

Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii studentiv, aspirantiv, doktorantiv ta molodykh vchenykh (m. Kharkiv, 17-18 bereznia 2022 r.). Kharkiv: KhNU imeni V.M. Karazina, 2022. S. 149-151.

Голіков О.

Харківський національний університет імені В.М. Каразіна

СВЯТО У ПРОЦЕСАХ ТВОРЕННЯ ПОРЯДКУ СОЦІАЛЬНОГО: РЕЖИМИ ТА МОДУСИ

Олександр Голіков – доктор соціологічних наук, доцент, професор кафедри соціології Харківського національного університету імені В.М. Каразіна; golikov@karazin.ua.

Herus O.

Lviv Polytechnic National University

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE INFORMATION WARFARE IN THE CONTEXT OF WAR

Background: The Russian-Ukrainian war has unprecedented features of information warfare, which is happening online and involves a wide range of participants. The need for timely and accurate information about events in Ukraine and effective control of disinformation has only intensified with the full-scale invasion. Ukrainian media have had to quickly adapt to new conditions, find new ways of gathering information, and learn to work in the absence of security guarantees. Telegram is the most popular social media platform among users in Ukraine, followed by Facebook and YouTube. With the full-scale invasion, Telegram becomes a key platform for searching and exchanging information. However, the platform is controversial because it is not a source of information itself but rather a place where information is posted. Therefore, there is a need for critical thinking and information verification.

Purpose: The purpose of this article is to examine the role of social media in war and specify the peculiarities of social media usage in Ukraine after a full-scale invasion.

Methods: secondary analysis of sociological researches devoted to the analysis of social networks in Ukraine in 2022-2023.

Conclusion: Social media and internet resources have become important tools in the information war. On the one hand, social media has begun to play a role in citizen monitoring, data collection and analysis, organizing humanitarian aid, and coordinating the actions of various groups and organizations. On the other hand, the risks of information warfare have intensified with the popularity of social media, including the spread of disinformation and fake news, privacy and confidentiality violations, including monitoring and spying, and an increase in cyber attacks.

Keywords: social networks, social media, information warfare, Telegram.

Російсько-українська війна має безпрецедентні особливості інформаційної війни, яка відбувається в онлайн-середовищі та залучає широке коло учасників. Повномасштабне вторгнення лише загостило потребу в оперативній та достовірній інформації про події в Україні, а також в ефективному контролі за дезінформацією, яка з початком повномасштабної війни почала ширитися ще швидше та активніше.

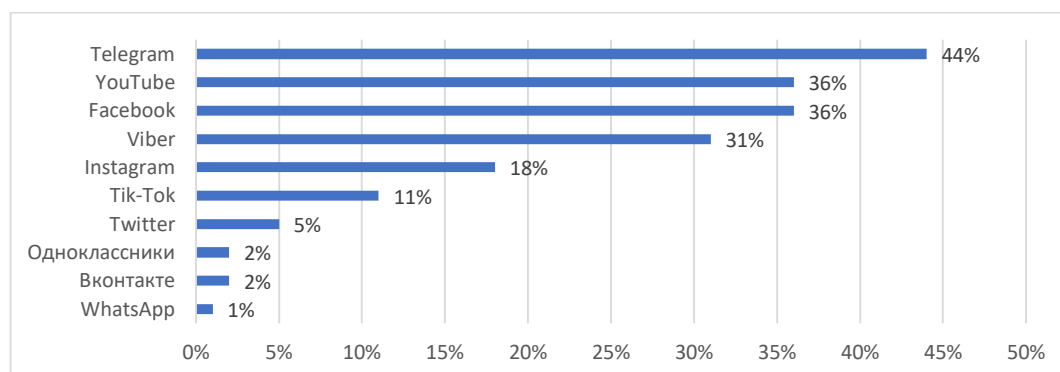
Українські мас-медіа були змушені швидко адаптуватися до нових умов, шукати нові способи джерел збору інформації, навчатися працювати в умовах відсутності гарантій безпеки. У той же час, соціальні мережі та інтернет-ресурси стали важливими інструментами в інформаційній боротьбі. Саме сучасні технології і соціальні мережі в умовах війни дозволяють громадянам бути більш інформованими, проявляти активну громадянську позицію та мобілізуватися для реалізації спільних цілей. Так, з одного боку, соціальні мережі,

