

Н. Л. Родінова

кандидат історичних наук
доцент кафедри менеджменту та інноваційних технологій соціокультурної діяльності
e-mail: rodinova2010@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2259-5573
Національний педагогічний університет ім. М. П. Драгоманова
вул. Пирогова, 9, м. Київ, Україна, 01601

Б. В. Іваницька

кандидат наук із соціальних комунікацій
доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації
e-mail: bivanyska@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9500-3823
Національний університет «Львівська політехніка»
вул. С. Бандери 12, м. Львів, Україна, 79013

О. М. Шишова

кандидат психологічних наук, старший викладач
кафедри соціальної освіти та соціальної роботи
e-mail: opravlenko2008@ukr.net, ORCID: 0000-0001-6285-8350
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова
вул. Пирогова, 9, м. Київ, Україна, 01601

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Мета дослідження – провести деталізоване науково-практичне обґрунтування особливостей комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану.

Методологія дослідження. У дослідженні використано загальнонаукові (узагальнення, порівняння, індукція і дедукція) та емпірико-теоретичні методи (аналіз, синтез). Системно-структурний та статистичний аналіз дав змогу розмежувати основні особливості комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану на території України.

Результати. Визначено, що соціальні мережі є частиною публічного дискурсу й дають змогу безпосередньо та публічно реагувати на політичні процеси в суспільстві, що відкриває можливість політичного впливу. Проаналізовано шість способів використання соціальних медіа для підтримки військових операцій: збір розвідки, націлювання, інформування та вплив (психологічна війна), кібероперації, оборона та командування й контроль. Проаналізовано особливості комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану, які пропонує ВРУ та Міністерство цифрової трансформації. На основі аналізу визначено заходи, які необхідно імплементувати задля забезпечення успішності України в інформаційній війні та належної комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану.

Новизна. Наукова новизна одержаних результатів зумовлена вирішенням важливого завдання, котре полягає в напрацюванні теоретичних положень та практичних рекомендацій щодо аналізу особливостей комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану. Набули подальшого розвитку дослідження особливостей комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану.

Практичне значення. Результати можуть бути використані в процесі подальших досліджень у межах наукової галузі «Соціальні комунікації». Результати можуть бути спрямовані на подальше дослідження особливостей комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану.

Ключові слова: соціальні мережі, комунікація, інформаційна загроза, воєнний стан.

I. Вступ

Через сучасні умови соціальні мережі стали інструментом, за допомогою якого можна контролювати дії влади та можливість мобілізувати людей у разі порушення національною елітою політичних інтересів країни. Велика недовіра до звичайних ЗМІ, таких як телебачення, радіо, газети, дозволила соціальним мережам стати масовим засобом поширення між читачами/глядачами джерел інформації, певною мірою звуваючи поле індивідуалізації інформаційної політики в традиційних медіа.

Сьогодні соціальні мережі одночасно виступають і як засіб для бойових дій, як площина для підтвердження новітніх методів інформаційно-психологічного впливу. Потрібно вказати на надзвичайну велику відмінність участі різних країн світу у сфері інформаційного впливу через соціальні мережі. До прикладу, у той час, як частина країн уже розвивають цілі підрозділи протидії та поступово опановують нові інформаційні системи, інші – ще не до кінця розуміють значення боротьби в соціальних мережах. Швидке та повсюдне зростання впливу соціальних мереж на політичні процеси, форми соціальної комунікації та громадянської заангажованості широких верств населення визначає важливість і актуальність дослідження особливостей комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану.

Тематику особливостей комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану досліджує незначна кількість науковців. Зокрема, наукові праці Дж. Борха, М. Кастельса, П. Мальдіні, Е. Нісенна, Р. Патнема, Р. Робертсона, А. Самуса присвячені аналізу деяких аспектів та особливостей інформаційної війни, яка поширюється через соціальні мережі за сучасних умов і яка вплинула на становлення демократичних процесів у державі.

II. Постановка завдання та методи дослідження

Мета дослідження – провести деталізоване науково-практичне обґрунтування особливостей комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану. Для досягнення мети визначено такі завдання: визначити характерні ознаки та особливості соціальних мереж; проаналізувати основні способи використання соціальних медіа для підтримки військових операцій; визначити особливості впливу соціальних мереж на комунікаційний процес в умовах воєнного стану в Україні; визначити заходи для забезпечення успішності України в інформаційній війні та комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану.

У дослідженні використано загальнонаукові (узагальнення, порівняння, індукція і дедукція) та емпірико-теоретичні методи (аналіз, синтез). Системно-структурний та статистичний аналіз дав змогу розмежувати основні особливості комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану на території України.

III. Результати

Розвиток соціальних мереж, крім істотної зміни форм і каналів комунікації, також впливає на трансформацію наявних та формування нових соціальних структур. Традиційні форми соціалізації поступаються місцем новим, віртуальним формам, особливо соціальним мережам. З одного боку, ці нові форми соціалізації значно перевершують традиційні соціальні структури за своїми можливостями, а з іншого – вони істотно обмежені. Мережі, як групи індивідів або соціальні групи, пов'язані певним спільним інтересом (економічним, політичним, культурним), які завжди були частиною соціальної структури. Проте вони не були такими численними чи домінантними, як у сучасних умовах [23, с. 12–13].

