидкий розвиток технологій, пов'язаних з кіберпростором, мережею Інтернет, інформаційних технологій та інше.

Оборонні сили країн по всьому світу також не стоять на місці. Вони рухаються у напрямку, що допомагає користуватися новими сферами отримання переваги не лише на воєнному, а й на інформаційному фронтах. Прагнення довершити власні технології для досягнення воєнних цілей підштовхує до використання глобальних інформаційних структур, що розвиваються. Висока популярність використання інформації та сучасних технологій у процесі ведення конфлікту, звичайно, не є чимось новим. Під час свого розквіту, ІДІЛ змогли завербувати приблизно тридцять тисяч іноземних бойовиків, а головним інструментом у досягненні цієї цілі стали саме соціальні медіа та вдале використання прийомів інформаційної війни.

Інформаційне поле битви у цифровому сегменті стало більш розвиненим, але водночас складним та поширеним по всьому світі. Можна називати 2020 рік етапом нової ери в інформаційній війні, адже про це свідчить небувале до цього

зростання згадок про «дезінформацію» у новинних матеріалах. Причиною цього називають пандемію Covid-19, що спричинило інфодемію. Мережею Інтернет стали поширюватися недостовірні повідомлення щодо лікування вірусних хвороб, а також навіть обговорювалися різноманітні теорії змов проти людства. Дезінформація в інфопросторі стала проблемою, що заважає ефективно проводити лікування вірусу, який спричиняє смерті. У той же час, новітні технології, як, наприклад, штучний інтелект, значно підсилюють загрозу [75].

Не можна спростувати той факт, що роль інформації для суспільства була та залишається надзвичайно високою. Інформування несе у собі реальну матеріальну енергію, соціально-економічні, політичні та ціннісні вираження. На сьогодні сформовані ознаки, за якими у сучасному світі проводиться інформаційна боротьба.

По-перше, установлюється контроль державними або іншими структурами над засобами масової інформації, такими як періодичні видання (газети, журнали), телебачення та радіо. Усе це робиться задля того, щоб слідкувати та корегувати повідомлення, що подаються аудиторії. Таким чином можна уникнути конкуренції та фактично установити монополізацію. Під даний вид контролю може потрапити ціла країна або ж певний регіон.

По-друге, ще однією із жорстоких ознак інформаційної боротьби є порушення свободи слова та вільного вираження думки. Це відбувається через безпосередні дії державного апарату, вводяться заборони або ж навіть закривають засоби масової інформації, що не підтримують дії правлячого уряду. Знову ж таки, як зазначалося вище, у демократичних країнах ризик такого контролю набагато менший, аніж у країнах із тоталітарним режимом.

Виходячи з цього, можна стверджувати про існування ще однієї ознаки, а саме використання засобів масової інформації як інструменту для боротьби з політичними опонентами, явищами, тощо. Це може відбуватися через поширення різноманітних текстів та матеріалів, що провокують недовіру до політика, політичної сили або ж держави загалом. Завдяки такій тактиці

здобувається ефект підриву образу свого конкурента, наноситься суттєвий вплив на подальший хід подій.

Потрібно зазначити, що сьогодні у ході інформаційної війни надзвичайно важливим фактором є оперативність. Як зазначалося раніше, з розвитком технологій прийшов і розвиток інформаційних агентств, Інтернет-медіа, пабліків і т. д. Це допомагає якомога швидше отримати та опублікувати повідомлення. Людський мозок та психіка людини сприймають те, що побачили, прочитали або почули першим як достовірне. Тобто, хто перший повідомить про ситуацію, що сталася, автоматично виграє, адже аудиторія вже сприйматиме це за правду. Тому потрібно прагнути якомога швидше висвітлити подію.

Яскравим прикладом цього може стати трагедія, що вчинили Збройні Сили Російської Федерації у 2014 році на Донбасі. 17 липня цього року було збито цивільний пасажирський літак компанії Malaysia Airlines. Наслідком застосування російською стороною зенітно-ракетного комплексу «Бук» стала загибель 289 осіб – усіх пасажирів та екіпажу. На нашу думку, можна стверджувати про програш української сторони у ході ведення інформаційної війни навколо цієї жахливої трагедії.

Російські пропагандисти майже одразу почали публікувати матеріали та обвинувачувати Україну, начебто мотивом став замах на президента Росії Путіна. В українських ЗМІ повідомлення щодо катастрофи та спростування обвинувачень з'явилися пізніше. Це не зіграло на руку, адже громадськість спершу почула про вину Збройних Сил України. І до цього часу велика кількість людей залишаються переконаними, що у всьому винна українська сторона. Спрацював ефект, про який зазначалося вище – першочергово почута інформація підсвідомо відкладається у голові та залишається там.

І хоча сьогодні ми маємо сучасні засоби задля ведення інформаційної боротьби, а світові технології дуже у цьому допомагають, не варто забувати й про старі методи деморалізації. Дезінформацію використовують більш активно у сучасному світі. Їй допомогли події на світовій арені. Так само як і постійний розвиток комунікаційних технологій значно допомагає безперешкодно

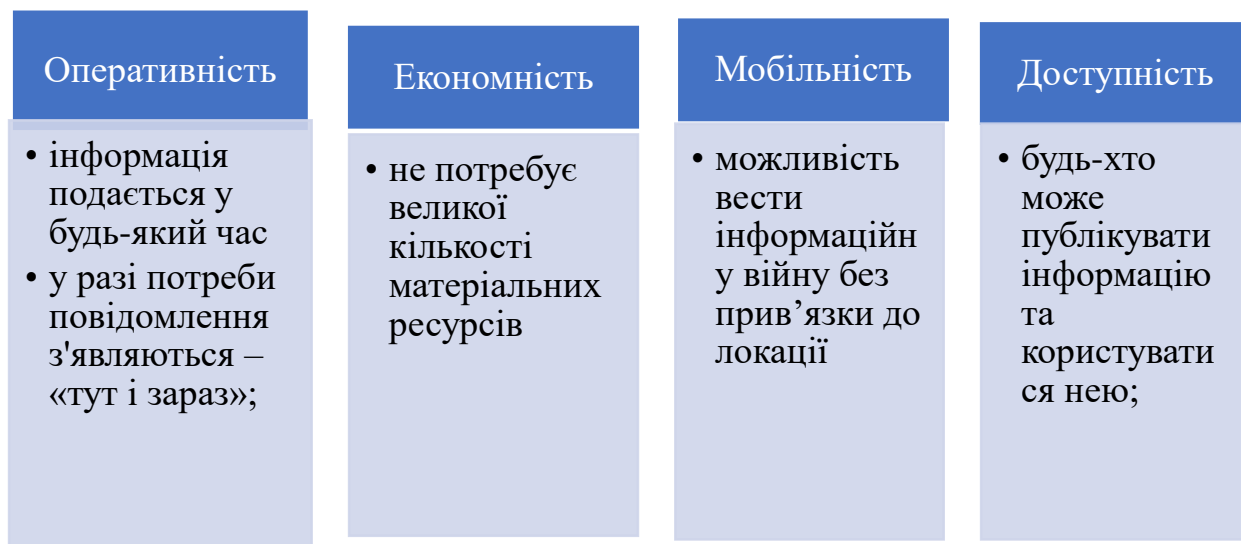
просувати її, впливати на більші маси, діяти тут і зараз. Причиною цьому є те, що для поширення неправди у сучасному світі, завдяки технічним складникам, непотрібно додаткових засобів. Отже, не потрібно витратити багато коштів задля досягнення цілей, а кількість жертв від шкідливого вмісту може досягати від сотень до тисяч та мільйонів.

Зловмисники можуть проводити онлайн-аналіз поведінки цільової аудиторії, розробляти мережеву інфраструктуру, як, скажімо, вебсайти, блоги, соціальні мережі тощо. А через них поширювати меседжі маніпулятивного змісту. Задля того, щоб інформація звучала більш переконливо, пропагандисти вдаються до створення допоміжних ресурсів – статей на новинних сайтах, дописи «експертів». На психологічному рівні це викликає довіру в аудиторії. Також можуть залучити до цього й ботів, що підкріплюють сказане підбадьорливими коментарями.

Задля досягнення підвищення тривожності у населення, ворожі сили можуть працювати через «засланих козачків» – спеціально наймані та навчені люди. Проникаючи у суспільство та маскуючись під звичайних громадян, через буцімто повсякденну балаканину, вони можуть транслювати повідомлення, що спричиняють паніку у суспільстві. Підвищувати градус тривожності вони можуть у багатьох сферах життя, за умови ведення різних інформаційних війн (політична, міжособистісна і т. д.).

Однак, найбільшої шкоди несуть такі люди на окупованих територіях під час ведення збройного конфлікту. Ліквідувавши телебачення, передачу радіо сигналу або ж переведення на сигнал окупанта, люди залишаються або зовсім без інформації, або з неправдивими новинами. Тоді ж і з'являються ті, хто вдає звичайних містян та починає поширювати неправдиву інформацію, плітки. І так почне працювати «сарафанне радіо» – один мешканець передає іншому і так далі. Здебільшого такі люди поширюють негативні чутки про одну зі сторін конфлікту, що колишні керівники здалися і чекати допомоги немає від кого. Усе це в комплексі життя у зруйнованих будинках, постійними обстрілами руйнує моральний стан людини, підриває віру на краще.

Ще одним інструментом ведення інформаційної війни можна назвати мережу Інтернет. Вона надає широкі можливості психологічного впливу на особистість, а також на формування громадських думок та настроїв. Причиною її популярності є (Рис. 2.1.):



2.1. Причини популярності мережі Інтернет

Інтернет – дуже велика площа, на якій розміщується численна кількість інформаційних ресурсів. Майже всі реалії життя відображаються у всесвітній павутині, тому Інтернет має величезний потенціал для маніпуляцій. Обсяг інформації в Інтернеті настільки великий, що її маніпулятивний вплив стає об'єктивним результатом потоку повідомлень.

Перше, що варто сказати, що Інтернет відрізняється різноманітністю та повторюваністю мережевої інформації. Це призводить до появи псевдонауки та псевдореального змісту. В Інтернеті багато інформаційних сайтів (вебсайтів, блогів, соціальних мереж, електронних листів, форумів, чатів, засобів масової інформації, реклами тощо). На цих ресурсах часто публікують матеріали, які не мають аргументовано підтверженої доказової бази. Блогери також можуть надавати неперевірені повідомлення. Як уже зазначалося, серед блогерів користується популярністю робота за бартером, спонсорські програми. Визначальним є те, що у блогерів можна замовити рекламу. Саме через це в аудиторії можуть виникати сумніви з приводу того, чи достовірну інформацію

публікують у блогах, спільнотах, різноманітних Інтернет-проектах, авторських постах у соціальних мережах.

Для прикладу розглянемо реакцію популярних зірок російського медіапростору на війну, що розв'язала Росія проти України. Переважна більшість російських блогерів проігнорувала цей факт або ж почала публікувати неправдиву інформацію щодо перебігу подій. Колись улюбленці української публіки стали вигнанцями та брехунами, а мовчазна підтримка війни є вагомою причиною, щоб припинити фоловити їх у соціальних мережах.

Відбувається це і з тої причини, що російські зірки безпосередньо спонсорують війну. В Інтернеті, завдяки своїй популярності, вони мають змогу заробляти кошти з реклами, проєктів та інших інтеграцій. Це означає, що чим більше охоплення аудиторії та переглядів вони мають, тим вищу ціну за рекламу вони можуть поставити. З цих коштів Інтернет-селебриті купують речі, продукти, а значить платять податки та, відповідно, спонсорують країну-агресора. Це викликає різноманітну реакцію. Але найкращим рішенням є повне ігнорування та бойкотування російського медіаринку. Коментарі, навіть якщо вони і негативні, у будь-якому випадку підіймають статистику та активність профілю в Інстаграм, ТікТок та в інших соціальних мережах. Саме тому повномасштабне вторгнення російських військ спричинило недовіру не лише до певних медійних особистостей, а й до всієї інформації в Інтернеті загалом. І це не є поганим. Сьогодні переважна більшість свідомих людей навчилася більш скептично ставитися до повідомлень, перевіряти джерела та не йти сліпо за лідерами думок.

У цьому контексті варто згадати й український інформаційний фронт. З початком повномасштабного російського вторгнення особливої популярності набув Олексій Арестович – український політичний діяч, військовий експерт, радник Офісу Президента. Його манера подання інформації, переконливі підбадьорюючі виступи підтримували моральний дух українців з перших днів великої війни на українській території. В Інтернеті швидко почали обговорювати його тембр голосу, який, за словами аудиторії, діяв заспокійливо на багатьох.

Користувачі почали створювати численні відео, що зробило його кумиром для багатьох. Сам же політик у інтерв'ю Наталії Мосійчук сказав, що він ніколи не ставив собі цілі бути як заспокійливе, а хотів переконати громадськість у перемозі української армії [79].

Арестович прогнозував швидке завершення конфлікту, а його фраза, що все владнається за два-три тижні, стала крилатою та набула популярності в негативному контексті. Сталося це через те, що, як ми можемо спостерігати, воєнні дії і досі тривають. Через це на політика обвалилась хвиля негативу. Але, за словами деяких, його прогнози допомагали не втратити віру у перемогу, зберігати спокій та надію на краще.

Проте після популярності та ідеалізації він отримав ще одну хвилю, але на цей раз вона була негативною. Аудиторія почала звертати увагу на його неоднозначні висловлювання. Зокрема, він говорив, що українська культура є невеликою, а повністю ізолюватися від недружнього сусіда не вийде, адже нас об'єднує шість тисяч кілометрів спільного кордону по суші й морю, а також мінімум чотириста років життя в одній країні. Звичайно, після цього з улюбленця публіки він перетворився на зрадника. Арестович спростовував свої висловлювання, говорив, що його не так зрозуміли, а в деяких випадках взагалі вдавався до образ. Мовляв ті, хто неправильно трактує його слова, є просто неосвіченими.

Дивними для деяких видаються і його спільні ефіри з росіянами. За його словами, хтось повинен працювати з ними. Це обурило громадськість. Для прикладу візьмемо інтерв'ю, яке він давав українському телеведучому Сергію Іванову. Останній сказав, що у той час, коли ти працюєш з росіянами, вони починають працювати з нами [80].

Також, на нашу думку, Арестович використовує заміну понять. Говорячи про російську армію він використовує термін «путінське військо». Таким чином, він нібито відділяє російський народ від їхнього президента. Але в Україні вбивають наших громадян не Путін, Шойгу та Кадиров особисто. Це роблять росіяни. Тому, на нашу думку, не варто шукати хороших серед них.

Політик стверджує, що ми повинні з ними співпрацювати, залучати їх на свою сторону. Та це працює й у інший бік. Росіяни, продовжуючи підтримувати війну за допомогою сплати податків, мовчання та бездіяльності, перетягують ті ж наративи в Європу. Деякі з них говорять, що не обирали владу у своїй країні, що вони нічого не можуть змінити, а санкції проти звичайних людей у Росії потрібно зняти. Тому для багатьох незрозуміло, чому український політик просуває схожі наративи щодо українських ворогів.