в умовах війни почали виконувати роль механізму громадського моніторингу, збору та аналізу даних, організації гуманітарної допомоги та координації дій різних груп та організацій. Проте, з іншого, із ростом популярності соціальних мереж загострюються і ризики інформаційної війни – розповсюдження дезінформації та фейкових новин, порушення приватності і конфіденційності, включаючи моніторинг і шпигунство, зростання кількості кібератак.

За даними дослідження Київського міжнародного інституту соціології, проведеного у травні 2022 року на замовлення Громадянської мережі ОПОРА (Опора, 2022) найбільш популярним джерелом інформації серед українців стали соціальні мережі – для 76,6% респондентів. На другому місці опинилося телебачення з 66,7% голосів, на третьому – інтернет (не включаючи соціальні мережі) – 61,2% користувачів. Радіо наразі слухають близько 28,4% громадян України, а друковані ЗМІ читають лише 15,7% опитаних. При цьому, за даними наступної хвили дослідження, проведеної у липні 2022 року, соціальні мережі одним із топових джерел отримання інформації для 87% молоді (18–29 років), а телемарафон «Єдині новини» для 28%. Очікувано, зворотна тенденція спостерігається серед респондентів старших за 60 років, про соціальні мережі говорять 34%, а 61% – про «Єдині новини» (КМІС, 2022). Вітак, ці дані підтверджують той факт, що соціальні мережі мають більший вплив на молодіжне середовище, а отже, молодь є чи не найбільш вразливою до негативного впливу соціальних мереж, таких як спотворення інформації, поширення фейків, агресивна мова, кібербулінг тощо. Крім того, соціальні мережі можуть сприяти формуванню "інформаційного баласту", коли користувачі перевантажені великою кількістю неперевіреної інформації, що може призвести до зниження їх критичного мислення та здатності аналізувати та оцінювати отриману інформацію.

Стосовно оцінки критичного ставлення до інформації, то за даними цього ж дослідження, більшість респондентів зазначають, що вони критично ставляться до проросійських ЗМІ в Україні та російських ЗМІ загалом (КМІС, 2022). Водночас, їхнє ставлення до інформації є змішаним, оскільки 40% відзначають складність визначення правдивості інформації через велику кількість джерел. Ще більш цікавим ж той факт, що 56% респондентів покладають відповідальність за боротьбу з фейками та дезінформацією на державу, і лише 35% вважають, що відповідальними є самі громадяни. Такі дані свідчать про те, що українське суспільство, з одного боку, є свідомим та досить критичним щодо інформації, що знаходиться в медіа, проте, з іншого, боротьбу з фейками та дезінформацією вважає не своєю безпосередньою відповідальністю, а відтак, це свідчить про певну прогалину у розумінні важливості особистої ролі кожного громадянина в боротьбі з дезінформацією. Це може бути пов'язано зі складністю оцінки достовірності інформації та недостатньою кількістю інструментів для перевірки фактів, або зі сподіванням, що держава повинна забезпечити захист від дезінформації. Проте, важливо зрозуміти, що кожен громадянин має свою роль у боротьбі з фейками та дезінформацією, і потрібно вдосконалювати свої навички критичного мислення та перевірки фактів, щоб бути більш ефективним у протидії дезінформації.

Зауважимо, що абсолютна більшість опитаних негативно ставляться до проросійських ЗМІ в Україні та до російських ЗМІ загалом, однак 16% респондентів все ж розглядають російські ЗМІ дають альтернативний погляд для балансу.