З появою інформаційних-комунікаційних технологій та інтернету як глобальної мережі, яка однаково прискорила економічні, політичні та культурні потоки, мережа стає новим способом соціальності й створення зв'язків, а також впливає на розпад традиційних соціальних структур і формування нових. Соціальні мережі стають глобальним феноменом комунікації та охоплюють незліченну кількість автономних індивідів, зібраних переважно в неформальні групи [10]. На відміну від минулих соціальних мереж, інтернет-базовані мають дві дуже різні та нові функції, які не обмежені в просторовому сенсі та не обов'язково локальні (територіальні), як раніше, але натомість є глобальними [9]. Термін «глокальний», який специфічним чином поєднує глобальне та локальне, є, мабуть, найкращим описом нової характеристики соціальних мереж [21].

Нові соціальні мережі розвиваються самостійно та в надзвичайно динамічному середовищі нових технологій. Інтернет, як мережа всіх мереж, є джерелом і місцем для обміну практично будь-якою можливою інформацією, але також є місцем взаємної взаємодії майже всіх інших соціальних, політичних та економічних суб'єктів, які об'єднуються в мережі різними способами та з різними інтересами.

У цьому контексті соціальні мережі є лише одним, хоча й актуальним, сегментом зв'язку та соціалізації, який впливає на формування нових соціальних структур, від мінливих і неформальних до сильних і дуже впливових. Оскільки соціальні мережі є публічними, а отже, частиною публічного дискурсу, соціальні мережі дають змогу безпосередньо та публічно реагувати на політичні процеси в суспільстві, що відкриває можливість політичного впливу, тобто політичної участі [17, с. 115].

Від перших «інтернет-воєн» у Косові 1999 р., конфлікту між Хезболлою та Ізраїлем, «арабської весни» в Північній Африці та на Близькому Сході до нинішніх військового конфлікту у Сирії та повномасштабної війни в Україні, спостерігаємо, як ЗМІ використовують соціальні мережі для формування громадської думки, мобілізації прихильників, координації військової діяльності та збору інформації для цільових завдань. Соціальні мережі все більше стають «зброєю вибору» як для державних, так і для недержавних акторів.

Томас Елкер Нісен пропонує шість способів використання соціальних медіа для підтримки військових операцій: збір розвідки, націонавання, інформування та вплив (психологічна війна), кібероперації, оборона та командування й контроль. Усі ці дії, незалежно від того, чи вони діють

онлайн чи офлайн, можна проводити через соціальні мережі. Ці дії є взаємною підтримкою, і часто їх можна проводити у поєднанні з фізичною активністю на місцях [20, с. 72].

Націлювання – використання соціальних мереж для визначення потенційних цілей для військових дій у фізичній сфері (на основі фотографій із географічними тегами або поточних розмов у соціальних мережах), а також атакувати облікові записи в соціальних мережах шляхом злому або псування їх. Наприклад, Google Maps і мобільні телефони використовували в Лівії для картографування позицій режиму, які потім були передані НАТО, яка використовувала інформацію для ідентифікації цілей і ураження ними за допомогою повітряних сил [11]. Інший приклад – напад на будівлю штабу ІДІЛ, здійснений ВПС США, де від початку відстеження публікацій у соціальних мережах ІДІЛ до завершення операції минуло лише двадцять дві години [20, с. 62–64]. З початку повномасштабної війни в Україні в 2022 р., через необачність тітокера, який зняв переміщення техніки ЗСУ зі свого вікна, росіянами було зруйновано ТРЦ Ретровіль у Києві. За даними Міноборони, 80% розвідувальної інформації відпрацьовується саме з відкритих джерел [3].

Збір розвідувальної інформації – цілеспрямований пошук та аналіз інформації з мереж і профілів соціальних мереж, включаючи вміст та розмови; ці дії можуть здійснюватися як відкрито, так і приховано. Існує кілька підходів до аналізу соціальних медіа для збору інформації (наприклад, тенденції, мережа, настрої, контент, гео-, поведінковий, системний та інформаційний аналіз). Усі ці форми аналізу можуть сприяти аналізу цільової аудиторії й підтримувати психологічну війну або вибір цілей для операцій як у режимі онлайн, так і в автономному режимі.

По суті, соціальні медіа дають змогу отримати детальну інформацію про мережі, акторів та пов'язані з ними комунікації, таким чином допомагаючи будь-якій групі краще зрозуміти інформаційне середовище та ситуацію будь-якої цільової групи без фізичної присутності. При послідовному вивченні соціальні медіа можуть бути корисним джерелом для поінформованості про ситуацію й навіть для визначення «сигналів раннього попередження» про майбутню кризу [20, с. 62–64]. Існують певні проблеми та обмеження в аналізі соціальних медіа, оскільки наявні юридичні та етичні міркування, такі як порушення конфіденційності, «шум» у потоці даних, який важко відрізнити від цінної інформації за допомогою автоматизованих інструментів, а також проблема вимірювання впливу онлайн-дискусій на офлайнові події. Наприклад, роль Twitter у революціях арабської весни часто перебільшується. Twitter змінив гру, але масштаби впливу використання Twitter варто розглядати з обережністю. Twitter був корисним для поширення повідомлень та координації дій, проте ці революції ніколи б не відбулися без реальних умов на місці.

Краудсорсинг усе частіше використовують працівники ЗМІ та активісти, такі як громадські журналісти, для перевірки фактів, розкриття дезінформації та виявлення конфліктних подій. Його можна використовувати не лише для збору та аналізу розвідувальних даних, а і як інструмент в інформаційній війні, розкриваючи факти шляхом обміну інформацією з краудсорсингу з громадськістю. Наприклад, спільний проєкт Atlantic Council і Bellingcat зміг відстежити та надати докази присутності російських військ на території України, просто збираючи інформацію з профілів у соціальних мережах, якими користуються російські солдати, карт Google, зображень у ЗМІ. За допомогою досліджень з відкритим кодом, включаючи соціальні мережі, краудсорсинг дає змогу протидіяти дезінформації та запропонувати цінну підтримку стратегічним комунікаційним потребам [26].