Повертаючись до Інтернету, як інструменту ведення сучасної інформаційної війни, варто сказати, що обсяг інформації та її надмірна кількість може призвести й до дезінформації. Відбувається це у тому випадку, коли певна новина подається не у формі посилання, за яким можна перейти й прочитати інформацію, а тоді, коли хтось переповідає, з урахуванням власних суджень. Такий спосіб усної подачі інформації дуже схожий на плітки, які переповідають в міжособистісній розмові.

Можна назвати це «сарафанним радіо», під час якого уся інформація або ж її частина видозмінюється, спотворюється. У такий спосіб першочергова новина доходить до аудиторії не у тому вигляді, в якому її подавали з самого початку. Вона може втратити свою суть, набуває нових відтінків або ж змінює значення. Скажімо більше, засоби масової інформації в Інтернеті часто використовують клікбейди, щоб досягти більше переглядів на певній новині. Роблять це для того, щоб привернути більшу увагу аудиторії до матеріалу, зробити його візуально цікавішим. Таким чином відбувається маніпулювання читачами, слухачами тощо, адже зміщується акцент уваги.

Підсумовуючи, ведення інформаційної війни у сучасних реаліях має дві сторони медалі. З одного боку, набагато легше діяти через застосування новітніх технологій. Вони відкрили нові можливості як і для поширення дезінформації, так і для забезпечення себе від неї.

Сьогодні існує можливість створення кібервійська, основним завданням якого є захист інформації та викрадення цінних матеріалів противника. З іншої ж сторони, потрібно бути готовим діяти швидко, бути першим, хто розповість

про ситуацію. Потрібно пам'ятати, що надзвичайно важливим є перевірка джерел інформації та вміння протидіяти дезінформації.

2.2. Практика ведення російсько-української інформаційної війни

Де-факто Україна перебуває у стані воєнного конфлікту вже вісім років. У 2014 році Росія почала проводити терористичну окупацію Сходу України. Проведення нечесних референдумів, анексія Криму, а також повна окупація Луганської та Донецької областей стали вагомою причиною, щоб зменшити співпрацю з країною-агресором.

24 лютого 2022 року майже на всій території України (центральної, північних, південних та, звісно, східних областях) розгорнулися активні бойові дії. Нещодавно знову були проведені фальсифіковані референдуми у низці захоплених областей. Після цього їх визнали незалежними територіями. Драматичного впливу зазнала вся інфраструктура, продовольча безпека, порушилися зв'язки з постачання, а вторгнення в Україну має сейсмічні наслідки для всіх країн. Ракетними ударами знищується уся країна, включаючи й західні регіони. Застосовується важка техніка, міста накривають обстрілами з боку окупованого Криму та Чорного моря. Росія руйнує інфраструктуру та нещадно нищить, калічить, вбиває український народ.

Неможливо заперечувати, що війна ведеться не тільки на воєнному фронті, а й на інформаційному. Наша держава стала об'єктом постійної інформаційної атаки та агресії. Кремль веде нечесну гру з насадження неправдивих наративів, підриває настрої та відносини суспільства не лише у своїй державі, а й у нашій. Під вплив недружнього сусіда потрапляє й соціально-економічне життя та політична сфера. Чим далі затягується цей конфлікт, тим більше стає зрозуміло, що інформаційні технології змінили свою роль та безпосередньо впливають на ведення війни.

Ще після подій Революції Гідності Російська Федерація розпочала насаджувати наратив про прихід до уряду України нацистів та націоналістів.

Пояснюється це тим, що нова керівнича верхівка відверто засуджувала дії східного сусіда, відмовлялася від співпраці з РФ. Щобільше, народ України висловив чітку позицію про прагнення вступити в Європейський Союз і не запрягатися знову в ярмо «молодшого брата» Московії. Таким чином Віктора Януковича, відверто проросійського політика, було скинуто з посту президента. Це послугувало підґрунтям для російської пропаганди. Почалася активна політика ведення інформаційної війни. Метою її стала необхідність переконати світову та суспільну думку у тому, що керівничий уряд України є нелегітимним та навіть несе загрозу.

Термін «інформаційна війна» часто застосовується, коли говорять про Російську Федерацію та її дії щодо України. Проводиться цілеспрямоване та навмисне заперечування, неправдивий, недостовірний та нечесний інформаційний вплив. Насамперед, об'єктами такого впливу, першочергово, стають самі громадяни Росії. Хоча, як в минулому, так і сьогодні, вони залишаються об'єктом традиційної російської пропаганди. По-друге, останнім часом це є громадяни України, а також і ті, хто підтримує нашу країну, намагається боротися проти путінського режиму. В останню чергу пропаганду застосовують вже проти тих, хто знаходиться в інших країнах, проти міжнародного співтовариства, що включає в себе міжнародні організації та їхніх посадових осіб.

Варто зазначити, що пропаганда, інформаційна війна Росії проти України не почалася нещодавно. Протягом усього існування Росія намагалася знищити нашу державу, поширювала щодо неї пропагандистські ідеї. Не одне століття українська мова висміювалася, а тих, хто розмовляв українською називали селянками та іншими образливими словами. Усі знають, що в Росії українців називають «хохлами», що слугує негативним виразом щодо нашої ідентичності. Проте, проаналізувавши, можемо стверджувати, що ображають не лише українців, а й громадян інших країн. Скажімо, євреїв називають «жидами», американців «піндосами». Так вони самостверджуються, намагаються довести, що є найкращими.

Українську історію сусідня країна неодноразово перекручувала так, як їй вигідно, створюючи негативні образи, паплюжачи ім'я українців, що боролися за самостійність нашої держави. Росія вбивала наших митців, які прославляли Україну, знищувала культуру, намагалася стерти ідентичність.

На нашу думку, активні дії в контексті інформаційної війни Кремля проти України почалися ще в 2014 році. Тоді був розпал терористичних атак у Донецькій та Луганській областях. Російські медіа поширювали наративи, що українці це фашисти та націоналісти, які нібито ненавидять Росію, її народ, прагнуть вбити всіх тих, хто розмовляє російською, чинять тиск на звичайних громадян та хочуть знищити всіх тих, хто воліє приєднання до Російської Федерації.

Пропагандисти знімали та поширювали ролики про звірства українського уряду та українців загалом. Найбільш відомим фейком можна назвати телесюжет про «розіп'ятого хлопчика». У ефірі «Першого каналу» очевидиця, яка нібито походить із Закарпаття, стверджує, що втекла з території Слов'янська після приходу українських військових. Вона розповідала, як на власні очі бачила публічну страту на площі Леніна. Нібито українські військові вбили дружину та маленьку дитину сепаратиста. Журналісти служби ВВС провели розслідування. Виявилось, що багато із тверджень, які були представлені у сюжеті, є неправдивими. Зокрема, площі Леніна, на яку буцімто зігнали людей для показового вбивства, взагалі не існує у Слов'янську. Проводилися й опитування серед мешканців міста. Жоден з них не підтвердив правдивість даної ситуації.

Ролик про «розіп'ятого хлопчика в трусиках» став мемом у мережі Інтернет та прикладом непрофесійної діяльності російських журналістів. Це показовий випадок дезінформації громадян та поширення відвертої брехні задля розпалювання ненависті серед них. Таким чином, транслюючи ролик по телевізору та поширюючи через Інтернет, пропагандисти досягли зростання ненависті до українського народу та посилили підтримку ведення бойових дій на території України.

Одним із методів ведення інформаційної війни Росії проти України є перекручування термінів. Усі державні телеканали РФ називають сепаратистів із Донецької та Луганської областей «ополченцями», хоча цивілізований світ трактує їхні дії як терористські і називати їх варто ніяк інакше, як «терористи». Кремль відмовлявся визнавати вторгнення їхніх військових на територію Криму у 2014 році, а на одязі та техніці невідомих були відсутні розпізнавальні знаки. У тому ж році Росія анексувала Крим, а Україна не тільки зіткнулася з великою воєнною операцією, а й з великою кібервійною.

У грудні 2015 року, у ході кампанії кібервійни, відбувалися руйнівні атаки зловмисного програмного забезпечення. Постраждали українські мережі промислової системи управління, що призвело до знеструмлення приблизно 700 000 будинків. А вже у 2016 році було здійснено атаку зловмисного програмного забезпечення CrushOverride, що спричинила знеструмлення певної частини від загальної потужності забезпечення Києва на проміжок часу, що займав більше, ніж одну годину.

Окрім кібератаки на українську інфраструктуру, Росія розпочала масштабну дезінформаційну кампанію, щоб сформувати власні наративи. РФ продовжувала багато з цих тактик, тож Україна зіткнулася з понад 685 000 кібератак між 2020 і 2021 роками. Вони продовжуються і до сьогодні. У результаті, Україна зараз захищається як на територіальному, так і на кіберфронті.

На сьогодні Росія уже ввійшла до десятки країн світу у рейтингу серед тих, хто зазнав найбільшу кількість кібератак. В останні місяці цього року кількість нападів у кіберсфері значно зросла. Атаки в Росії підвищились майже в п'ять разів з початку вторгнення. Дійшло до того, що хакерські угруповання, такі як Анонімус, оголосили війну Росії, зробивши її найбільш атакованою країною в світі.

Кібергрупа провела ряд нападів, а через декілька днів підтвердила та взяла відповідальність на себе за декілька з цих кіберінцидентів. До них входили розподілені атаки на відмови в обслуговуванні. Під час їхнього проведення

вебсайти піддалися нападів трафіком, що вивело з ладу урядові сайти, а також спонсорований та підтримуваний країною-агресором новинний сайт Russia Today. Станом на другу половину дня неділі DoS-атака тривала, а офіційні сайти Кремля та Міноборони не працювали. Група Анонімус також заявила, що зламала базу даних Міністерства оборони Росії. У той же час було заявлено, що група нібито зламала російське державне телебачення в неділю, опублікувавши проукраїнський контент, вмикаючи патріотичні пісні та нав'язливі зображення з демонстрацією вторгнення [66].

Кіберактивність проти України досі була незначною, незважаючи на поширені прогнози, що російський воєнний напад на країну супроводжуватиметься цифровим шоком і страхом. Українські вебсайти зазнали DoS-атаки перед повномасштабним вторгненням. Під удар потрапило Міністерство оборони України, а також найбільший комерційний банк України – ПриватБанк. Однак, даний напад не був таким руйнівним, як вірус NotPetya у 2017 році. Тоді стверджувалося, що застосування зловмисного програмного забезпечення, що вивела з ладу комп'ютери та системи не лише в Україні, а у по всьому світу, використала Росія.

Подібно до нападів, про які повідомляє Анонімус, DoS-атакування створене з метою сіяння хаосу, а також, звичайно, завдання моральної шкоди. Шкідливі програми, у той же час, можуть нанести достатньо серйозне пошкодження, що призводить до непоправних втрат. Починаючи з фінансових та закінчуючи інформаційними шкодами та вилученням особистих даних. Для прикладу, вірус NotPetya, який було застосовано проти України, однак поширився й на інші країни, проникнув в середовище податкового обліку. Воно використовується українськими філіями у роботі. Це шкідливе програмне забезпечення нанесло шкоди на суму близько десяти мільярдів доларів у всьому світі, завдяки тому, що постійно шифрувало комп'ютери.

Також нещодавно в Україні намагалися здійснити атаку під назвою Wiper. Вона застосовувала новий тип шкідливого програмного забезпечення HermeticWiper, що мало на меті зашкодити перезавантаженню комп'ютерів.

Проте масштаби нападу зачепили тільки декілька сотень техніки, а її охоплення за межами України обмежилось Латвією та Литвою.

Кіберконфлікти продовжуються й в інших місцях дислокації. Зокрема, уряд Російської Федерації ввів обмеження на Фейсбук та його продукти. Під так звані санкції потрапив й Інстаграм. Соціальні мережі визнали екстремістськими, такими, що поширюють неправдиву інформацію і нібито підтримують цькування та переслідування російських громадян. Це сталося безпосередньо після того, як офіційні особи звинуватили соціальну мережу в цензурі державних ЗМІ на платформі, що спонукало Фейсбук заборонити рекламу в російських державних ЗМІ. Платформи Гугл та Ютуб також забороняють рекламу в державних ЗМІ. Однак, громадяни Росії вдало обходять обмеження, користуючись такими засобами як VPN, що дозволяє їм і надалі активно вести сторінки у цих соціальних мережах.

4 березня 2014 року Володимир Путін заявив, що ніякого відношення до «зелених чоловічків» у Криму російська сторона немає, боцімто це «загони самооборони», що забрали зброю в українців та прагнуть приєднатися до РФ. Однак, цілком очевидно, що це були військовослужбовці Російської Федерації. Це визнала й НАТО 12 березня того ж року. Тих, хто тоді висадився на території півострова, жартома охрестили «зеленими чоловічками», а в російському медіапросторі їх називали «ввічливі люди».

Ситуація повторюється і сьогодні. Розпочавши повномасштабне вторгнення в Україну російська влада забороняє на державну рівні називати речі своїми іменами. Уряд не дозволяє вживати термін «війна», а натомість називає терористичні дії армії РФ «спецоперацією». Фактично, масштаби воєнних дій, учинені злочини, кількість задіяного військового складу російської армії та втрати у ході цих дій свідчать, що Росія веде повномасштабну війну. Про це говорять як українська влада, так і увесь світ.

У той же час проводяться реформи законодавства, що дозволяють чинити розправу із незгодними з діями політичного ладу. Зокрема, 4 березня 2022 року у Держдумі Росії проголосували за закон щодо застосування фейкової

інформації у контексті згадування збройних сил Російської Федерації, а також її військових. Прикриваючись захистом інтересів громадян, влада чинить прямі утиски свободи слова та вільного вираження думок. Заборона мітингів, противладних зібрань та пікетів – лише маленька частина того, за що можна потрапити у в'язницю в Росії. Усім, хто не підтримує війну та відкрито висловлює власну позицію, загрожує від десяти до п'ятнадцяти років позбавлення волі. Кремлівська влада намагається виростити зі своїх громадян смиренних, затюканих рабів без поглядів, що поклоняються президенту та вірять у правильну думку вождя.

Як зазначалося у попередньому розділі, з розширенням технологій приходять і нові методи ведення інформаційної війни. На початку повномасштабного російського вторгнення в Україну можна було очікувати приголомшливий шквал онлайн-сміття та брехні, що робить поточний стан конфлікту дійсно невідомим. Ми бачили багато прикладів дезінформації та маніпуляцій зі ЗМІ: пропагандисти намагаються видати історичні ролики чи навіть відеоігри за свіжі кадри війни. Проте міфи та цифрові підробки руйнуються в режимі реального часу. Справжні фотографії та відеоматеріали перевіряються групами спеціально навчених слідчих та волонтерськими організаціями. У таких месенджерах як Телеграм, Вайбер є канали з тисячами користувачів – «армією хакерів», які намагаються повідомляти та видаляти інформацію з російських державних ЗМІ та координувати кібератаки проти Росії.