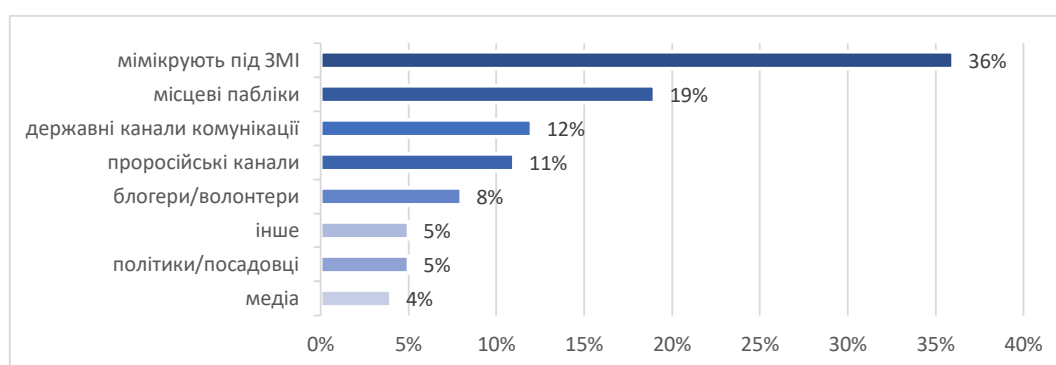
Джерело: Київський міжнародний інститут соціології (2022). Дослідження "Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни"

Серед найпопулярніших за кількістю користувачів соціальних мереж перше місце має Telegram (44%), далі йдуть Facebook і YouTube (по 36% респондентів). Також респонденти сюди ж віднесли і Viber (хоча це месенджер, проте респонденти відзначили користування цим джерелом для отримання новин – 31%). Лише 4% користувалися відкрито російськими соціальними мереж (КМІС, 2022).

З початком повномасштабного вторгнення саме Telegram стає ключовою платформою для пошуку та обміну інформації. Однак, ця платформа є доволі дискусійною, оскільки, по-перше, сама по собі вона не є джерелом інформації, а лише місцем, де ця інформація розміщується. Тому виникає запитання, кому належить певна інформація, яка поширюється в тому чи іншому каналі, хто є її замовником, а, відтак хто її контролює. По-друге, політика мережі щодо блокування та модерування каналів є розмитою, що ускладнює розуміння функціонування мережі. Ну, і найголовнішим є той факт, що засновниками цієї мережі є росіяни, що додає ще більше сумнівів у прозорості функціонування цієї платформи.

Однак ці запитання не заперечують того факту, що для українського суспільства соціальна мережа стала альтернативним джерелом отримання інформації. Зокрема, як зазначають самі респонденти (КМІС, 2022) основною причиною користування соціальними мережами є зручність використання (36%), а уже потім правдивість та достовірність інформації (26%).

Українське інтернет-видання «Детектор медіа» провели дослідження соціальної мережі Telegram, сформувавши список 100 найпопулярніших телеграм-каналів українського сегменту. Об'єктом дослідження були канали з найбільшою кількістю підписників українського сегменту Telegram. Методом контент-аналізу за допомогою машинного навчання та елементів штучного інтелекту було проаналізовано понад 50 тисяч дописів цих телеграм-каналів (Детектор медіа, 2022).



Джерело: Детектор медіа (2022). Від «Трухи» до «Гордона»: найпопулярніші канали українського сегмента Telegram

За даними цього моніторингу з першої сотні каналів було отримано вісім категорій: «мімікрують під ЗМІ, місцеві пабліки, проросійські канали, державні канали комунікації, блогери/волонтери, політики/посадовці, медіа та інше».

Найбільшу категорію становлять «канали, що мімікрують під ЗМІ» (36 із 100), що свідчить про певну недовіру до класичних ЗМІ, які часто мають конкретного а відтак демонструє запит суспільства на альтернативні джерела інформації. Наступні за кількістю підписників – місцеві пабліки (19 із 100). Варто звернути увагу на те, що серед визначеної сотні «державні» канали випереджають «проросійські», проте розрив між ними є дуже незначний (12 та 11 каналів відповідно).