З початку повномасштабної війни на території України кожен громадянин може допомогти зібрати докази про злочини окупантів в Україні, що допоможе притягнути РФ до відповідальності та посилити покарання. Якщо ви стали свідком злочину, який окупанти вчинили на території України, то оперативно повідомляйте про них до таких чатботів: War Crime Bot – докази щодо порушень міжнародного гуманітарного права, прав людини та інших злочинів РФ; TRIBUNAL UA – надсилайте фото- та відеодокази вбивства, насильства, пограбування цивільних чи військових окупантами; SaveEcoBot – інформуйте про злочини проти довкілля, які здійснюють російські війська на території України: завдають шкоду на АЕС, руйнують очисні споруди, підпалюють ліси тощо. Фіксовані докази будуть оброблені та передані до Офісу Генпрокурора, Міністерства юстиції, Міністерства закордонних справ, Міндовкілля й іншим особам у цілях подальшого захисту інтересів України у національних та міжнародних судових інстанціях [2; 4; 7].

Кібероперації можуть бути наступальними або оборонними, проте більшість кібероперацій у соціальних мережах мають наступальний характер. Вони можуть включати такі дії, як атаки розподіленої відмови в обслуговуванні (DDoS) на вебсайті, злом паролів для отримання доступу та розкриття вмісту чат-кімнат, електронної пошти або мобільних телефонів, зміна вмісту в облікових записах соціальних мереж або вторгнення в бази даних з метою збору інформації. Усі такі дії спрямовані на те, щоб не дати іншим суб'єктам використовувати платформи соціальних медіа для спілкування, координації дій, доступу до інформації чи поширення повідомлень, принаймні, тимчасово [20, с. 65–66].

Кібероперації, які здійснюються через соціальні мережі, також можуть призвести до відчутних наслідків у реальному житті. Наприклад, хакерська група Сирійської електронної армії атакувала акаунт у Twitter інформаційного агентства Associated Press, опублікувавши неправдивий твіт, у якому

стверджується, що Білий дім був бомбардований, а президент США отримав поранення. Цей твіт призвів до падіння індексу S&P 500 на 1365 мільярдів доларів протягом трьох хвилин [13].

Командування та контроль – використання соціальних мереж для внутрішнього спілкування, обміну інформацією, координації та синхронізації дій. Командування та контроль є важливим для недержавних акторів, таких як повстанські групи, особливо якщо ці групи не мають формальної структури або розосереджені на великих географічних територіях, де соціальні медіа виступають як засіб комунікації та спосіб координації їхньої діяльності [20, с. 71]. Такі «відкриті», засновані на соціальних медіа домовленості щодо командування та контролю ускладнюють звичайним збройним силам атаку на мережі недержавних акторів, оскільки немає централізованих мереж, вузлів або фізичних цілей для атаки. Будь-яка атака буде пов'язана з різними юридичними питаннями, оскільки інфраструктура та платформи не є військовими.

Соціальні медіа також можна використовувати для розповсюдження інформації щодо мобілізації та координації недержавних акторів із спільними інтересами для взаємодії з конкретною метою. Використовуючи соціальні медіа, учасники можуть швидко збиратися на протести, при цьому даючи органам безпеки мало часу на відповідь. Цей підхід використовували під час революцій арабської весни. Іранська влада також, нібито, використовувала цю техніку як контрзахід; демонстрація протесту була організована через соціальні мережі, але коли демонстранти з'явилися, їх зустріли спецназівці та спецслужби [20, с. 94].

Через вищезгадані проблеми безпеки терористична організація ІДІЛ проводить більшість своєї діяльності в «закритому» чаті та через ігрові мережі, однак нещодавній аналіз, проведений НАТО StratCom COE, показав, що деяка координація також відбувається через більш відкриті платформи, такі як Twitter. Згідно зі звітом, ІДІЛ додає геолокації до своїх хештегів (наприклад, «Штат Хомс» або «Штат Ракка»), що дозволяє членам «поширювати цільову інформацію в конкретних регіонах».

Захист платформ соціальних мереж, сайтів, профілів та облікових записів на технічному або системному рівні. Захисна діяльність може включати використання програмного забезпечення для шифрування, захисту від відстеження та/або приховування IP-адреси у зв'язку із соціальними мережами. Недостатня оцінка оперативної безпеки (OPSEC) та недостатня обізнаність про базову кібербезпеку коштували життя багатьом повстанцям, особливо в Сирії [20, с. 90].

З огляду на ці умови не дивно, що терористичні організації в основному використовують зашифровані чат-платформи для спілкування та подальшої радикалізації їх прихильників. Наприклад, PlayStation було визнано однією з найскладніших ігрових платформ для відстеження правоохоронними службами [19].

Крім військових дій, що ведуться на території України, ведеться інформаційна війна та кібервійна. Наразі нашим кіберфахівцям уже вдалось досягнути певних успіхів, серед яких: зламані офіційні та стратегічні вебсайти РФ; поширення на цифровому телебаченні в РФ правду про війну в Україні; блокування російських ресурсів, які поширювали брехню та пропаганду [2; 4; 7].

Поширення інформації для впливу на цінності цільової аудиторії, систему переконань, сприйняття, емоції, мотивацію, міркування та поведінку. У цьому випадку використання соціальних медіа має на меті досягти певних військових ефектів у когнітивній сфері – формувати, інформувати, впливати, маніпулювати, викривати, зменшувати, сприяти, обманювати, примушувати, стримувати, мобілізувати, переконувати [20, с. 67]. Використані методи впливу в соціальних мережах можуть бути відвертими, наприклад створення офіційних акаунтів, каналів, вебсайтів, коментарі лідерів думок тощо, або прихованими, такими як підроблені особи, ботнети та тролінг. Їх можна використовувати в будь-якій комбінації для інформаційних операцій у соціальних мережах. Розуміння використання різної інформації та прийомів впливу різняться між різними учасниками конфлікту. Доктрина НАТО не передбачає використання таємних операцій для впливу на настрої та поведінку аудиторії; крім того, PSYOPS можна використовувати лише у військових операціях, оголошених найвищим органом, що приймає стратегічні рішення, Північноатлантичною радою [18].