Звичайно, українська сторона має свою тактику ведення інформаційної війни. Провівши спостереження можемо стверджувати, що сьогодні Україна однозначно перемагає у цьому виді боротьби. Однак, на відміну від ворога, акцент робиться не на дезінформації власних громадян. Звіти РФ щодо втрат військових, заперечення геноциду українців, блокування зовнішньої інформації, перекручування фактів та історії – усе це не дає людям зробити власні висновки того, що відбувається.

Президент України Володимир Зеленський вдало та вміло використовує медіа-середовище, що має позитивний відгук як з боку української спільноти, так

і сприяє покращенню зовнішніх зв'язків. Щовечора на офіційних сторінках у соціальних мережах Зеленського оприлюднюються відеозаписи. У них Президент звертається до громадян, розповідає про перебіг бойових дій.

Варто відзначити його виступ у Європарламенті 1 березня 2022 року. «Життя переможе смерть, а світ – темряву», – цією цитатою Президент закликав увесь світ підтримати Україну у боротьбі із загарбником. Журнал Time зобразив ці слова на обкладинці на фоні прапора нашої держави, а сам вислів став символом українського народу. З перших днів війни Зеленський був на передовій конфлікту, брав участь у екстремальному засіданні з союзниками України через Zoom, щоб заручитися підтримкою та допомогою. Він просив поміч та сприяння світових лідерів, прагнув досягти введення санкцій проти Росії та пояснював необхідність надання Україні зброї, яка дуже необхідна для захисту цілісності держави. Міжнародні засоби масової інформації зображали Зеленського у зеленій футболці, яку носять воїни ЗСУ. Потужний образ Президента відклався в пам'яті та став культовим. Значна частина санкцій дійсно була запроваджена, як і допомога зі зброєю. Це зіграло якщо не вирішальну, то дуже важливу роль у конфлікті.

Так само Міністр цифрової трансформації України Михайло Федоров є ключовим гравцем у інформаційній боротьбі в соціальних мережах. Він використовує Твіттер для залучення підтримки приватних компаній. Для прикладу, таких передових технологічних гігантів як Apple і Amazon, а також тисячі інших малих та середніх підприємств. Це робиться до того, щоб обмежити їхню діяльність в Росії та закликати до припинення ведення співпраці. Якщо громадяни РФ не розуміють, що вбивство мирних людей їхньою владою – це не цивілізовано, то, можливо, зрозуміють через обмеження звичного життя. 26 лютого, через два дні після повномасштабного вторгнення, Федоров написав у соціальній мережі Твіттер звернення до Ілона Маска. Він просив надати Україні систему Starlink, яка змогла б забезпечити супутникове підключення до Інтернету в Україні та допомогти у веденні бойових дій [69]. Це спрацювало і системи дійсно надали для користування.

Дійсно важливим сьогодні є доступ українців до Інтернету, адже ми маємо можливість поширювати інформацію у соціальних мережах, розповідати про порушення, що чинять російські окупанти, всьому світу. Це допомагає також і в організації допомоги людям, що постраждали, учасникам бойових дій та всім тим, хто цього потребує. Залучаються благодійні організації з інших країн, відкриваються збори грошей на воєнні постачання. Розумне та раціональне використання можливостей соціальних мереж допомогло Україні досягти значних успіхів як на початку конфлікту, так і зараз. Люди по всьому світу можуть спостерігати в режимі реального часу за перебігом подій, за тим, як обстрілюють українські міста, які жахливі жертви несе за собою ця війна. Це формує міжнародну реакцію та підтримку.

Для демонстрації раціонального використання мережі Інтернет та соціальних мереж загалом, можемо навести приклад фонду Сергія Притули. У червні він оголосив про організацію збору коштів [68]. Планувалося назбирати п'ятсот мільйонів гривень за тиждень та купити три турецькі безпілотники Bayraktar. Вдалося зібрати потрібно суму, та навіть більше, у коротші терміни. Туреччина була вражена прагненням українців самостійно придбати безпілотник та жагою до перемоги. Вони подарували їх безкоштовно. Тоді Благодійний Фонд Сергія Притули домовився з компанією ICEYE, що вона забезпечить Міністерство оборони України повним доступом до користування всіма можливостями одного з її супутників, який вже знаходиться на орбіті.

Ситуація в Російській Федерації зовсім інша. Режим Путіна добре вміє працювати в пропагандистських кампаніях. Якщо ми говоримо, що українські соціальні мережі за допомогою Інтернету рухаються вгору, допомагають нашій стороні наблизити перемогу, то авторитарний режим Росії йде швидше донизу у своєму розвитку. Відбувається обмеження вільного користування всіма мережами, інформація не може вільно публікуватися без контролю влади, а також залучають ботів для атак на українські сервіси. Вони покликані насаджувати політику Кремля та дискредитувати українську сторону.

Росія також залучила до інформаційної війни військову інституцію, що складається з військових священиків, психологів і військових командирів, які повинні забезпечити, щоб російські громадяни та військовослужбовці залишалися лояльними та мотивованими до російської справи. Росія доповнила ці дії суворими цензурними законами з тривалими термінами ув'язнення для тих, хто відкрито підриває вторгнення в Україну або посилається на нього будь-яким способом, крім офіційної лінії Кремля про «спеціальну воєнну операцію».

Вдалим прикладом ведення інформаційної боротьби та підриву морального духу окупанта є і фраза-відповідь українського солдата. 24 лютого воєнний корабель РФ підійшов до острова Зміїний та двічі запропонував здатися та скласти зброю. На острові перебувало 13 українських прикордонників. Один із них жорстко та з використанням нецензурної лексики повідомив, куди потрібно відправитися російському кораблю. Сміливу відповідь громадськість сприйняла із захватом, а сама фраза тепер використовується у мемах, піснях, банерах, поштових марках і т. д.

Ще одним яскравим прикладом того як українська інформаційна боротьба підіймає дух населення є міф про «Привида Києва». Повідомлення про сміливого льотчика-аса з'явилися у перші дні війни. Повідомлялося про пілота, що вправно знищує російські літаки, пережив атаки ворога і став символом напроцуд ефективної протиповітряної оборони України, отримавши сміливе прізвисько. Натомість це виявилось одним із найуспішніших засобів пропаганди в інформаційній війні, яку Україна часом вела так само жорстко, як і на полі бою.

Помилки в нашому розумінні того, що відбувається на місцях, іноді можуть бути результатом не стільки зловмисності чи некомпетентності, скільки розміром конфлікту та масштабів наших упереджень. Наприклад, відео, на якому нібито видно, як українець курить сигарету і спокійно несе в безпечне місце нерозірвану міну, швидко облетіло Твіттер. У той час як деякі спостерігачі були в захваті від хоробрості та безтурботності цього чоловіка, інші побачили ознаки неминучої загибелі.

Наведемо й інший приклад. 17 жовтня Росія вкотре вчинила терористичні обстріли міст України за допомогою не лише ракет, а й дронів-камікадзе Shahed-136. Мережею одразу розлетілися фотографії, як нібито у Києві чоловік з рушниці збиває іранські дрони з вікна власної квартири. Розповіді у Інстаграм заповнили світлини, а користувачі охрестили персонажа з фотографії героєм. Однак інформація виявилася неправдивою. З'ясувалося, що фотографія – це скріншот з відеозапису, який був опублікований Патрульною поліцією Києва у Телеграм-каналі у 2021 році. Насправді чоловік з фото був зовсім не героєм. Перебуваючи на підпитку він стріляв з вікна багатоповерхівки, чим не на жарт налякав сусідів. Ті, у свою чергу, викликали поліцію, яка знайшла у квартирі речовини, схожі на наркотики [67]. Таким чином, вкотре переконуємося, що варто перевіряти інформацію.

На підставі вищевикладеного можна зробити висновки, що ми повинні пам'ятати наступне: те, що піддається перевірці, швидше за все, перевершує те, що ми ще не знаємо або не можемо побачити. Те, що здається, має сенс зараз, може не мати сенсу завтра. І кадри, які ми бачимо, якими б незмивними вони не були, можуть бути інтерпретовані зовсім по-різному очима інших.

Варто зазначати, що цифрові технології відіграють надзвичайно важливу, якщо не вирішальну, роль в російсько-українському конфлікті. Кібератаки та стратегії дезінформації допомагають вести інформаційну війну, а їхня кількість збільшується в міру ескалації конфлікту. Окрім держав і пов'язаних з ними кіберпроксі, різні кібергрупи та кіберугруповання також стають на бік правди, що збільшує ризик ескалації.

2.3. Робота вебсайту Белінгкет у контексті висвітлення російсько-української війни

Белінгкет – вебсайт, на якому публікують розслідування журналістів, які зосереджують свою увагу саме на перевірці з допомогою фактчекінгу. Професійні та громадянські журналісти займаються тим, що досліджують,

розслідують воєнні злочини, ситуації, де порушуються права людини, а також конфлікти у зонах бойових дій та злочинні дії, що застосовуються проти всіх жителів планети. Крім того, автори сайту публікують посібники та тематичні дослідження щодо методів їх виявлення.

Журналістам, що працюють у Белінгкет, суттєво допомагає розвідка з відкритих джерел. Такими є соціальні мережі, діяльність в Інтернеті тощо. Аналізу піддаються публікації на особистих сторінках, а також відеозаписи, коментарі та записані розмови.

Журналісти оцінюють супутникові знімки або різні бази даних в Інтернеті. Їхня діяльність трохи відрізняється від традиційних способів роботи медіапрацівників, до яких ми звикли. Тому вони не працюють як традиційні журналісти, що беруть інтерв'ю чи фотографують ситуації на місцях. Можемо припустити, їхню роботу можна було б порівняти з кіберармією – більшу частину часу розслідувачі вебсайту проводять перед комп'ютером у різних країнах світу. Основна команда налічує близько тридцяти осіб, однак вони активно співпрацюють з волонтерами, які допомагають у дослідженнях. Саме тому журналісти Белінгкет проводять семінари, аби навчити якомога більше людей розбиратися у розслідуваннях з відкритим кодом. Це допомагає розширити онлайн-спільноту та встановити істину навіть не перебуваючи на місці події. Мета – надати громадськості достатню інформації про події у світі.

Команда сайту, публікуючи розслідування щодо злочинів російської армії на українських теренах, допомагає здобувати міжнародну підтримку та реакцію всього світу. Зокрема, найперше розслідування, що привернуло світову увагу, було пов'язане з катастрофою, яка сталася на Сході України – збили Boeing MH17 Malaysia Airlines. Тоді Росія всі обвинувачення направляла на Україну. Журналісти Белінгкет провели дослідження, що стало, мабуть, найважливішим їхнім розслідуванням. Тут їм також допомогла розвідка з відкритих джерел. Професіонали вебсайту знайшли фотознімки російської армії, яка транспортувала установки «Бук» до кордону з Україною. Надалі, аналізуючи траєкторію, за якою рухалася ракета, а також пристрій, з якого вона була

запущена, сформували висновок про вину російських військових. Вони дізналися, що літак дійсно було збито за допомогою установки «Бук», які є на озброєнні країни-агресора. Також ракету запустили з окупованої української території, що тимчасово знаходиться під контролем сепаратистів. 31 травня 2015 року на сайті Белінгкет з'явився звіт, що засвідчував підробку знімків із супутника, що нібито вказують на розташування українських установок ЗРК «Бук». Це зробило Міністерство оборони Росії.

23 лютого 2016 року журналісти-розслідувачі вебсайту Белінгкет опублікували новий матеріал, у якому вони перерахували можливих винуватців, які можуть бути якимось чином причетними до катастрофи, пов'язаною зі збиттям МН-17.

Ще одним великими здобутком Белінгкет стало розслідування, опубліковане у 2015 році, пов'язане з ворожими обстрілами українських міст російською армією. Журналісти знову проаналізували супутникові знімки та навели факти, які важко спростувати, чим підтверджували правдивість своїх слів. Було проаналізовано також і місця боїв, прильотів, розглянули кратери, що залишили по собі артилерійські обстріли. Також було знайдено багато відеозаписів, що підтверджують запуск ракет з території країни-агресора.

Журналісти зібрали чималеньку інформаційну базу, що вказує на терористичні дії Кремля. Таким прикладом є і звіт, що опублікували у 2016 році вебсайтом. У ньому відмітили те, що лише за літній період 2014 року російські окупанти завдали приблизно триста ударів по різним українських областях. Відмітили те, що застосовувалася як ствольна зброя, так і великокаліберна тяжка техніка.

Усі вісім років війни на Сході України журналісти вебсайту Белінгкет аналізували та слідкували за бойовими діями, їхнім перебігом. Важливо сказати, що ще за декілька місяців до повномасштабного російського вторгнення, яке охопило всю територію України, Белінгкет застерігав та повідомляв, що східний сусід готується завдати нового удару. Однак, оскільки їхні джерела інформації були недостовірними, тобто журналісти не були в них впевнені, вони не могли

напрямую сказати, коли та як це буде відбуватися. Хоча неодноразово повідомлялося про високу ймовірність реалізації загарбницької політики Кремля. Белінгкет почав активну роботу ще тоді, коли тільки РФ почала накопичувати військові та технічні сили поблизу українського кордону.

І сьогодні журналісти вебсайту не припиняють свою роботу. Вони досі слідкують за російськими співробітниками ФСБ та їхніми військовими, що якимось чином залучені до підготовки повномасштабної війни в Україні. Белінгкет відстежує з ким ці люди спілкуються, куди їздять. У цьому їм допомагають сплески інформації, активності, що може свідчити про можливість підготовки нового нападу. У цьому журналістам-розслідувачам допомагають автоматизовані боти, що можуть поєднувати сплеск даних із інформацією з відкритих загальнодоступних джерел. Боти розшукують можливі докази у всіх можливих соціальних мережах. Це можуть бути фотографії або відеозаписи у ТікТоці, Твіттері, Фейсбуці, Інстаграмі, на яких видно вибух або ж переміщення техніки. Після того, як інформацію було зібрано, вони проводять обширний аналіз цього великого пакету архівних даних та, за допомогою публікації у Твіттері, просять відгукнутися тих, хто був можливим свідком воєнного злочину.

Примітним є те, що у відкритих джерелах інформації про війну в Україні більше, ніж про будь-яку іншу попередню війну. Під час попередніх конфліктів, таких як громадянська війна в Сирії, статичні фотографії були більш поширеними та доступними, ніж відео. Нові соціальні медіа-платформи, такі як Телеграм і ТікТок, змінили це. За оцінками Грозєва, близько 70% доказів, які Белінгкет збирає про війну в Україні, зараз надходять із вмісту ТікТок [73].

За словами засновника Белінгкет Еліота Хіггінса, інформація з платформи для обміну відео почала накопичуватися ще до лютневого вторгнення Росії, коли цивільні люди публікували в ТікТок відео танків, які їздять вулицями РФ. За словами Хіггінса, ці відео не тільки показали накопичення перед вторгненням, але й ідентифікували конкретні підрозділи та обладнання, які російські військові планували використовувати. У тих випадках, коли Белінгкет підозрює, що росіяни розмістили касетні боєприпаси в Україні з ракетних установок,

випущених з території Росії, Белінгкет каже, що вони можуть ідентифікувати підрозділи, які ймовірно відповідальні [74].