Також негативним є те, що 76% каналів з цього рейтингу є анонімними. Це означає, що українці в Телеграмі часто віддають перевагу неперифікованим і анонімним каналам, які розповсюджують фото та відео з зони бойових дій, псевдоновини та політичні "інсайди" (Детектор медіа, 2022). Деякий з цього контенту створюється каналами, що мають зв'язки з російськими спецслужбами. З-поміж виділеної сотні каналів, 11 є відкрито проросійськими. Зокрема, серед них можна виділити проросійських блогерів, анонімні канали, які публікують маніпулятивну аналітику та вигадані інсайди, канали, які прикидаються медіа і публікують

новини, що мають російську пропагандистську спрямованість, а також проросійські медіа. Наприклад, найпопулярнішим телеграм-каналом у реальному українському сегменті є «Труха ⚡ Україна», який має 2,27 млн мільйони підписників. Проте цей канал неодноразово піддавався змістовній критиці як такий, що поширював недостовірну інформацію, викладав у мережу фото та деталі обстрілів, поширював інформацію без посилань на джерела.

Отже, зауважимо, що у сучасних умовах війни соціальні мережі стають важливим інструментом інформаційного простору. Завдяки широкому поширенню і доступності цих медіа платформ, вони можуть бути використані для поширення та розповсюдження інформації в режимі реального часу. Однак, існує велика кількість анонімних каналів, які розповсюджують недостовірну інформацію та маніпулюють громадською думкою. Деякі з цих каналів мають зв'язки з російськими спецслужбами та пропагандують проросійські погляди. Тому важливо бути обережним при споживанні інформації з соціальних мереж та перевіряти її достовірність, а також не допускати поширення недостовірної та маніпулятивної інформації.

Український приклад демонструє, що соціальні мережі можуть бути ефективним засобом для збору та поширення інформації. В той же час, вони можуть бути використані для дезінформації, що створює серйозні наслідки для суспільства та політики країни.

Список використаних джерел:

- Опора. (2022). Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни: опитування. Режим доступу до ресурсу: https://opora.ua/report/polit_ad/24068-mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori (29.04.2023)
- Київський міжнародний інститут соціології. (2022). Дослідження "Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни" Режим доступу до ресурсу: https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20220817_z/Doslidzhennya%20Demokratia,%20prava%20i%20svobody%20gromadyan%20ta%20mediaspozhyvannya%20v%20umovakh%20viini.pdf (29.04.2023)
- Детектор медіа. (2022). Від «Трухи» до «Гордона»: найпопулярніші канали українського сегмента Telegram. Режим доступу до ресурсу: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/202665/2022-09-09-vid-trukhy-do-gordona-naypopulyarnishi-kanaly-ukrainskogo-segmenta-telegram/> (29.04.2023)

References

- Opora. (2022). Mediaspozhyvannia ukraintsiv v umovakh povnomasshtabnoi viiny: opytuvannia. Rezhym dostupu do resursu: https://opora.ua/report/polit_ad/24068-mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori (29.04.2023) [in Ukrainian]
- Kyivskyi mizhnarodnyi instytut sotsiologhii. (2022). Doslidzhennia "Demokratiia, prava i svobody hromadian ta mediaspozhyvannia v umovakh viiny" Rezhym dostupu do resursu: https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20220817_z/Doslidzhennya%20Demokratia,%20prava%20i%20svobody%20gromadyan%20ta%20mediaspozhyvannya%20v%20umovakh%20viini.pdf (29.04.2023) [in Ukrainian]
- Detektor media. (2022). Vid «Trukhy» do «Hordona»: naipopuliarnishi kanaly ukrainskoho sehmenta Telegram. Rezhym dostupu do resursu: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/202665/2022-09-09-vid-trukhy-do-gordona-naypopulyarnishi-kanaly-ukrainskogo-segmenta-telegram/> (29.04.2023) [in Ukrainian]

Герус О.

Національний університет «Львівська політехніка»

РОЛЬ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ В ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОТИСТОЯННІ В УМОВАХ ВІЙНИ

Olha Herus – PhD of Sociology, Department of Sociology and Social Work, olha.i.herus@lpnu.ua