Такі таємні операції продемонстрували російські війська в останніх військових операціях проти України, коли надходила величезна кількість інформації, включаючи пропаганду, обман та чулки, які поширювалися в інтернеті за допомогою «фейкових профілів», «соціальних ботів» та «армій тролів» [12]. Під «соціальними кібератаками» розуміють навмисні та організовані дії для поширення чуток, містифікацій та маніпулятивних повідомлень у віртуальному середовищі, спрямованих на викликання страху та паніки. Оскільки відстеження організаторів і виконавців соціальних кібератак є складним процесом, вони залишаються анонімними, приховуючи як реальних людей, так і автоматизовані мережі ботів. Повномасштабна війна на території України рясніє прикладами використання соціальних кібератак для розпалювання паніки. Деякі інші прийоми, які можна використовувати для психологічного впливу та маніпуляції в соціальних мережах, включають:

1. Підвищення видимості повідомлення:

– використання автоматично згенерованого вмісту шляхом розсилки спаму або фальшивих ідентичностей (наприклад, тролів, маріонеток, ботів) для поширення повідомлення та мінімізації альтернативних голосів;

– насичення інформаційного середовища – скоординоване використання блогів, постів, статей тощо, які публікують і перепостовують лідери думок, активісти та фальшиві особи;

– формування популярних хештегів, щоб збільшити охоплення повідомлення або неправомірну аудиторію. Міністерство закордонних справ РФ також використало цю техніку у своїй «війні в Twitter» з Держдепартаментом США через українську кризу. 27 березня 2014 р. Державний департамент США оголосив кампанію в соціальних мережах #UnitedforUkraine з метою підвищення обізнаності про події в Україні. МЗС Росії використало #UnitedforUkraine для розміщення твітів із коментарями міністра закордонних справ Сергія Лаврова. За даними Радіо Вільна Європа/Радіо Свобода, за два дні було опубліковано щонайменше дев'ять таких твітів [14].

2. Націлювання та відволікання опонента:

– розповсюдження дезінформації та чуток – для оприлюднення ймовірних правопорушень опонента. Багато прикладів таких дій можна взяти з конфлікту в Україні, коли проросійські голоси системно культивували страх, тривогу та ненависть серед етнічних росіян (та іншого неукраїнського населення) України. Вони маніпулювали та поширювали зображення нібито звірств української армії, включаючи масові могили закатованих людей, цивільних, які використовували для торгівлі органами, спалювання врожаю для голоду, вербування дітей-солдатів, використання важкої зброї проти мирного населення та акти канібалізму (однак дані звірства здійснює армія РФ на території України) [25];

– атака на ціль – блокування вмісту противника або прохання до платформ соціальних мереж видалити вміст конкретних профілів шляхом скарг про невідповідний вміст для безпеки. Наприклад, адміністратори Facebook видалили фотографію дівчини, яка вшановує пам'ять свого батька, українського солдата, який загинув на Сході України, після того, як кілька проросійських користувачів соцмереж повідомили, що пост містить графічний вміст [24].

Націлювання на опонента також передбачає будь-яку особисту атаку і може зайти так далеко, щоб отримати особисту інформацію та використовувати її для наклепу, висміювання, погроз тощо, як повідомляють опозиційні активісти в РФ та користувачі соціальних мереж інших країн, які висловили свою неприязнь до політики Кремля. Наприклад, фінська журналістка Джесіка Аро, яка особисто пережила і багато писала про російські атаки тролів, описала, як тролі переслідували її в інтернеті, іронізуючи та насміхаючись над її професійним і особистим життям [8];

– соціальна інженерія – у кіберконтексті це стосується психологічного маніпулювання людьми з метою виконання дій або розголошення конфіденційної інформації. Кіберзлочинці часто використовують соціальну інженерію для виявлення інформації, необхідної для доступу до системи, шахрайства чи інших атак. Однак ці прийоми також можна використовувати у військових цілях, таких як шпигунство та збір інформації. Такі атаки можуть бути автоматизованими, тобто проводитися ботами, або здійснюватися людьми з підробленими ідентифікаторами;

– обман – створення «шуму» або «інформаційного туману» навколо теми, щоб відвернути увагу від більш стратегічно важливих подій. Значним прикладом цього є випадок збиття малайзійського авіарейсу MH17. Російські медіаканали та соціальні мережі розповсюдили велику кількість повідомлень із численними поясненнями, чому літак розбився. Інша кампанія з ботів була використана для того, щоб відволікти громадськість, запропонувавши «альтернативне пояснення» вбивства російського політика Бориса Немцова, заявивши, що його вбили ревнивці українці, де ця «новина» була опублікована лише через кілька годин після нападу [15].

Стабільну тенденцію впливу соціальних мереж на розвиток різних форм політичної діяльності та самоорганізацію громадянського суспільства виявляють події в Україні 2013–2022 рр. Зокрема, вплив соціальних мереж активно проявився під час Української революції, яка дістала назву Революція Гідності, та повномасштабної війни на території України. Ці події змінили геополітичний вектор України з напрямку співпраці з Росією, яка обмежувала наші економічні, культурні та історичні права, до європейської інтеграції України [16, с. 70–76].