Щоб зберегти докази можливих воєнних злочинів, Комітет з нагляду та закордонних справ Палати представників США у травні надіслав листи компаніям соціальних мереж із закликом архівувати вміст на своїх платформах. Голови обох комітетів написали генеральним директорам Мета, Твіттер, Ютуб і ТікТок і попросили зберегти вміст, включаючи метадані, які потенційно можуть бути використані в міжнародному суді для доведення воєнних злочинів і порушень прав людини в Україні.

Другим кроком є визначення геолокації та хронологічних даних, перевірка достовірності інформації. Це також важливо, оскільки багато даних у соціальних мережах є реальними воєнними злочинами. Але, в той же час, публікується масив фейкових даних або матеріали з інших конфліктів. Тому потрібно визначити місце розташування події, щоб бути впевненим, що це матеріали дійсно з війни, яка відбувається зараз.

Наступним кроком є спроба знайти переконливі докази того, що російська сторона чи українська сторона є ініціатором злочину. Для цього шукають найменший доказ, наприклад, кут, під яким кратер нахилений в тому чи іншому напрямку. Потім намагаються геолокувати кратер, поміщують його на компас, а потім дивляться, яким був би кут наближення ракети, по суті створюючи зворотний аналіз, щоб побачити, звідки вона могла прилетіти. Це схоже на те, що Белінгкет вже робив для попередніх конфліктів, таких як артилерійський удар у 2015 році по Маріуполю на південному сході України, який, як вони вважали, був нанесений з Росії.

Працюючи над війною в Україні, журналісти Белінгкет шукають в Інтернеті безкоштовно доступні фотографії, відео та інші записи в соціальних мережах, щоб зрозуміти, що насправді відбувається на місцях. Це було особливо актуально на початку конфлікту. Наприклад, натрапляючи на відео, які показують переміщення військ чи транспортування воєнної техніки. Зараз частіше звертають увагу на місце нападів та проти кого вони спрямовані,

досліджують зброю, з якої нанесений удар. У мережі Інтернет є купа матеріалів про це. Це тому, що переважна більшість людей в Україні мають постійний доступ до Інтернету. Вони щось спостерігають, фотографують або знімають відео і публікують їх.

Белінгкет надає основну увагу злочинам, що характеризуються нападами на цивільних, а також на об'єкти цивільної інфраструктури. Для прикладу, розслідувачі повідомили, що вони мають переконливі докази, які свідчать, що українські освітні та медичні заклади у перші дні великої війни були пошкоджені за допомогою застосування касетних бомб. Результатом цього стали смерті великої кількості мирного населення. Доказову базу становлять фото- та відеоматеріали, які підтверджують, що касетні бомби було дійсно використано проти цивільних українських областей. Журналісти проаналізували дані матеріали та змогли продемонструвати світу, що винуватцем у цих злочинах є російська сторона, адже напрям прильотів вказує на них.

Зазвичай журналісти вебсайту повідомляють про свої висновки в статтях і посилаються на проаналізований матеріал. Зокрема, під час війни в Україні вони вносять перевірені місця з пов'язаними онлайн-матеріалами на цифрову карту. Відповідні інциденти позначаються кольором, який залежить від типу операції. Зелений означає перевезення воєнної техніки, червоний – напад на цивільних або воєнні втрати. Натискаючи на такий елемент, ми бачимо відповідний пост про нього в соціальних мережах. Будь-хто може скористатися цією картою, але вона, в основному, розрахована на журналістів та військових.

Ще однією перемогою для України стало спростування журналістів-розслідувачів вебсайту Белінгкет щодо звинувачень Міноборони РФ. МЗС Росії почав говорити, що насправді у трагедії проти цивільних громадян, яка сталася в місті Буча, винні українські військові, а також все це є провокацією з боку Служби безпеки України. Нібито на вулицях міста лежали не вбиті росіянами люди, а актори, що лише грали мертвих. Стверджували, що взагалі не сходяться дати зйомки та метадані. Також продемонстрували відеозапис із Бучі, на якому чітко можна простежити, буцімто актори рухаються.

Щоб доказати свою правоту, вони демонстрували шматок з відеозапису, на якому буцімто видно, як вбитий піднімає руку. Однак в ході аналізу вияснилося, що камера випадково сфокусувалася на краплині, яка стікала по лобовому склу автомобіля. Саме це спричинило ілюзію, нібито рука поворухнулася. Варто також згадати, що дана версія відео була опублікована в соціальних мережах користувачами, які стверджують, що момент, де видно рух руки, зупиняється не тільки за мить до того, як крапля переміщається тілом загиблого, а також і після того. Белінгкет провели аналіз та вияснили, що звинувачення Росії щодо неправдивості відеозаписів були нічим іншим, як спробою виправдати воєнні злочини.

Генеральна прокуратура Росії в середині березня заблокувала вебсайт Белінгкет, перешкоджаючи тим, хто в Росії прагне отримати доступ до розслідувань сайту, включаючи дослідження про російську програму вбивств. Після всіх доказів, які команда сайту знайшла під час вивчення звірств, які нібито вчинила Росія, Хіггінс розуміє, що робота Белінгкет містить потенційно важливу роль у ході ведення інформаційної боротьби проти країни-окупанта [78].

Підсумовуючи, можна зробити висновок, що діяльність журналістів-розслідувачів Белінгкет суттєво допомагає у веденні чесної інформаційної війни. Дослідники всіма силами намагаються знайти правду, використовуючи сучасні засоби та пристрої. Ми переконані, що це є новітнім способом перевірки інформації, який спирається на глибокому аналізі джерел та фактів, фото- та відеоматеріалів. Усе це робиться з метою надання громадськості можливості зробити правильні висновки, попередити фабрикування та нечесну гру навколо конфлікту.

Співробітники міжнародного колективу Белінгкет розслідують звинувачення у воєнних злочинах Росії в Україні, використовуючи загальнодоступні матеріали в Інтернеті, включаючи фотографії та відео, опубліковані в соціальних мережах. У цій справі дуже допомагає розвідка з відкритими джерелами. Белінгкет допомагає Україні не лише отримувати

перевагу на інформаційному фронті, але й заручатися підтримкою міжнародних партнерів.

Висновки до розділу 2

У сучасних реаліях війни Росії проти України важливо вміти аналізувати та розбиратися у інформації, якою наповнюють мережу Інтернет, ефіри телеканалів, газети та інші засоби масової інформації. Потрібно постійно бути напоготові до можливості стикнутися з пропагандою, неправдивими фактами, дезінформацією. Методи ведення інформаційної боротьби під час війни стають більш жорсткими. Фактично, сьогодні ЗМІ стали ще одним фронтом. В Україні безперервно ведеться марафон телевізійних новин за участю телеканалів. Вони повідомляють про перебіг воєнних дій, беруть інтерв'ю у експертів та взагалі намагаються тримати громадськість у курсі того, що відбувається.

Ті, хто беруть безпосередню участь в інформаційній війні, досить легко знаходять способи, щоб виявити проблеми суспільства, теми, що найбільше бентежать громадськість. Проаналізувавши та врахувавши слабкі сторони, вони створюють контент та просувають його. Він націлений на окремі групи людей та може призвести до розколу у суспільстві. Допмагають у цьому спеціальні боти та правильне розміщення. І для цього не потрібно багато – лише мережа Інтернет.

Через їх низьку вартість, навіть невеликі шанси на успіх роблять ці заходи доцільними. Без істотного збільшення вартості участі, інформаційна війна, швидше за все, продовжуватиме свою висхідну траєкторію.

Незважаючи на те, що люди скептично ставляться до онлайн-контенту, вони також стикаються із все більш витонченими фейками. Разом ці тенденції ставлять під сумнів сучасне значення істини.

На даний момент загальновизнаним є факт, що ми не вступили у світ постправди – зловмисники справляють невеликий, але все ж значний вплив на довіру громадськості до інформації. Щоб уникнути стрімкого занурення у світ постправди, уряди та компанії повинні передбачити, підготуватися та запобігти подальшому зловживанню новими технологіями.

І хоча сьогодні ведуться активні інформаційні баталії, а рівень неправдивої інформації, фейків у мережі перевищує норму, стурбованість щодо дезінформації в Інтернеті є однією з найнижчих у світі як у Росії, так і в Україні, незважаючи на постійне зростання масштабних кіберзагроз у регіоні.

Не можна заперечувати силу вебсайту Белінгкет, який постійно сприяє підігріву інтересу до України з боку міжнародної спільноти. Їхня місія є надзвичайно потрібною зараз. Використовуючи сучасні методи ведення інформаційної боротьби, журналісти-розслідувачі аналізують хід бойових дій та допомагають у веденні чесного інформаційного протиборства. Численні дослідження з відкритим кодом стали якісними журналістськими матеріалами. Белінгкет – це яскравий приклад якісної роботи сучасного працівника ЗМІ. Сміливо можемо стверджувати, що їхня діяльність стоїть на засадах чесної та правильної мети – встановити істину.

РОЗДІЛ 3

ЗАСТОСУВАННЯ АКТУАЛЬНИХ МЕТОДІВ У РОБОТІ ЖУРНАЛІСТА ПІД ЧАС ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИСТОЯННЯ

3.1. Використання розвідки з відкритими джерелами – OSINT у роботі сучасного журналіста

Російське вторгнення в Україну виявилось набагато складнішим для російських військових, ніж очікував Кремль чи світ загалом. Оскільки вторгнення триває вже майже дев'ять місяців, ми можемо стверджувати про успіхи української сторони не лише при професійному проведенні антитерористичних дій на воєнному фронті, але й про вдале застосування інструментів інформаційної боротьби у журналістиці. Це вдається робити безпосередньо застосовуючи сучасні технології. Успіх України у війні з Росією значною мірою можна пояснити використанням розвідки з відкритими джерелами – Open Source Intelligence, або OSINT, яка відіграє суттєву роль у ході ведення інформаційної боротьби. Дана розвідка надає Україні воєнну, інформаційну та політичну перевагу, що дозволяє нашій державі захищатися від російської агресії, а журналістам допомагає вести чесне інформаційне протиборство. Сьогодні розвідка стала хорошим інструментом для працівників ЗМІ, щоб тримати протистояння та оперувати підтвердженими фактами.

OSINT або ж інтелектуальна розвідка з відкритих джерел – це інформація, зібрана через загальнодоступні джерела, а потім оброблена, синтезована та проаналізована в розвідувальні дані. Ці загальнодоступні осередки можуть варіюватися від комерційних супутникових зображень до незашифрованих радіоповідомлень і публічних публікацій у соціальних мережах. Роль OSINT у розвідувальному співтоваристві за останні десятиліття експоненціально зростає.

через зростання ролі Інтернету в нашому суспільстві. За даними Розвідувального управління Міністерства оборони Сполучених Штатів Америки, близько вісімдесяти відсотків розвідувальних даних DIA сьогодні надходять із відкритих джерел. Здатність українського уряду, військових, журналістів і населення отримувати доступ до величезної кількості інформації допомогла сформувати війну на користь України.

Одну з головних ролей, яку відіграла розвідка з відкритим кодом (OSINT), стала виграшна сторона України, адже увесь світ зміг не тільки побачити на власні очі звірства російських окупантів, але й переконатися у правдивості знімків. Використовуючи дану інформацію, журналісти та влада змогли досягти величезну підтримку в нарративній конкуренції з Росією, а також можливість домінувати в ній. Обидві сторони, будучи залученими як у воєнний конфлікт, так і в політичний та риторичний, відмінні від прямих і непрямих воєнних дій, намагаються підбадьорити власні збройні сили та громадськість своїх країн.

Однак не лише це стоїть на меті в української сторони та російської. Як одні, так і інші прагнуть вплинути на міжнародні настрої партнерів та населення їхніх країн. Тут ми бачимо зростання ролі журналістики та ЗМІ загалом. І якщо є визначені численні стратегічні, оперативні та тактичні методи, що можуть впливати на вдале проведення воєнної боротьби, то й існують і такі, що надають перевагу на інформаційному фронті у веденні успішної конкуренції. Це допомагає завойовувати підтримку не лише населення держави, у якій ведуться бойові дії, але й міжнародних партнерів, населення інших держав, громадських діячів, популярних особистостей і т. д. Переваги підтримки сильної позиції в нарративній конкуренції можна побачити в Україні. Цим успіхам сприяє інтенсивна увага журналістів, військових, громадськості до OSINT.

З воєнного боку, OSINT дозволяє українським військовим відстежувати пересування, плани та операції російських військових. Супутникові знімки надали українцям інформацію про райони атаки російських військ. А от нешифровані радіохвилі та мобільні телефони дозволили українцям прослуховувати російський зв'язок, їхні розмови. Це варто взяти на озброєння

майбутнім працівникам ЗМІ, адже такий злив інформації став дуже вдалим помічником у веденні інформаційної війни. Як зазначалося у першому розділі, демократичні країни використовують пропаганду задля створення негативного образу ворога. Перехоплені телефонні розмови російських окупантів з родичами шокували українців та показали, що ми цілковито різні за нашою ментальністю та цінностями.

Сьогодні, з допомогою Інтернету, ми можемо глибше слідкувати за нашим ворогом, за його моральними та людськими якостями. Аналізуючи дописи російських солдат в соціальних мережах, ми бачимо те, що не повинно існувати в сучасному цивілізованому світі. Журналісти фактично спостерігають за війною на місці, в режимі реального часу. Спираючись на дописи у соцмережах, на поведінку українців та росіян, вони можуть вдало використовувати пропаганду задля підняття морального духу народу своєї країни. На початку вторгнення у всіх була паніка, адже це не є секретною інформацією, що російська армія є однією з найбільших у світі. Однак ми бачимо, що не такий страшний ворог, як його малюють. Уже на даний момент активно вводять пропаганду зі створення негативного образу противника, що робить його не таким вже страшним.

Також за допомогою сучасних технологій та OSINT загалом надається інформація українським чиновникам, військовим про те, де та як діють війська окупанта. Ці переваги сучасності щодня допомагають у веденні боротьби на всіх фронтах, дозволяючи Україні кидати серйозний виклик набагато більшій за чисельністю, а у перші дні і більш оснащений зброєю, армії Російської Федерації.

У політичному плані OSINT повернув міжнародну громадську думку на користь України, викривши жахи війни та спростувавши дезінформацію, яку поширював російський уряд. Це підірвало політичну стратегію Росії щодо України. До повномасштабної війни, ще з початку лютого, Сполучені Штати та Україна передбачали, що Росія використовуватиме операції під фальшивим прапором, прикриваючись добрими намірами, щоб виправдати свій напад. США вважали, що такі інциденти стануть приводом для великої війни. Повідомлялося, що РФ може створити фальшиві атаки, повідомляти про звірства українських

військових і звинувачувати у всьому Україну. Проте велика кількість відкритих розвідувальних джерел дозволила Україні довести, що ці «приводи» та операції під фальшивим прапором є нічим іншим, як російською пропагандою. Усі наративи, які прагнула насадити путінська влада, були розвінчані, що принизило здатність Кремля впливати на міжнародну реакцію на його вторгнення.