Вплив соціальних мереж, їх здатність мобілізувати та об'єднувати громадськість переконливо доводиться тим, що інтернет-виданню вдалося об'єднати величезну чисельність людей у боротьбі за захист їхньої громадянської гідності. Так, 21 листопада 2013 р., після жорстокої розправи в центрі Києва над студентами, які протестують проти скасування курсу на європейську інтеграцію України, народний депутат України Мустафа Найем опублікував на своїх сторінках у Facebook та Twitter: «Зустрічаємось о 22:30 під монументом Незалежності. Вдягайтесь тепло, беріть парасолі, чай, каву, хороший настрій та друзів!» [1].

Практично зі згаданого допису почалися масові акції Революції Гідності, які впродовж кількох місяців розгорнулися на очах мільйонів інтернет-користувачів. Саме в соціальних мережах поширювалися звернення про допомогу, завдяки чому самоорганізувався та координувався потужний громадський волонтерський рух, який згодом продемонстрував свою високу ефективність не лише під час революції Гідності, а й під час тривалих бойових дій на Сході України та повномасштабної війни на території України, коли надавалась оперативна загальнодержавна допомога пораненим та родинам загиблих воїнів [22, с. 123].

У 2013–2014 рр. було створено низку сторінок та груп у Facebook, Twitter, Instagram, ВКонтакте (популярність останньої пов'язана з масовою підтримкою студентства, яке було основною

аудиторією соцмережі), де здійснювалася координація дій, збір коштів. Згодом користувачі соціальних мереж переключилися на волонтерську допомогу в зоні АТО та під час війни в Україні – забезпечення потреб фронту, евакуацію та допомогу мирному населенню [5].

Народними депутатами було розглянуто законопроект № 7227 «Про внесення змін до Закону України «Про електронні комунікації» щодо підвищення ефективності організації роботи постачальників електронних комунікаційних мереж та/або послуг в умовах воєнного стану», який був поданий народним депутатом-членом Комітету Олександром Федієнко та іншими народними депутатами.

Прийняття проекту Закону забезпечить стале функціонування електронної комунікаційної мережі держави в умовах воєнного стану та не допустить втручання ворожих сил у її функціонування. У разі невиконання окремими постачальниками електронних комунікаційних мереж та/або послуг розпоряджень національного центру оперативного-технічного управління електронними комунікаційними мережами України (далі – НЦУ) такі постачальники будуть позбавлені можливості здійснювати діяльність у сфері електронних комунікацій відповідним рішенням регуляторного органу.

ВРУ та Міністерство цифрової трансформації виокремлює такі особливості комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану:

1. Не знімати, не публікувати, не коментувати, не розповсюджувати фото, відео у соціальних мережах про Сили оборони України, техніку ЗСУ та її переміщення. Не знімати роботу ППО, тим паче з прив'язкою до місцерозташування. Усі відео вільотів і влучення ракет демаскують системи ППО.

2. У соцмережах, публічних виступах, коментарях не зазначайте точні цілі й об'єкти враження. Не публікувати в інтернеті адресні таблички, номери будинків, лікарень, супермаркетів, станцій метро тощо, які постраждали під час обстрілу. Жодних геолокацій для окупанта!

3. Не стримте в прямому ефірі ракетний обстріл і бомбардування, оскільки завдяки таким кадрам ви лише допоможете ворогу скоригувати вогонь.

4. Не інформувати своє місцерозташування та розташування родичів/знайомих військових вашим близьким телефоном чи в месенджерах, оскільки це може бути використано ворогом. Достатньо сказати, що ви, родичі/близькі живі-здорові.

5. Не поширювати інформацію стосовно зброї й техніки, яку інші країни передали або планують передавати в Україну.

6. Не поширювати в соцмережах неперевірені новини та не сіяти паніку. Публікуйте тільки перевірену інформацію, не пишіть у стані афекту. Зберігайте спокій і холодний розум.

7. Якщо ворог заблокував сигнал до українського теле- й радіомовлення та поширює пропаганду, то скористайтеся безоплатним доступом до українського мовлення в застосунку Дія: у Дія TV або Дія Радіо.

8. Якщо побачите в соцмережах російську пропаганду – заблокуйте такий пост, подайте скаргу на нього або додавайте акаунт у бот СБУ для блокування – https://t.me/black_listUA_bot.

ВРУ та Міністерство цифрової трансформації дозволяє публікувати в соціальних мережах, через деякий час після атаки (не одразу!) злочини окупантів: зруйновані об'єкти архітектури, будинки та постраждалих, для того щоб світ знав правду [2; 4; 7].

Оцінюючи роль соціальних мереж у суспільно-політичному житті українського суспільства, вважаємо за доцільне констатувати таке:

– сучасний стан медіапростору України – це її слабе місце. Переважна частина медіа-ресурсів належить олігархам (у тому числі проросійськи налаштованим). Це канали телебачення, а також новинні вебресурси. При цьому приватні телеканали отримують перевагу перед державними (суспільними) завдяки більш якісному розважальному контенту. Має місце активне використання різними агентами впливу інтернет-ботів та інтернет-тролів, передусім у соціальних мережах;

– відсутність в Україні власної соціальної мережі. Спроби створення такої мережі здійснювали приватні структури без підтримки держави, але всі ці проекти стали провальними. Вважаємо, що невдачі були зумовлені такими чинниками: фактичним клонуванням соціальних мереж без надання їм нового функціоналу; відсутністю реальної мети, яка б мотивувала громадян до участі в національних проєктах; браком перспектив масштабування відповідних проєктів через орієнтацію лише на українців (за національністю або громадянством);

– об'єктивно зумовлене, хоч і запізнILE, блокування російських соціальних мереж спрямувало активність українців в американські соціальні мережі, зокрема Facebook. Це краще, ніж російські соціальні мережі, але використання будь-яких іноземних соціальних мереж не можна вважати повноцінним інструментом комунікації державних органів України з громадянським суспільством. Тим більше, зважаючи на поляризаційний характер їх впливу на суспільство. Крім того, іноземна соціальна мережа – це зовнішні цілі (у тому числі й комерційні), зовнішня модерація (правила фільтрації та пошукової видачі, рецензування й блокування контенту), зовнішній доступ до bigdata (великих даних) соціальної мережі та відповідно до підвищених можливостей маніпулятивного впливу.

З метою забезпечення успішності України в інформаційній війні та комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану пропонуємо вжити таких заходів:

– створити українську суспільну інтернет-платформу у форматі соціальної мережі, яка забезпечуватиме надійну комунікацію в українському суспільстві, а також матиме перспективу масштабування та відповідного впливу на громадян інших країн;

– забезпечити безпеку та відповідальність користувачів інтернет-платформи з використанням їх верифікації. Анонсувати платформу як соціальну мережу реальних людей;

– просувати інтернет-платформу як інструмент, за допомогою якого можна разом робити Україну (світ) краще. Це нові можливості запропонувати реальну комунікацію та взаємодію, засоби для вияву соціально-економічної ініціативи, здійснення суспільного контролю за змінами в державі. Перевагами такої інтернет-платформи будуть: зосередженість на досягненні українських національних інтересів; забезпечення інформаційної безпеки та об'єктивної модерації; надійний двосторонній зв'язок між державою та суспільством; доступ держави до результатів аналізу bigdata платформи [6].

Отже, можна зробити висновок, що соціальні мережі як катализатори демократичних процесів у суспільстві XXI ст. сприяють успішному формуванню демократичних принципів та громадянської культури в суспільстві й вимагають здійснення відповідної комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану.

IV. Висновки

На основі проведеного дослідження можна дійти висновку, що соціальні мережі визначаються як засіб для створення політичного іміджу в країні. Встановлено, що соціальні мережі виступають як платформа політичної активності громадян для вирішення проблем, якщо це неможливо на їхньому рівні іншим шляхом або пов'язано з незрівняними зусиллями. За допомогою соціальних мереж можна підтримувати зв'язок, розповсюджувати інформацію та проводити короткочасну діяльність. Процес комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану повинен бути обачним, для того щоб не допомагати ворогу скоригувати атаки та не завдавати шкоди військовим України через необачне опублікування інформації та кадрів. Створення української суспільної інтернет-платформи у форматі соціальної мережі буде сприяти консолідації суспільства та протидії негативним інформаційно-психологічним впливам зовнішніх і внутрішніх суб'єктів.

Практичне значення проведеного дослідження полягає в тому, що висновки та рекомендації, розроблені авторами й запропоновані в статті, можуть бути використані для забезпечення безпечної комунікації в соціальних мережах в умовах воєнного стану. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на вивчення та розроблення соціальних мереж для забезпечення безпечної комунікації в умовах воєнного стану та для обмеження негативних інформаційно-психологічних впливів.

Список використаної літератури

1. Найем М. Френсіс Фукуяма: Путін робить рівно те саме, що робив Гітлер. *Українська правда*. 2014. URL: <https://www.pravda.com.ua/articles/2014/08/27/7035903/> (дата звернення: 28.03.2022).
2. Офіційний сайт Міністерства культури та інформаційної політики України. 2022. URL: <https://mkp.gov.ua/> (дата звернення: 28.03.2022).
3. Офіційний сайт Міністерства оборони України. 2022. URL: <https://www.mil.gov.ua/> (дата звернення: 28.03.2022).
4. Офіційний сайт Міністерства цифрової трансформації України. 2022. URL: <https://thedigital.gov.ua/> (дата звернення: 28.03.2022).
5. Руденко А. Ф. Соціальні мережі як ефективний засіб громадської самоорганізації в сучасній Україні. 2018. URL: <http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/Rudenko-52ea7.pdf> (дата звернення: 28.03.2022).
6. Савчук О. А. Соціально-психологічні впливи в соціальних мережах як засоби інформаційної війни: питання класифікації. *Теоретичні і прикладні проблеми психології*: зб. наук. пр. 2019. № 3 (50). Т. 3. С. 288–300. DOI: <https://doi.org/10.33216/2219-2654-2019-50-3-3-288-301> (дата звернення: 28.03.2022).
7. Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. 2022. URL: <https://www.kmu.gov.ua/> (дата звернення: 28.03.2022).
8. Aro J., Yle K. My Year as a Pro-Russia Troll Magnet: International Shaming Campaign and an SMS from Dead Father. 2015. URL: <http://kioski.yle.fi/omat/my-year-as-a-pro-russia-troll-magnet> (date of request: 28.03.2022).
9. Borja J., Castells M. *Local and Global: The Management of Cities in the Information Age*. London : Earthscan, 1997. 288 p.
10. Castells M. *The Rise of the Network Society*. Oxford : Blackwell Publishers, 1996. 556 p.
11. Castillo W. Air Force Intel Uses ISIS 'moron' Post to Track Fighters'. 2015. URL: <http://edition.cnn.com/2015/06/05/politics/air-force-isis-moron-twitter/> (date of request: 28.03.2022).