Як приклад наводимо відео, що було опубліковане, 18 лютого, за п'ять днів до повномасштабного російського вторгнення. Влада самопроголошених ЛНР і ДНР опублікувала відеоматеріал, у якому було оголошено про надзвичайну евакуацію районів, контрольованих сепаратистами, після ескалації українською стороною. Це відео створює наратив про ЛНР і ДНР як про пасивних жертв та України як агресора. Спрямовані такі інформаційні посилання на цивільне населення, щоб створити паніку та негативний образ нашої держави. Однак OSINT-дослідження допомогли підірвати цей наратив. За допомогою розвідки відкритих даних вдалося проаналізувати матеріали та виявити, що метадані опублікованих записів показують, що відео були зняті шістнадцятого лютого. Хоча представник так званої ДНР заявив у записі: «Сьогодні, вісімнадцятого лютого». Це вказує на те, що евакуація була заздалегідь спланованою, а отже і ескалація бойових дій, яка її прискорила.

Цей інцидент показує як Росія організувала інциденти під фальшивим прапором, щоб створити наратив для міжнародної аудиторії, де Україна є агресором, а Росія – миротворцем. Цей наратив, хоч і не є цілком переконливим на Заході, створив би достатньо політичних хвилювань, щоб запобігти негайній міжнародній реакції, а отже дасть достатньо часу для запланованого захоплення Києва та усунення уряду Зеленського.

Коментарі російської влади свідчать, вони очікували, що війна закінчиться за кілька тижнів. Як ми бачимо, цього не сталося. У тому числі завдяки стійкості українського морального та бойового духу. Доктрина армії Сполучених Штатів визначає три складові війни: моральну, концептуальну та фізичну. Концептуальний і фізичний компоненти стосуються застосування доктрини, людської сили та матеріальних засобів відповідно. Не менш важливий у

моральному компоненті людський аспект бойової сили, який охоплює як мораль, так і лідерство.

Хоча лідерство президента Зеленського викликало велике захоплення з початку війни, OSINT також відіграв свою роль у зміцненні морального духу України. Засновані на доказах звіти про втрати росіян і перехоплення шалених російських комунікацій надихають українських бійців. Розповсюдження російських звірств, як-от Буча, та українського героїзму, як-от острів Зміїний, посилює український бойовий дух. Таким чином, OSINT, та використання його у роботах журналістів, допомогли підняти український моральний дух та зміцнити українську національну ідентичність.

Отже, оскільки український уряд зміг довести, що вторгнення було здійснено несправедливо та здебільшого путінський режим прикривався вигаданими причинами, більше країн надавали свою підтримку Україні. Окрім цього, розвідка з відкритих даних змогла виявити, що російські військові спричиняли атаки та обстріли по мирному населенню, а не по стратегічним об'єктам, як зазначала російська сторона. Це ще більше посилило міжнародну підтримку України.

Робота журналіста в даному випадку повинна бути спрямована на поширення у власних матеріалах посилання на розвідку з відкритими джерелами, щоб підкріпити правдивість своїх слів. У сучасному світі виявилось недостатнім опублікувати фотографію та написаний матеріал. Усе потребує фактів, особливо при веденні інформаційного протистояння. Саме тому журналісти повинні використовувати підтвердження слів, закріпивши їхню правдивість інформацією з незалежних джерел. Її неможливо підробити, адже OSINT показує те, що відбувалося насправді.

Одним із яскравим прикладів того, як OSINT допомагає у роботі журналістів, є спростування російських заяв щодо воєнних злочинів, здійснених у місті Буча. Тоді це допомогло отримати ключову перевагу Збройним Силам України та трохи розрубати туман війни, розвіявши російські виправдання. Нагадаємо, що Белінгкет використовував джерела відкритих даних у своїх

матеріалах. Це допомогло визнати неправдивими заяви російських чиновників, що вбите мирне населення, виявлене українськими військами, було навмисно викривлене з залученням акторів, щоб звинуватити війська РФ. Однак супутникові знімки показали, що тіла лежали на землі тижнями до прибуття українських військ. З точки зору реального впливу, оприлюднені OSINT викриття жахнули західне суспільство в цілому та спричинили величезний політичний тиск на західні уряди, щоб вони покарали Росію та озброїли Україну.

Існує також багато випадків, коли за допомогою OSINT-техніки як геолокації та аналізу супутникових знімків, потенційні російські воєнні злочини широко поширювалися на Заході журналістами через соціальні мережі. Крім того, OSINT використовувався для протидії російським запереченням до причетності у скоєнні воєнних злочинів.

Наприклад, на початку березня OSINT підтвердила, що Повітряно-космічні сили Росії застосовували некеровані «тупі бомби» проти цивільних цілей. Після авіаудару в Чернігові, внаслідок якого загинуло 47 мирних жителів, на відеозаписі було виявлено, що з місця авіаудару видаляють некеровану бомбу FAB-500 M62, яка не розірвалася. Через три дні ПКС оприлюднили відео, на якому показано Су-34 із вісьмома бомбами ФАБ-500. Хоча ні для кого не секрет, що Повітряно-космічні сили РФ використовують некеровані боєприпаси в Україні, докази їх застосування проти цивільних цілей є політичним порушенням.

Нарешті, програмне забезпечення для розпізнавання обличь, таке як російський findclone.ru, використовувалося для зіставлення обличь російських солдатів, зображених у публікаціях в соціальних мережах, з їхніми іменами. Такий підхід допоміг ідентифікувати виконавців воєнних злочинів. Це ще більше відкриває двері для використання OSINT як доказів у майбутніх судових процесах у справах про воєнні злочини. Фотографії та особиста інформація тих, хто вбивав та калічив український народ швидко розлетілися мережею Інтернет. З одного боку, це суперечить журналістській етиці та стандартам, але з іншого боку – ці люди вчиняли насильство проти мирного населення України. Тут

журналіст постає перед моральним вибором, як правильно вчинити. У такі моменти можна потрапити під хвилю емоцій, однак однозначне рішення приймає кожен журналіст сам для себе.

Крім посилення міжнародної допомоги Україні, OSINT також збільшив підтримку українських громадян у боротьбі з Росією. Дані розвідки з відкритими джерелами можемо використовувати у журналістиці для викриття російських воєнних прорахунків та співставлення з українськими успіхами. Так журналісти вселяють надію українцям, що ворога можливо побороти та дати відсіч, навіть якщо він має чисельну перевагу. Таким чином, робота журналіста виконує пропагандистську функцію – підтримка морального духу, утвердження національної свідомості, що викликає ще більше протистояння та загострює боротьбу з росіянами.

Важливо сказати, що Росія також зрозуміла, який колосальний вплив у веденні інформаційної боротьби має розвідка з відкритих джерел. У відповідь російський уряд зосередився на тому, щоб взяти Україну під свій інформаційний контроль. У деяких випадках інфраструктура була пошкоджена або виведена з ладу. За оцінками, росіяни пошкодили близько 20% телекомунікаційної інфраструктури в Україні. В інших випадках Росія перенаправляє українську телекомунікаційну інфраструктуру через російські інтернет-провайдери. Це дозволяє уряду РФ відстежувати електронну пошту та листи, що проходять крізь неї, текстові та інші повідомлення, надіслані через російський Інтернет, тим самим стримуючи поширення інформації з відкритих джерел. У такому випадку правдиву інформацію можна поширювати через соціальні мережі, такі як Телеграм, Тік Ток, Інстаграм та інші. Примітним є те, що хоча РФ і заблокувала доступ до деяких з них на своїй території, люди все одно продовжують відвідувати ці платформи. Поширюючи інформацію через них, можна спробувати донести правду.

Отже, журналістам, які працюють під час воєнних дій та беруть активну участь у інформаційному протистоянні, особливо варто звернути увагу на розвідку з відкритих джерел. Це не лише допомагає у підготовці матеріалу до

публікації, надає точну інформацію, але й, завдяки тому, що це незаангажоване і невідконтрольне стороннім джерело, допомагає домогтися прихильності з боку міжнародного товариства та не тільки.

Зрозуміло, що унікальна широка доступність і кількість OSINT сформували українську війну до такого ступеня, якого ніколи раніше не бачили. І це продовжуватиме працювати навіть після закінчення війни. Також зрозуміло, що поширеність OSINT у війні не буде винятковою для України, оскільки значення розвідки з відкритих даних у війні продовжуватиме збільшуватися через зростаючу поширеність Інтернету та соціальних мереж у повсякденному житті людей.

Громадяни України також стають більш впевненими у силах армії, не втрачають надію та починають ще більше допомагати військовим, тим самим наближаючи перемогу. Робота журналіста повинна бути спрямованою на підтримку морального духу людей, адже при веденні воєнного протистояння деморалізація стає ще одним важелем впливу. Настрої населення стають справжньою стратегічною ціллю. Уважаємо, коли зникає віра громадськості, тоді фактично війна може вважатися програною. Важливим пунктом також є і залучення міжнародної підтримки, що стає задачею журналіста. Висвітлюючи правду та показуючи, хто насправді вчиняє злочини, ЗМІ допомагають отримати прихильність партнерів. Так можемо отримати не лише слова підтримки, а й зброю, необхідну для ведення вдалих наступів.

3.2. Рекомендації щодо практичного застосування психологічних маніпуляцій у ході інформаційної війни

У сучасному світі журналістика стала не тільки четвертою владою, але й третьою стороною як будь-яких збройних, так і інших конфліктів. Однак, беззаперечно, в інформаційній війні журналісти є головними героями та відіграють першорядні ролі. Засоби масової інформації вже давно не стоять в обмежених рамках та на узбіччі конфлікту, щоб бути тільки допоміжним інструментом у його веденні. На сьогодні вони стали досить потужною

самостійною складовою, яка може впливати на історичний хід та долі цілих народів. Деструктивний довготривалий інформаційно-психологічний вплив, що за своєю природою є руйнівним, проходить через свідомість і підсвідомість особистості. Це створює певну загрозу існування цілої нації у результаті зміни історично сформованої культури кожної людини, домінуючих ідеологій та світоглядних установок.

Сьогодні ми можемо запропонувати застосовувати психологічний вплив на аудиторію у ЗМІ, що наближатиме отримання поставлених цілей та досягнення мети. Найчастіше використовувати інформацію, яка покликана повідомляти про негативні сторони ворога. Під час інформаційної війни це особливо актуально у роботі журналіста. Важливо формувати у населення відповідні установки, що допомагатимуть підтримувати як армію, так і керівництво держави. Потрібно пам'ятати, що у цьому процесі головне не загратися.

Не потрібно вигадувати суцільну неправду, адже це може повернутися іншим боком як для ЗМІ, так і для журналіста. Аудиторія має змогу аналізувати журналістські матеріали, перевіряти їхню правдивість в мережі Інтернет. Якщо виявиться, що інформація була спотворена або ж і взагалі є суцільно неправдивою, втратиться довіра до такого видання, телеканалу, радіо тощо та до журналіста загалом. Доцільніше буде акцентувати увагу саме на підтримуванні негативного іміджу політика, країни чи окремого персонажа. Зіставляйте їх з позитивними вчинками власної сторони. Це гратиме на контрасті й матиме більший успіх у досягненні мети. Також варто відбирати негативну інформацію про певне явище та публікувати велику кількість спеціальних програм та матеріалів на телебаченні та радіо, у шпальтах новин та мережі Інтернет.

Однією із найважливіших речей у ході інформаційного протистояння, що розгоряється на фоні воєнного конфлікту, є вміння засобів масової інформації працювати як одна команда з керівництвом країни. Уважаємо, що це є якщо не найважливішим, то одним із перших критеріїв, що наближатимуть перемогу. Журналістам потрібно вміти працювати з політиками, дослухатися до уряду.

Виключенням є політичні суперечки напередодні виборів або ж випадки, коли певний політик прагне здобути перемогу у виборах і пропонує гонорари за підтримку своєї партії. У такому випадку потрібно пам'ятати і про журналістську етику та стандарти, і про те, що ЗМІ несуть величезний вплив на маси населення.

Однак якщо зважати на інформаційну боротьбу країни, що стоїть на порозі воєнного протистояння, то, однозначно, варто звертати увагу на те, що говорить керівництво держави. Журналістів можемо порівняти з лікарями, тому що одним із основних правил, на нашу думку, є необхідність не нашкодити громадськості. Вони повинні допомагати людям впоратися з розумінням складних речей, не ускладнюючи процес ведення протистояння.

Для прикладу наведемо інформаційний простір України напередодні повномасштабного російського вторгнення. Декілька місяців телебачення, газети та журнали повідомляли інформацію, у якій говорилося, як правильно скласти тривожну валізу, що в неї покласти та інші важливі речі. Також у різних ток-шоу на різноманітних телеканалах обговорювалися можливі сценарії розвитку подій. Повідомлялося і про зарубіжні видання, що прогнозують повномасштабне вторгнення. У цьому випадку далекоглядні люди мали змогу проаналізувати новини, інформацію, яка шириться засобами масової інформації та зробити для себе відповідні висновки. Звичайно, тоді журналісти не могли сказати, що стовідсотково Росія нападе на Україну. Це б створило паніку та хаос, люди почали б масово виїжджати, зокрема чоловіки, що є критично важливими бойовими одиницями. Такий хід подій підірвав би економіку країни, заблокувалися б дороги та це спричинило би багато інших негативних наслідків. Важливо було підготувати громадськість до можливого нападу, однак не посіяти паніку та зберегти функціонування країни якомога довше.

Ще одним способом впливу може бути використання яскраво забарвлених слів – ярликів, що також створить необхідний образ того, проти кого їх застосовують. Ярлики можуть бути як хорошими, так і поганими. Наприклад, звернемо увагу на негативну конотацію щодо російських військ. Сьогодні їх називають «орками». Уже давно до прихильників політики Кремля застосовують

наступні назви, що використовуються у негативному розумінні: «ватники», «тітушки», «колорадські жуки» або «колоради» та інші. Російські ЗМІ, у свою чергу, також використовують техніку ненависті щодо України, називаючи українців «бандерівцями», акцентують увагу на нібито «нацистській суті» та олігархічному характері нової влади. Доречно сказати, що обидві сторони використовують порівняння свого супротивника з Гітлером.

Важливим методом деморалізації, який сьогодні активно застосовують українські ЗМІ, є зазначення у журналістських матеріалах міст РФ, імен та прізвищ політиків, що пов'язані з владою Кремля, з маленької літери. Можемо стверджувати, що це є своєрідним протестом проти того, що сьогодні відбувається у нашій країні. Так журналісти показують, що вони не поважають дії керівництва країни-окупанта, ставляться зневажливого до тих, хто ці дії підтримує. Таке правило використовується давно. Ще у радянські часи воно існувало в українському правописі. Для прикладу, «гітлери» або ж «путіни» можна без застороги писати з маленької літери, адже це дозволяє чинний правопис. Якщо говорити про назву країни-агресора, то такого правила в українському правописі немає. Однак, беручи до уваги ситуацію в нашій країні, багато засобів масової інформації застосовують дане правило і пишуть слово «Росія» з маленької літери для підняття бойового духу та збереження впевненості у перемозі.