12. Darczewska J. The anatomy of Russian information warfare the Crimean operation, a case study, Point of View, Centre for Eastern Studies. Warsaw, 2014. URL: http://www.osw.waw.pl/sites/default/files/the_anatomy_of_russian_information_warfare.pdf (date of request: 28.03.2022).
13. Foster P. 'Bogus' AP tweet about explosion at the White House wipes billions off US markets. 2013. URL: <http://www.telegraph.co.uk/finance/markets/10013768/BogusAP-tweet-about-explosion-at-the-White-House-wipes-billionsoff-US-markets.html> (date of request: 28.03.2022).
14. Johnson L., Hashtag Hijacked: Russia Trolls U.S. Twitter Campaign In Ukraine Crisis. Radio Free Europe. *Radio Liberty*. 2014. URL: <http://www.rferl.org/content/ukraine-usrussia-twitter-trolling/25362157.html> (date of request: 28.03.2022).
15. Lawrence A. Social Network Analysis Reveals Full Scale of Kremlin's Twitter Bot Campaign. 2015. URL: <https://globalvoices.org/2015/04/02/analyzing-kremlin-twitterbots/> (date of request: 28.03.2022).
16. Maldini P. Network Society and Democracy: How ICT Mediated Communication and Virtual Socialization Affects Political Participation. Department of Communication Science, University of Dubrovnik, Ulica branitelja Dubrovnika 29. Dubrovnik, 2016. P. 105–121.
17. Maldini P. Politička kultura i demokratska tranzicija u Hrvatskoj. Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku, 2011. 428 p.
18. NATO defines Psychological Operations (PSYOPS) as 'planned activities using methods of communication and other means directed at approved audiences in order to influence perceptions, attitudes and behaviour, affecting the achievement of political and military objectives', AJP – 3.10.1, Allied Joint Doctrine for Psychological Operations, 2014.
19. Newman L. H. Intelligence Officials Have Named One More Enemy in the Paris Attacks: Encryption. 2015. URL: http://www.slate.com/blogs/future_tense/2015/11/16/officials_say_digital_encryption_makes_anti_terrorism_efforts_more_difficult.htm (date of request: 28.03.2022).
20. Nissen E. The Weaponization of Social Media. 2015. 150 p.
21. Putnam R. Kako demokraciju učiniti djelotvornom: Civilne tradicije u modernoj Italiji. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, 2003.
22. Robertson R. Glocalization: Time-space and Homogeneity-heterogeneity / ed. : Featherstone M., Lash S., Robertson R. *Global Modernities* London: Sage Publications, 1995. P. 25–44.
23. Samus A. Specyfika vysvitleniya revolyuciji gidnosti u blogach amerykanskykh ta ukrayinskykh zhurnalistiv. *Molodyj vchenyj*. 2016. Vol. 1 (28), № 2. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/1/74.pdf> (date of request: 28.03.2022).
24. Shevchenko V. Ukrainians petition Facebook against 'Russian trolls'. BBC. 2015. URL: <http://www.bbc.com/news/world-europe-32720965> (date of request: 28.03.2022).
25. StopFake.org. Opinions Russia's top 100 lies about Ukraine. 2015. URL: <http://www.stopfake.org/en/russia-s-top-100-lies-aboutukraine> (date of request: 28.03.2022).
26. Svetoka S. Social media as a tool of hybrid warfare. Prepared by the NATO Strategic Communications Centre of Excellence. NATO StratCom COE. Riga, 2016. 50 p.

References

1. Naiem, M. (2014). Frensis Fukuiama: Putin robyt rivno te same, shcho robyv Hitler [Francis Fukuyama: Putin is doing exactly what Hitler did.]. *Ukrainska pravda*. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/articles/2014/08/27/7035903/> [in Ukrainian].
2. Ofitsiyni sait Ministerstva kultury ta informatsiinoi polityky Ukrainy [Official website of the Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine]. (2022). Retrieved from <https://mkip.gov.ua/> [in Ukrainian].
3. Ofitsiyni sait Ministerstva oborony Ukrainy [Official site of the Ministry of Defense of Ukraine]. (2022). Retrieved from <https://www.mil.gov.ua/> [in Ukrainian].
4. Ofitsiyni sait Ministerstva tsyfrovoy transformatsii Ukrainy [Official site of the Ministry of Digital Transformation of Ukraine]. (2022). Retrieved from <https://thedigital.gov.ua/> [in Ukrainian].
5. Rudenko, A. F. (2018). Sotsialni merezhi yak efektyvnyi zasib hromadskoi samoorhanizatsii v suchasni Ukraini [Social networks as an effective means of public self-organization in modern Ukraine]. Retrieved from <http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/Rudenko-52ea7.pdf> [in Ukrainian].
6. Savchuk, O. A. (2019). Sotsialno-psykholohichni vplyvy v sotsialnykh merezhakh yak zasoby informatsiinoi viiny: pytannia klasyfikatsii [Socio-psychological influences in social networks as a means of information warfare: the question of classification]. *Zbirnyk naukovykh prats: Teoretychni i prykladni problemy psykholohii*, 3 (50), 3, 288–300. DOI: <https://doi.org/10.33216/2219-2654-2019-50-3-3-288-301> [in Ukrainian].
7. Uriadovyi portal. Yedynyi veb-portal orhaniv vykonavchoi vlady Ukrainy [Government portal. The only web portal of the executive authorities of Ukraine]. (2022). Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/> [in Ukrainian].
8. Aro, J., & Yle, K. (2015). My Year as a Pro-Russia Troll Magnet: International Shaming Campaign and an SMS from Dead Father. Retrieved from <http://kioski.yle.fi/omat/my-year-as-a-pro-russia-troll-magnet> [in English].