Таким чином, використання мас-медіа для активного інформаційно-психологічного впливу може виявитися навіть ефективнішим за воєнні дії – впливати на мирне населення та знижувати особовий склад ворога на якийсь період боєздатності, викликаючи його небажання брати участь у бойових діях, деморалізувати. У журналістському середовищі негласним є негативне ставлення до інформаційної війни. Це як писати рекомендовані матеріали, що відображають не дійсні факти, а спеціально підібрані або, часто, вигадані для переваг замовника.

Такий журналіст порушує закони журналістської етики, набуваючи відповідної репутації у журналістській спільноті. Щоб уникати матеріалів, тих,

хто підтримує ту чи іншу позицію в інформаційній війні, можна визначити основне правило – будь-якому матеріалу на соціально-політичну тему має передувати копіткий збір фактів.

Журналістика та політика не ідентичні, тому політичні матеріали не повинні бути емоційними, оскільки це не та область, де виражаються інтелектуальне самоствердження та амбіції автора, і це не шоу-бізнес, де ефектними та експресивними фразами «розгойдують» аудиторію. Журналісти є солдатами мирного фронту, а тому мають домагатися зміцнення демократичних засад, а не розважати читачів і глядачів «їх же кров'ю», розуміти мас-медіа як канал інформаційної освіти, старанно відфільтровуючи їх від різного сміття, здатного завдати соціальної шкоди. Для політичного протистояння різних громадських груп здавна існують листівки, а нещодавно зміцнив надійні позиції Інтернет, де професійній журналістиці часто не місце. На нашу думку, правильне використання психологічних маніпуляцій може забезпечити перемогу в інформаційному протистоянні.

3.3. Особливості навчального процесу в університеті при підготовці майбутніх журналістів до роботи в умовах інформаційного протиборства

Як майбутнім журналістам, так і досвідченим, потрібно бути медіаграмотними. Це надзвичайно важливо не тільки для працівників ЗМІ та тих, хто працює з інформацією, але і для кожного, хто живе у сучасному світі. У сьогоденну епоху розвитку технологій відбувається розширення методів впливу на індивідуума. Застосовуються різні маніпуляції та техніки, з якими потрібно вміти боротися всім, а журналістом особливо. Сучасний працівник ЗМІ повинен мати навички роботи з інформацією, а саме застосовувати критичне мислення, відмежовувати надійне інформаційне джерело від неправди, розуміти, як медіа впливають на формування думки населення. Саме тому доцільним буде сформулювати рекомендації щодо покращення навчальної підготовки журналістів в університеті, щоб зменшити ризики як психологічного навантаження, потрапляння в сітки злочинців, а також збільшити ефективність роботи.

Рекомендуємо звернути увагу на психологічну підготовку майбутніх журналістів. Справді, робота з інформацією може стати тяжким завданням для новачка. Уважаємо, що варто зацентруватися на предметі «Медіапсихологія». У рамках вивчення даної дисципліни важливо приділяти більше уваги явищу дефолт-роботи мозку, а також звернутися до теми психологічного аспекту впливу професії журналіста на особистість. Без належної психологічної підготовки досить складно працювати з інформацією, яка часто є негативною. Особливо шокуючими є новини під інформаційного протиборства, що ведеться у ході збройного конфлікту. Тому потрібно готувати майбутніх журналістів до можливих психологічних викликів.

Перш за все, потрібно враховувати, що нас мозок це не машина. Люди – не роботи, ми не можемо постійно знаходитися у безперервному потоці інформації. Важливо розуміти, що у сучасному світі інформаційний потік чекає нас на кожному кроці. Безперервний доступ до Інтернету, медіа, соціальних мереж тощо спричиняє на нас негативний вплив. Тому сьогодні потрібно пам'ятати, що до всього, що ми чуємо та бачимо маємо підходити із застосуванням критичного сприйняття. Тобто, варто враховувати дефолт-систему нашого мозку. Тримавши це в голові, можемо убезпечити себе від можливого несвідомого інформаційно-психологічного впливу.

Журналісту, який ще тільки починає працювати з інформацією та новинами, потрібно давати своєму мозку деякий час на те, щоб усвідомити, продумати та почати вирішувати певну задачу. Тому, щоб зберігати неупередженість при роботі з новинними матеріалами, продовжувати проводити якісний аналіз та працювати з «чистою» головою, рекомендуємо давати відпочинок як собі, так і своєму мозку. Загальновідомим фактом є те, що наша свідомість починає працювати приблизно через двадцять хвилин зосередженої роботи. Саме через це необхідно враховувати, коли та який час займе пауза.

Також, враховуючи таку особливість нашого мозку при роботі, що потребує концентрації, необхідно зменшити або і взагалі прибрати зовнішні подразники. Рекомендуємо вимкнути телефон або перевести його у беззвучний

режим, вимкнути телевізор, музику, розміститися у кімнаті, де не зможуть турбувати сторонні люди. Складніше це зробити під час роботи в офісі. У такому випадку потрібно вміти максимально комфортно для себе розміститися та сконцентруватися на завданні. При роботі з творчими задачами, доцільним буде виділяти собі час на відпочинок через кожен годину інтенсивної роботи.

Тоді, коли потрібно проаналізувати інформацію ретельно, мислити критично, обчислювати великий потік новин, тобто працювати більш з аналітичними даними, а не через призму творчості, необхідно заглибитися максимально в тему, спиратися на підтверджені факти. Це потребує залучення більшої мозкової активності та концентрації. Справа у тому, що творча робота проводиться на тому рівні, коли ми залучаємо глибинні відчуття. На противагу, коли ми проводимо аналіз, безпосередньо працює наше мислення. У такому випадку, рекомендуємо відпочивати через кожні пів години протягом двох хвилин. Так зможемо підтримувати наш мозок без перенавантаження та сприйматимемо інформацію такою, як вона є.

Доцільним буде запропонувати наступні теми для курсових робіт у рамках предмету «Медіапсихологія»: «Психологічний аспект журналістської роботи», «Дефолт-робота мозку як один із головних факторів впливу на ефективність роботи працівника ЗМІ», «Специфіка творчого мислення журналіста», «Психологічні особливості журналіста як особистості», «Психологічні теорії та журналістика».

Другим важливим етапом є формування навичок перевірки джерел інформації. Важливо відмежувати свій інформаційний простір від непотрібних та неправдивих новин. Сьогодні ми маємо такий великий масив, звідки можемо черпати новини, що часом у нього потрапляють ресурси, які займаються нечесною журналістською діяльністю. Різноманітні Телеграм-канали, сторінки у Твіттері, Фейсбуці, Тік Тоці та Інстаграмі можуть бути наповнені контентом, який переслідує пропагандистські цілі, налаштовані проти держави, у якій діє журналіст, або ж проти певної особи тощо. Потрібно користуватися лише тими джерелами, у яких ви стовідсотково переконані. Варто, звичайно, перевіряти

інформацію у будь-якому випадку. Однак, радимо стежити лише за офіційними сторінками та ресурсами, які мають хорошу репутацію.

Саме тому доцільним буде додати у навчальний план предмет «Робота журналіста із соцмережами». У рамках даної дисципліни вивчатимуться принципи роботи соціальних мереж, відмінності однієї платформи від іншої. Рекомендуємо проводити заходи із залученням популярних блогерів та лідерів думок, щоб більше поглинути у специфіку роботи саме в такому інформаційному просторі. Можемо виокремити наступні теми семінарських занять: «Інструменти платформ Інстаграм, Фейсбук, Твіттер, ТікТок», «Лонгріди у Фейсбуці як спосіб ведення інформаційного протистояння», «Способи маніпулювання у соціальних мережах».

Існує також необхідність сформувати вміння правильного інформаційного поля. Це може бути список з декількох перевірених сайтів або ж сторінок у соціальних мережах та щодня перевіряти, що вони публікують. Таким чином ви створите для себе правильний інформаційний простір, в якому легко буде знайти потрібну інформацію. Уважаємо, що такий спосіб є зручним не тільки для майбутнього журналіста, але й для досвідчених спеціалістів та звичайних людей, що прагнуть бути в курсі новин.

З цього випливає третій пункт – важливо завжди перевіряти інформацію та джерела, звідки вона надходить. Існує принцип сарафанного радіо, коли журналіст, не перевіривши інформацію, публікує її далі. Часто вона виявляється недостовірною. Таким чином, працівник ЗМІ вводить в оману своїх читачів, глядачів, слухачів тощо та допомагає у поширенні дезінформації. Потрібно бути обачним, щоб не стати тим, хто працює на чорну пропаганду і поширює фейкову інформацію.

Основам перевірки інформації рекомендуємо навчати у рамках предмету «Інтернет-журналістика». Варто доповнити курс дисципліни актуальними методами та практичними завданнями. Наприклад, щоб перевірити достовірність інформації, потрібно дотримуватися наступних правил:

1. Верифікувати новину за першоджерелом;

2. Дізнатися якомога більший масив інформації про нього;
3. Проаналізувати доказову базу;
4. Визначити, як поширилася дана інформація, за якими каналами її розповсюдили;
5. Дослідити, чи дійсно ця інформація є правдивою.

Щоб не заплутатися, потрібно завжди тримати в голові правило п'яти запитань: що, де, коли та як сталася ситуація і хто в ній винен? Це є основою журналістики при написанні будь-якого новинного матеріалу. Також можна користуватися наступними видами запитань, які можуть допомогти у розумінні, чи правдива це новина, чи черговий фейк:

1. Чи переслідує дана інформація викликати емоції?
2. Які емоції у мене виникли після прочитання новини?
3. У новині викладені суто факти, чи присутня думка автора?
4. Чи можу я бути впевненим у компетентності джерела?
5. Скільки поширень отримала дана інформація?

Особливо варто звертати увагу, коли щось подається аудиторії як сенсаційний матеріал. Сьогодні ми бачимо, що російська сторона використовує старі фотографії з конфліктів, які сталися за межами України, і стверджують, нібито це роблять наші ЗСУ. У таких випадках доводиться робити глибинний аналіз саме за фото- або ж відеоматеріалами. Тут використовуємо перевірку за URL, також можемо подивитися приблизну локацію. Зробити це можна завдяки засобам, що доступні в Інтернеті.

Знову ж таки, спочатку ми встановлюємо першоджерело опублікованого матеріалу. Такі сервіси як Google Reverse Image Search або ж TinEye допоможуть при перевірці фотоматеріалів. Варто скопіювати URL зображення та завантажити у один із наведених вище сервісів, а вони вже проведуть перевірку у мережі Інтернет та покажуть можливі збіги. У тому випадку, коли буде представлено декілька посилань на одну і ту ж картинку, можна обрати перегляд за іншими розмірами та продовжувати пошуки. Найчастіше, картинка з найбільшими розмірами повинна показати першу публікацію фотографії. Надалі

той, хто шукає інформацію, може порівняти фотографії і зробити висновок, чи є джерело правдивим.

У тих випадках, коли потрібно перевірити відеоматеріал, застосуйте YouTube Data Viewer. Якщо ж потрібно проаналізувати місцезнаходження, у нагоді стане Google Map's Street View. Важливо звертати увагу на деталі, а саме на номери машин, одяг людей на зображенні, вивіски магазинів, погодні умови, дерева та інше. Звертайте увагу на визначні пам'ятки архітектури, якщо вони є на фотографії.

І остання, але не менш важлива рекомендація, уведення предмету «Інтернет-безпека». Майбутній журналіст повинен бути готовим до можливих кібератак, знати, як їм протистояти. Саме тому важливо навчити студентів оминати гачки кіберзлочинців. Доцільним буде проведення практичних занять з розпізнавання можливих вірусів, поглиблення в тему різноманітності фішингових атак. Доречно розглянути на прикладах, які відомі руйнівні кіберзлочини застосовували стосовно країн у ході інформаційних протистоянь, до чого це призвело.

Сьогодні існує багато гачків, на які потрапляють в Інтернеті. Зловмисники використовують кібератаки на сервери, що може призвести до втрати важливої інформації як особистої, так і державної і т. д. Найчастіше люди потрапляють у сіті аферистів через свою необачність та небажання перевіряти джерела інформації. Особливо потрібно бути обережними працівникам ЗМІ. Цьогоріч російські зловмисники надсилали журналістам повідомлення у різних месенджерах із закликом здавати позиції української армії або ж пропонували винагороду за розміщення неправдивих матеріалів у засобах масової інформації. До повідомлень прикріплялись або відеозаписи, або посилання, перейшовши за якими з девайса автоматично викрадалася та надсилалася інформація кібервійськам.

Для таких атак використовують програми, що зашифровують інформацію з пристрою та можуть призводити до серйозних проблем, як от повна зупинка

діяльності комп'ютеру, телефону тощо. Небезпека полягає в тому, що це може унеможливити відновлення інформації.

Наступним за складністю видом кібератак є напад інсайдера. Тобто, у вашому ЗМІ може працювати людина, яка працює на злочинні угруповання та передає важливу інформацію ворогу. Такою людиною може виявитися колега, якому довіряють. Інсайдер цілеспрямовано шкодить компанії, а виявити таку особу є складною задачею. Це неможливо передбачити.

Перейдемо до найбільш ефективної атаки, яку сьогодні активну застосовують – фішинг. Під час проведення фішингових атак, зловмисники надсилають на електронну пошту, у месенджерах листів, що мають посилання, які шкодять пристроям. Також це можуть бути і файли, і відеоматеріали. Ви можете цього навіть не помітити, але, відкривши таке вкладення, заражаєте свій пристрій. Таким чином ворог проникає у систему. Тому важливо пам'ятати про це та не переходити за підозрілими посиланнями, не відкривати листів від незнайомих.

Щоб убезпечитися від фішингу, потрібно знати наступне:

1. Ні в якому разі не потрібно цілковито довіряти тим електронним листам, що надсилають на вашу електронну пошту сторонні люди. Не варто переходити за підозрілими посиланнями. Зазвичай такі листи надсилаються у папку «спам», однак вони можуть проникнути і до загальних повідомлень. Пам'ятайте, що ваша конфіденційна інформація не повинна розповсюджуватися у мережі Інтернет. Не передавайте стороннім особам ваші реквізити карток, паролі до соціальних мереж тощо. У випадку, якщо існуватиме якась загроза вашому профілю або ж проблема, пов'язана з банком, обов'язково телефонуватимуть працівники відповідної структури або ж прийде сповіщення при вході у соціальні мережі. Радимо також встановити двоетапну перевірку в Телеграмі, Інстаграмі, Фейсбуці та інших соціальних мережах, щоб убезпечити себе від перехоплення керування ними зловмисниками. Це є дуже важливим для журналістів, адже сьогодні майже все листування проводиться через соцмережі;

2. Самостійно перевіряйте сайти на предмет фішингового забезпечення. Це можна зробити, перевіривши протокол – він повинен бути `https`, а не `http`. Також у адресному рядку повинен міститися символ-замок. Натискаючи його ви можете бачити інформацію, що відповідає достовірності та перевіреному сертифікату безпеки;

3. Потрібно обов'язково перевіряти можливість посилання на наявність фішингу. Для того, щоб обманути користувачів, кіберзлочинці можуть трохи змінювати адреси, вводячи неправильні літери або замінюючи їх цифрами. Наприклад, це може бути `instagram.co` замість `instagram.com`, або ж заміна букв у назві на цифри тощо. Короткі посилання також можуть бути небезпечними, оскільки не завжди можливо дізнатися, що ховається за аббревіатурою. Ви можете перевірити достовірність листів самостійно, звернувшись до гарячої лінії компанії, від імені якої вам надійшло повідомлення. У такому випадку може допомогти співробітник відділу безпеки, контакти якого можна знайти на офіційному сайті компанії. У свою чергу, вони займуться тим, щоб видалити фішинговий сайт з Інтернету.

4. Варто бути особливо обачним до повідомлень, які надсилає антивірусне програмне забезпечення. Не натискайте кнопку «довіряти» на сайтах, які виглядають підозріло. Спочатку переконайтесь у їхній достовірності. Доречним бути користуватися надійними антивірусними програмами, які мають у своїй будові захист від фішингу. Це допоможе виявляти шкідливі програми, оминати загрозу отримання шпигунських програм у власне ПЗ. Не ігноруйте повідомлення про небезпеку від соцмереж та браузера, коли відвідуєте невідомі сайти. Усе це впливає на безпеку як девайса, так і особистих даних.

5. Часто шахраї надсилають листи з повідомленням, нібито ви стали переможцем у конкурсі, або ж пропонують дуже вигідні знижки. До цього прикріплюють посилання. Є велике різноманіття таких гачків. Знову ж таки, не переходьте за цими вкладеннями. Краще декілька разів перевірити достовірність інформації. Листи зі словами про перемогу спрямовані на емоційний спектр людини, тому потрібно діяти з холодним розумом.

6. Звертайте вагу на грамотність сайту. Фішинговий сайт, найчастіше, виглядає як погана версія. Може здатися, нібито над ним досі працюють розробники. Вас повинна насторожити, якщо не працюють гіперпосилання, присутня велика кількість орфографічних помилок, а також неправдива контактна інформація, або ж і взагалі повна її відсутність.

7. Відомо багато випадків, коли зловмисники отримують доступ до сторінки у соціальній мережі, що належить знайомому чи колезі. Шахраї можуть надсилати повідомлення всім контактам того, чиєю сторінкою вони заволоділи. У звичайному житті це може бути прохання позичити певну суму коштів. Під час інформаційної війни можуть надсилатися посилання, що нашкодять вашому пристрою. У такому випадку необхідно заблокувати користувача та повідомити про проблему власника облікового запису.

Отже, підсумовуючи, варто сказати, що у сучасному світі майбутній журналіст повинен вміти проводити цифрову гігієну. Потрібно взяти собі за правило, що не всій інформації можна довіряти. Необхідно ретельно слідкувати за тим, за якими посиланнями ти переходиш, звідки береш новину, чи достовірною вона та таке інше. Щоб раціонально використовувати час, необхідно пам'ятати, що наш мозок – не сміттєва діжка. Фільтруйте інформацію, оточуйте себе каналами, які є перевіреними. Майбутній журналіст повинен знати, кому можна довіряти, на кого можна посилатися. Важливо бути обачним та не стати ще однією ланкою в ланцюжку дезінформації.

Висновки до розділу 3

Задля кращої підготовки журналістів до роботи в умовах інформаційного протистояння, варто посилювати навчальну підготовку в університеті новими предметами. Це допоможе збагачувати студентів актуальними знаннями, надавати навичок боротьби на інформаційному полі. У епоху широкого розповсюдження Інтернету журналісти мають більше можливостей достовірно висвітлювати новини. Стало легко знаходити новини, перевіряти джерела

інформації. Сьогодні існує багато інструментів, що допомагають безпосередньо у веденні інформаційної війни. Одним з них є розвідка з відкритими джерелами. Уважаємо, що журналісти повинні використовувати її задля досягнення переваги на інформаційному полі боротьби. Неодноразово застосування даної розвідки допомогло досягти успіхів не тільки для отримання правдивої інформації, але й також стала хорошим помічником у веденні збройних конфліктів. Безумовною перевагою використання OSINT стало й те, що увесь світ має змогу в режимі реального часу спостерігати за тим, що коїться на теренах України з початком російського вторгнення. Це привернуло ще більше увагу західних партнерів, вкотре запевнило світ, що потрібно допомагати у боротьбі з країною-агресором не лише словом, але й ділом.

Дійшли до висновку, що застосовують психологічні маніпуляції не тільки для негативного впливу на особистість та групи людей. Сьогодні потрібно підтримувати емоційне та психологічне здоров'я населення. Ми бачимо, що в Інтернеті активною популярністю користуються соціальні мережі, а саме новинні пабліки, інформаційні сторінки. Через них досить легко проводити інформаційну пропаганду, насаджувати власні наративи. Цим користуються і маніпулятори, і пропагандисти. Майбутньому журналісту важливо відрізнити, яка новина спрямована на емоційну складову, чи правдива вона, чи можна посилатися на дане джерело. Потрібно працювати проти ворога, однак не ставати подібним йому.

Можемо стверджувати, що нові технології у сфері інформації надали не тільки хороші можливості, але й стали допоміжним інструментом для шахраїв та кіберзлочинців. Необхідно надати студентам знання, які допоможуть протистояти такому виду атаки. Потрібно бути обачними, щоб не потрапити під дії шкідливого програмного забезпечення. У майбутньому це може призводити до втрати важливої інформації.

ВИСНОВКИ

Під час написання дипломної роботи було проведено теоретичне та методологічне дослідження інформаційної війни, її психологічного впливу на аудиторію. Комплексно розглянули основні види інформаційної боротьби. Дослідили, як впливають на користувачів соціальних мереж лідери думок, громадські діячі, політики, а також відомі особистості. Теоретично та аналітично дослідили на конкретних прикладах ведення сучасних інформаційних протистоянь, а також розглянули дії журналістів, використання ними технологічних здобутків, задля досягнення переваги. Виконали основне завдання дипломної роботи – надали рекомендації щодо покращення навчальної підготовки журналістів, задля ефективної роботи майбутніх спеціалістів під час інформаційного протистояння. Описали застереження від можливих атак ворога.

Під час проведення досліджень отримали наступні результати:

1. Розглянули теоретичні та методологічні засади ведення інформаційної війни. Охарактеризували та проаналізували змістовий діапазон поняття «інформаційна війна». Навели визначення даного терміну, спиралися на роботи дослідників у цій сфері. Вияснили, що інформаційна боротьба є досить широким поняттям, що може торкатися не лише інформаційної складової, але й допомагає під час політичних баталій, воєнних конфліктів, міжособистісних суперечках. Дослідили, що інформаційна війна має декілька форм. Може бути психологічною, розвідувальною, командно-управлінською, економічною, а також діяти в електронному сегменті, працюючи в хакерському та кібер середовищах.

2. Визначили, які психологічні маніпуляції застосовуються при веденні інформаційного протистояння. Неможливо переоцінити вплив засобів масової

інформації на аудиторію, тому що він справді є дуже великим. Особливо сьогодні аудиторія тісно пов'язана зі ЗМІ, адже вони беруть активну участь в інформаційно-комунікаційних процесах. Під їхній вплив потрапляє багато одержувачів інформації. Саме тому це є і джерелом для пропагандистів та маніпуляторів. Вони можуть застосовувати медіа задля нав'язування своєї думки та поглядів, спонукати до активних дій, змінювати бачення світу. Однак не лише для пропагандистської мети можна використовувати психологічні маніпуляції. Якщо вміти правильно працювати з новинами, можна досягти піднесення духу населення, вселяти віру у збройні сили, політикум тощо.

3. Дослідили особливості проведення інформаційної війни в сучасному світі. Вияснили, що сьогодні велика кількість маніпуляцій проводиться через різноманітні соціальні мережі. Телеграм-канали, Фейсбук, Твіттер, Інстаграм стали альтернативою для традиційних засобів масової інформації. Їх використовують як самостійні канали для поширення новин, так і як допоміжні інструменти. Популярність соціальних мереж та Інтернету серед користувачів пояснюється тим, що це зручно та практично, вони є мультимедійними, дозволяють розміщувати необмежену кількість новинних матеріалів, застосовують інтерактивні засоби і т. д.

Також звернули увагу на російсько-українську інформаційну боротьбу у ході ведення збройного конфлікту. Дослідили, які маніпуляції застосовує одна та інша сторони. Дізналися, що помічником для встановлення правди є сайт журналістських розслідувань Белінгкет. Проаналізували, як працюють журналісти даного засобу масової інформації, якими методиками користуються. Описали їхні здобутки та розслідування під час російсько-українського інформаційного протистояння. Можемо стверджувати, що завдяки вебсайту, Україна може підтверджувати злочини російських військових на наших територіях. На прикладах розглянули матеріали Белінгкет та дійшли висновку, що сьогодні інформаційна війна повинна проводитися з використанням сучасних технологій. Це допомагає говорити з противником мовою фактів, отримуючи

прихильність не лише власних співгромадян, але й міжнародних партнерів, щоб отримувати підтримку.

4. Охарактеризували основні актуальні прийоми та засоби ведення інформаційного протистояння, а саме застосування психологічних прийомів у роботі журналіста. До сучасних технік можемо віднести і ту, що давно застосовується – деморалізація ворога. Для цього радимо використовувати співставлення «хороших» нас та «поганих» їх. Тобто, варто звертати увагу на промахи агресора, демонструвати неправомірні вчинки, а на противагу представляти успіхи сил країни, у якій працює журналіст та на користь якої він працює.

Також у нагоді стане застосування ярликів – слів, що асоціюватимуться у громадськості з вашим опонентом. На сьогодні і Росія, і Україна користується такою методикою. У дипломній роботі навели приклади того, як називають одне одного російська та українська сторони.

Нагадали, що під час збройного конфлікту важливого дослухатися до влади та виконувати вказівки, щодо публікації місць активних бойових дій та приховування стратегічно важливої інформації. Журналіст повинен працювати на користь держави, допомагати армії досягти перемоги, тож потрібно бути обачним з матеріалами, які він публікує.

На прикладі розглянули трагедію, що сталася у місті Буча. Після того, як туди зайшла українська армія, всьому світу показали злочини, що проводила російська армія. Під час розслідування за допомогою розвідки з відкритих джерел вияснили, хто відповідальний за смерті мирних жителів. Після цього у багатьох публіках з'явилися публікації з іменами та прізвищами російських військових, а також усією актуальною інформацією про них. Тож журналісти постали перед моральним вибором. З одного боку, стояти осторонь жахить, що чинили окупанти, неможна. З іншого ж, за законами, неможна публікувати інформацію про особистість, виставляти її персональні дані. Тут кожен повинен робити висновок для себе, але вважаємо, що журналіст не повинен стояти осторонь тих випадків, коли звірство залишається непокараним.

5. Сформулювали рекомендації щодо удосконалення університетської підготовки майбутніх журналістів під час інформаційного протистояння. Сконцентрували увагу на тому, що існує таке явище, як дефолт-робота мозку. Тому важливо підсилювати психологічну підготовку журналістів, навчати працювати в активному процесі емоційної напруги. Запропонували зацентрувати більшу увагу на предметі «Медіапсихологія». Навели приклади тем курсових робіт, що допоможуть глибше занурити студентів у розуміння предмету.

Потрібно вміти розподіляти час, щоб ефективно працювати під час підготовки новинних матеріалів. Пояснили, чому, під час творчої роботи, перерви можна робити через довший термін після початку виконання завдання, але на проміжок часу близько двадцяти хвилин. Тоді, коли робота потребує аналізу даних, сконцентрованості, варто робити маленький перепочинок довжиною в дві хвилин через кожні двадцять-тридцять хвилин активної роботи.

Наголосили і на тому, що важливим пунктом є і формування для себе бази засобів масової інформації, у якій будуть зібрані такі медіа, що публікують правдиві новини. Таким чином скоротиться час на опрацювання та пошук інформації. Однак, завжди потрібно перевіряти те, що публікується, щоб не стати ще однією ланкою дезінформації. У дипломній роботі навели можливі способи встановлення достовірності, вказали сайти, які допомагають журналісту перевіряти фотографії, відеоматеріали, встановлювати місцезнаходження.

Задля формування медіаграмотності журналістів, запропонували ввести предмети «Робота журналіста із соцмережами» та «Інтернет-безпека». Внесли корективи до спрямованості предмету «Інтернет-журналістика». Це допоможе ефективно працювати у сучасних середовищах та забезпечить необхідними знаннями для протистояння кібератакам. Надали рекомендації щодо проведення тренінгів з блогерами та лідерами думок. Таким чином, студенти переймуть досвід практикуючих спеціалістів та побачать, як працювати на нових платформах тощо.

Звернули увагу й на можливі кібератаки, навели їхню різноманітність. Розповіли, як убезпечити себе від потрапляння в сітки кіберзлочинців. Сьогодні

від цього ніхто не застрахований, особливо під час інформаційної боротьби, коли особливу увагу потрібно приділяти збереженню цілісності інформації, особистих даних, інформаційній безпеці тощо.

Результати, які ми отримали у ході написання дипломної роботи, дозволяють сформулювати наступні висновки:

– У сучасному світі журналісти стали не лише тими, хто описує ситуацію, вони допомагають вести чесну інформаційну боротьбу, стають помічниками для досягнення мети воєнної операції тощо.

– Психологічні маніпуляції дозволяють формувати думки громадськості, піднімати бойових дух, насаджувати вигідні наративи;

– Мережа Інтернет є важливим ресурсом для журналіста та суспільства загалом. Завдяки Інтернету можемо аналізувати та перевіряти інформацію;

– У російсько-українській інформаційній війні пропаганду застосовує як одна, так і інша сторона. Але якщо українські журналісти роблять це для того, щоб підтримувати дух населення, вселяти віру у перемогу, то російські працюють на те, щоб замилити очі не тільки російській аудиторії, але й міжнародним партнерам. Вони виправдовують воєнні злочини, які чинить їхня армія та звинувачують Україну у фальсифікації даних;

– Майбутні журналісти повинні бути готові до всіх видів інформаційної війни. Важливо вміти користуватися технологічними здобутками людства, щоб ефективно проводити інформаційну боротьбу;

– Розвідка з відкритих даних допомагає журналістам проводити розслідування та оперувати фактами, що в подальшому стає у нагоді і на міжнародній арені, і на воєнному фронті;

– Важливо посилити університетську підготовку журналістів новими предметами та внесенням змін до вже існуючих дисциплін. Кібератаки використовуються для викрадення потенційно важливої інформації та можуть шкодити роботі журналіста, а соціальні мережі є ще однією платформою для інформаційного протиборства. Саме через це потрібно націлювати увагу на поглиблення знань студентів у цій галузі.

Отже, підбиваючи підсумки, майбутній журналіст повинен вміти застосовувати психологічні маніпуляції та знати, як їм протидіяти. Не потрібно цуратися технологічних напрацювань людства й активно їх використовувати. Розвідка з відкритими джерелами є чудовим помічником. Важливим є розуміння та формування навичок, що небезпека під час інформаційної боротьби може чекати там, де не очікуєш. Потрібно бути обачним з повідомленнями, що приходять на пристрій, електронну пошту, не забувати перевіряти сайти на наявність фішингу. Це дозволить приносити максимальну користь під час інформаційної боротьби, не втрачаючи власних корисних ресурсів та інформації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексеєва О. Маніпуляція свідомістю як негативний чинник соціалізації студентської молоді сходу України в умовах гібридної війни. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2017. Вип. 1 (306), ч. 1. С. 6–17.
2. Алещенко В. Інформаційно-психологічний вплив у ході збройної боротьби. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Військово-спеціальні науки*. 2018. Вип. 1 (38). С. 6–10.
3. Бебик В. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз: монографія. Київ: МАУП, 2005. 440 с.
4. Березін В. Масова комунікація: сутність, канали, дії. Москва: РічХолдинг, 2003. 174 с.
5. Бернейс Э. Манипуляция общественным мнением: как и почему. *Политические исследования. ПОЛИС*. 2012. Вип. 4 (130). С. 149–159.
6. Біловус Л. Український інформаційний простір: сьогодення та перспективи: Київ: Український інформаційний простір, 2013. Частина 1. С. 188-191.
7. Бутиріна М. До питання дослідження впливу ЗМК на стереотипи масової свідомості. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2006. Т. 25. С. 40–43.
8. Веденєєв Д. Культурно-інформаційний вплив сучасного світу та історична свідомість української політичної нації. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2015. № 3. С. 3–10.
9. Войцехівська О. Масова культура і масова свідомість в контексті сучасних соціокультурних трансформацій. *Філософські проблеми гуманітарних наук*. 2009. № 14/15. С. 73–78.

10. Гвоздев В. Аудиторія ЗМІ: проблеми критичного сприймання масової інформації. Наукові записки Інституту журналістики. 2010. С. 14–17.
11. Германов В. Вплив сенсаційних журналістських матеріалів на підсвідомість аудиторії. Актуальні питання масової комунікації. 2002. Вип. 3, ч. 1. С. 54–56.
12. Гойман О. Маніпулювання масовою свідомістю в умовах сучасної гібридної війни. 2015. С. 50-56.
13. Григорова З. Нові медіа, соціальні медіа, соціальні мережі – ієрархія інформаційного простору. *Технологія і техніка друкарства*. 2017. Вип. 3 (57). С. 93–100.
14. Данилевич Л. Феноменологія та психосемантика поняття «професійний психологічний вплив». *Вісник Національного університету оборони України*. 2017. Вип. 1 (48). С. 72–77.
15. Драбчук Ю. Масова культура та свідомість дюдей: вплив та наслідки. Актуальні проблеми історії, теорії та практики художньої культури. 2014. Вип. 33. С. 163–169.
16. Дубас О. Інформаційно-комунікаційний простір: Поняття, сутність, структура. Сучасна українська політика. Політики і політологи про неї. Київ, 2010. Вип. 19. С. 223-232.
17. Еляков І. Інформаційне перевантаження людей. Соціологічні дослідження. 2005. № 5. С. 114-121.
18. Жарков Я., Компанцева Л., Остроухов В., Петрик В., Присяжнюк М., Скулиш Є., Історія інформаційно-психологічного протиборства: за ред. Є. Скулиша. Київ: Наук.-вид. відділ НА СБ України, 2012. 212 с.
19. Журин А. Информационная безопасность как педагогическая проблема. *Педагогика*. 2001. №4. С. 48-55.
20. Зелинский С. Информационно-психологическое воздействие на массовое сознание. Средства массовой коммуникации, информации и пропаганды – как проводник манипулятивных методик воздействия на подсознание и моделирования поступков индивида и масс. Санкт-Петербург: Скифия, 2008.

21. Зозуля О. Інформаційна зброя як геополітичний чинник та інструмент силової політики. *Державне управління: теорія та практика*. 2013. № 2. С. 82-89.
22. Карпінська, А. «Інформаційні війни» в сучасному світі: до постановки проблеми. *Сучасні наукові дослідження і розробки*. 2017. № 2 (10). С. 308-309.
23. Кеворкян К. Пропаганда: генезис і визначення в контексті сучасних комунікацій. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Питання політології*. 2012. № 1013, вип. 21. С.123-128.
24. Кеворкян К. Пропаганда як політична комунікація. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 22: Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін*. 2012. Вип. 8. С. 73-77.
25. Коваленко А. Страх як засіб маніпулювання свідомістю в засобах масової інформації / за ред А. Коваленко, Д. Денісова. *Світогляд - Філософія - Релігія: зб. наук. пр.* Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2011.
26. Кононович Д. Маніпуляція свідомістю як об'єкт соціально-педагогічного дослідження. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Педагогіка. Соціальна робота»*. 2019. Вип. 1 (44). С. 80–83.
27. Кузнецова О. Засоби масової комунікації. *Посібник*. Львів: ПАІС, 2005. 200 с.
28. Лисак І., Белов Д. Вплив інформаційно-комунікаційних технологій на особливості когнітивних процесів. *Повістник Південного федерального університету. Технічні науки*. 2017. С. 256-264.
29. Лівандовський М. Вплив інформації на свідомість мас. *Українська журналістика в контексті світової*. 2001. Вип. 5. С. 39–42
30. Лозниця С. Маніпуляція як явище: людина перед небезпекою численних впливів. *Вісник Львівського університету ім. Івана Франка. Серія філософсько-політологічні студії*. 2011. Вип. 1. С. 284–292.
31. Малієва Т. Інформаційна війна: поняття, рівні, учасники. *Наука і світ*. 2017. С. 83-86.

32. Матвієнків С. Вплив національно-політичної свідомості сучасного українського суспільства на інформаційний простір держави. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2018. Вип. 2 (4). С. 126–136.
33. Микитів О. Маніпулятивний вплив ЗМІ на культуру та свідомість людини. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2010. Т. 40, лип. – верес. С. 173–176.
34. Михайлин І. Інформаційний образ як комунікативна категорія. Збірник Харківського історико-філологічного товариства. Нова серія. 2009. Т. 13. С. 117–136.
35. Назаренко Г. Тролінг-коментарі в інструментарії інформаційних війн у медійному просторі України. Матеріали XII міжнародної науково-технічної конференції «АВІА-2015»: Тези доповіді. Київ: НАУ, 2015. С. 32.13 – 32.16.
36. Назарчук А. Діяльність Bellingcat у ході російсько-української інформаційної війни. Актуальні проблеми соціальних комунікацій: збірник матеріалів Восьмої всеукраїнської студентської наукової конференції. Київ, 2022. С. 90-92.
37. Назарчук А. Мережа інтернет як один із засобів ведення інформаційної війни. ПОЛІТ. Сучасні проблеми науки: збірник матеріалів XXII Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти і молодих вчених. Київ, 2022. С. 304-306.
38. Наливайко О. Головні тренди медіа-індустрії. *Журналіст України*. 2013. № 7. С. 44–46
39. Панарин І. Информационная война и третий Рим. Москва, 2001. 244 с.
40. Поночевный М. Трансформация универсально-исторической размерности сознания в эпоху глобализации: социально-философский анализ. *Вопросы гуманитарных наук*. 2011. Вип. 3 (53). С. 22–25.
41. Потятиник Б. Інтернет-журналістика: навч. посіб. Львів: ПАІС, 2010. 246 с.
42. Почепцов Г. Інформаційний простір: захист чи напад. *День*. 2000. 14 жовт. С. 7–21.
43. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2015. 497 с.

44. Різун В. Соціальні комунікації як інженерне вчення, або соціальні комунікації в системі соціального інжинірингу (соціальної інженерії). *Комунікація*. 2012. № 2. С. 8–18.
45. Романова В. Інформаційна складова гібридних воєн сучасності. Державне та муніципальне управління. *Наукові записки СКАГС*. 2015. № 2. С. 293–299.
46. Самуляк О. Проблеми ідентифікації інтернет-ЗМК. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2012. Т. 47, квіт. – черв. С. 82–84.
47. Сербін С. Інформаційний продукт новітніх медіа. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2012. Т. 46, січ. – берез. С. 92–97.
48. Скорікова Д. Психологічний аспект тексту. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2007. Т. 28. С. 170–175.
49. Стадник А. Масова свідомість як об'єкт інформаційної війни. *Вісник Львівського університету*. Серія соціологічна. 2016. Вип. 10. С. 219–231.
50. Тарасов С. Політична маніпуляція як феномен у політичному аспекті. Київ: *МАУП*. 2013. Вип. 4 (39). С. 67–71.
51. Уханова Н. Маніпулювання масовою політичною свідомістю: інформаційно-психологічний і правовий аспекти. *Інформація і право*. 2015. Вип. 3 (15). С. 43–48.
52. Фомічова В. Масова свідомість чи свідомість мас: особливості співвідношення феноменів. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. Соціологія. Психологія. Педагогіка. 2007. Вип. 27/28. С. 93–96.
53. Чабаненко М. Підготовка інтернет-новин: структурування інформації, передача смислів. Крос-медіа: контент технології, перспективи: колективна монографія / за ред. В. Шевченко. Київ, 2017. 234 с.
54. Шевченко В. Трансформація професії журналіста в цифровому середовищі. *Вісник Львівського університету*. Серія Журналістика. 2019. Випуск 45. С. 108–116.
55. Шпенглер О. Закат Европы. Москва: Эксмо, 2009.

56. Яковенко М. Інформаційний простір: філософські аспекти формування поняття. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2011. № 692. С. 22–27

57. Goodin R. Manipulatory politics. N.Y. 1982. P. 21.

Електронні ресурси

58. Гриняев С. Концепция ведения информационной войны в некоторых странах мира. URL: http://www.soldiering.ru/psychology/conception_psywar.php (дата звернення: 2.09.2022).

59. Гусаров В. Сили інформаційних операцій Росії: яким має бути відповідь України? Інформаційно-аналітичний центр Національної безпеки України. URL: <http://mediarnbo.org/2014/10/07/sili-informatsiynih-operatsiy-rosiyi-yak> (дата звернення: 15.09.2022).

60. Іжутова І. Мартін Лібікі: “Що таке інформаційна війна?” / за ред. І. Іжутової. Військо України. 2014. URL: <http://viysko.com.ua/tehnologiji-voyen/martin-libiki-shho-take-informacijna-vijna/> (дата звернення: 3.09.2022).

61. Колотій Н. Реалії інформаційної війни в Україні. URL: <http://gazeta.dt.ua/technologies/lyalkovodisvidomosti-html> (дата звернення: 17.09.2022)

62. Кузіна Є. Інформаційний вплив як об’єкт наукового дослідження, 2021. URL: <https://informationalimpact/10.30525/978-9934-26> (дата звернення: 12.10.2022).

63. Назарчук А. Шульгіна В. Психологічні маніпуляції під час ведення інформаційної війни. Безпека в авіації та космічні технології: збірник матеріалів Х Всесвітнього конгресу «Авіація у XXI столітті». Київ, 2022. URL: <https://conference.nau.edu.ua/index.php/Congress/Congress2022/paper/viewFile/8806/7243> (дата звернення: 19.10.2022).

64. Почепцов Г. Інформаційна війна як інтелектуальна війна. URL: <http://osvita.mediasapiens.ua/material/13303> (дата звернення 12.10.2022).

65. Рибак М. Війна у зоні Перської затоки: застосування нових методів збройної боротьби та їх вплив на розвиток воєнного мистецтва. Військо України. 1999. URL: <http://www.middleeast.org.ua/articles/17.htm> (дата звернення: 4.10.2022).

66. Твіттер-сторінка кібергрупи Anonymous, 26.02.2022. URL: https://twitter.com/YourAnonTV/status/1497678663046905863?ref_src=twsrc%5Etfw%7Ctwcamp%5Etweetembed%7Ctwterm%5E1497678663046905863%7Ctwgr%5E0c9e009520c8e42cb4420a66f72305c0e99ece69%7Ctwcon%5Es1_&ref_url=https%3A%2F%2Fwww.theguardian.com%2Fworld%2F2022%2Ffeb%2F27%2Fanonymous-the-hacker-collective-that-has-declared-cyberwar-on-russia (дата звернення 20.09.2022).
67. Телеграм-канал Патрульної поліції Києва, 25.06.2021. URL: <https://t.me/kyivpatrol/5348> (дата звернення 20.09.2022).
68. Телеграм-канал Сергія Притули, 22.06.2022. URL: <https://t.me/serhiyprytula/848> (дата звернення 20.09.2022).
69. Фейсбук-сторінка Михайла Федорова, 26.02.2022. URL: <https://www.facebook.com/mykhailofedorov.com.ua/posts/1005244426759743> (дата звернення 4.10.2022).
70. Шевчук П. Інформаційно-психологічна війна Росії проти України: як їй протидіяти. Демократичне врядування. 2014. Вип. 13. URL: <http://lvivacademy.com/visnik13/zmist.html> (дата звернення: 4.10.2022).
71. American Security Project. How OSINT Has Shaped the War in Ukraine. URL: <https://www.americansecurityproject.org/osint-in-ukraine/> (дата звернення: 16.10.2022).
72. Army Technology. The role of OSINT in the war in Ukraine. URL: <https://www.army-technology.com/comment/osint-war-in-ukraine/> (дата звернення: 16.10.2022).
73. Bellingcat. Russia's War in Ukraine: The Medals and Treacherous Numbers. URL: <https://www.bellingcat.com/news/uk-and-europe/2016/08/31/russias-war-ukraine-medals-treacherous-numbers/> (дата звернення: 2.10.2022).
74. CBS NEWS. How Bellingcat is using TikTok to investigate the war in Ukraine. URL: <https://www.cbsnews.com/news/bellingcat-tiktok-ukraine-60-minutes-2022-08-21/> (дата звернення: 9.10.2022).
75. Cbinsights. Disinformation That Kills: The Expanding Battlefield Of Digital

Warfare. URL: <https://www.cbinsights.com/research/future-of-information-warfare/>
(дата звернення: 15.10.2022).

76. The Atlantic. The Information War Isn't Over Yet. URL: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2022/03/russia-ukraine-war-propaganda/626975/> (дата звернення: 2.10.2022).

77. The New York Times. Ukraine acknowledges that the 'Ghost of Kyiv' is a myth. URL: <https://www.nytimes.com/2022/05/01/world/europe/ghost-kyiv-ukraine-myth.html> (дата звернення: 2.10.2022).

78. Time. Bellingcat's Eliot Higgins Explains Why Ukraine Is Winning the Information War. URL: <https://time.com/6155869/bellingcat-eliot-higgins-ukraine-open-source-intelligence/> (дата звернення: 5.10.2022).

Відеовидання

79. Ютуб-канал ТСН. Мосейчук-Арестович: від шпигуна Єрмака до країни мрій. URL: https://www.youtube.com/watch?v=_HJDjdoEcPw (дата звернення: 20.10.2022).

80. Ютуб-канал ISLND TV. Війна культур | Олексій Арестович | ... ці питання. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Jfvrt0f-tE> (дата звернення: 21.10.2022).