9. Borja, J., & Castells, M. (1997). *Local and Global: The Management of Cities in the Information Age*. London: Earthscan [in English].
10. Castells, M. (1996). *The Rise of the Network Society*. Oxford: Blackwell Publishers [in English].
11. Castillo, W. (2015). Air Force Intel Uses ISIS 'moron' Post to Track Fighters'. Retrieved from <http://edition.cnn.com/2015/06/05/politics/air-force-isis-moron-twitter/> [in English].
12. Darczewska, J. (2014). The anatomy of Russian information warfare the Crimean operation, a case study, Point of View, Centre for Eastern Studies. Warsaw. Retrieved from http://www.osw.waw.pl/sites/default/files/the_anatomy_of_russian_information_warfare.pdf [in English].
13. Foster, P. (2013). 'Bogus' AP tweet about explosion at the White House wipes billions off US markets. Retrieved from <http://www.telegraph.co.uk/finance/markets/10013768/BogusAP-tweet-about-explosion-at-the-White-House-wipes-billionsoff-US-markets.html> [in English].
14. Johnson, L. (2014). Hashtag Hijacked: Russia Trolls U.S. Twitter Campaign In Ukraine Crisis. Radio Free Europe. *Radio Liberty*. Retrieved from <http://www.rferl.org/content/ukraine-usrussia-twitter-trolling/25362157.html> [in English].
15. Lawrence, A. (2015). Social Network Analysis Reveals Full Scale of Kremlin's Twitter Bot Campaign. Retrieved from <https://globalvoices.org/2015/04/02/analyzing-kremlin-twitterbots/> [in English].
16. Maldini, P. (2011). *Politička kultura i demokratska tranzicija u Hrvatskoj*. Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku [in Bosnian].
17. Maldini, P. (2016). *Network Society and Democracy: How ICT Mediated Communication and Virtual Socialization Affects Political Participation*. Department of Communication Science, University of Dubrovnik, Ulica branitelja Dubrovnika 29. Dubrovnik [in Croatian].
18. NATO defines Psychological Operations (PSYOPS) as 'planned activities using methods of communication and other means directed at approved audiences in order to influence perceptions, attitudes and behaviour, affecting the achievement of political and military objectives'. (2014). AJP – 3.10.1, Allied Joint Doctrine for Psychological Operations [in English].
19. Newman, L. H. (2015). Intelligence Officials Have Named One More Enemy in the Paris Attacks: Encryption. Retrieved from http://www.slate.com/blogs/future_tense/2015/11/16/officials_say_digital_encryption_makes_anti_terrorism_efforts_more_difficult.htm [in English].
20. Nissen, E. (2015). *The Weaponization of Social Media* [in English].
21. Putnam, R. (2003). Kako demokraciju učiniti djelotvornom: Civilne tradicije u modernoj Italiji. Zagreb: Fakultet političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu [in Croatian].
22. Robertson, R. (1995). *Glocalization: Time-space and Homogeneity-heterogeneity*. *Global Modernities*. London: Sage Publications [in English].
23. Samus, A. (2016). Specyfika vysvitlennya revolyuciyi gidnosti u blogach amerykanskykh ta ukrayinskykh zhurnalistiv. *Molody vchenyj*, 1 (28), 2. Retrieved from <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2016/1/74.pdf> [in English].
24. Shevchenko, V. (2015). Ukrainians petition Facebook against 'Russian trolls', BBC. Retrieved from <http://www.bbc.com/news/world-europe-32720965> [in English].
25. StopFake.org. (2015). Opinions Russia's top 100 lies about Ukraine. Retrieved from <http://www.stopfake.org/en/russia-s-top-100-lies-aboutukraine> [in English].
26. Svetoka, S. (2016). *Social media as a tool of hybrid warfare*. Prepared by the NATO Strategic Communications Centre of Excellence. NATO StratCom COE Riga [in English].

Стаття надійшла до редакції 06.05.2022.

Received 06.05.2022.

Rodinova N., Ivanytska B., Shyshova O. Peculiarities of Communication in Social Networks in Conditions of Martial Law

The purpose of the study is to conduct a detailed scientific and practical substantiation of the peculiarities of communication in social networks in martial law.

Research methodology. The study used general scientific (generalization, comparison, induction and deduction) and empirical-theoretical methods (analysis, synthesis). The use of system-structural and statistical analysis made it possible to distinguish the main features of communication in social networks under martial law in Ukraine.

Results. It is determined that social networks are part of the public discourse, which allows to respond directly and publicly to political processes in society, which opens the possibility of political influence. Six ways of using social media to support military operations are analyzed: intelligence gathering, targeting, information and influence (psychological warfare), cyber operations, defense and command and control. The peculiarities of communication in social networks in martial law, proposed by the Verkhovna Rada and the Ministry of Digital Transformation, are analyzed. The analysis identifies measures that need to be implemented to ensure Ukraine's success in the information war and proper communication on social networks under martial law.

Novelty. *The scientific novelty of the results obtained in the article is due to the solution of an important scientific problem, which is to develop theoretical principles and practical recommendations for analyzing the features of communication in social networks under martial law. The article further develops the research on the peculiarities of communication on social networks in martial law.*

Practical significance. *The results of the study can be used in the study of the scientific field of «Social Communications». The results can be directed to further study of the peculiarities of communication on social networks in martial law.*

Key words: *social networks, communication, information threat, martial law.*

Rodinowa N., Iwanycka B., Szyszowa O. Osobliwości komunikacji w sieciach społecznościowych w warunkach stanu wojennego

Cel badania – przeprowadzić szczegółowe naukowo-praktyczne uzasadnienie osobliwości komunikacji w sieciach społecznościowych w warunkach stanu wojennego.

Metodologia badania. *W niniejszym badaniu wykorzystano metody ogólnonaukowe (uogólnienie, porównanie, indukcja i dedukcja) oraz empiryko-teoretyczne (analiza, synteza). Systemowo-strukturalna i statystyczna analiza pozwoliła rozgraniczyć główne osobliwości komunikacji w sieciach społecznościowych w warunkach stanu wojennego na terytorium Ukrainy.*

Wyniki. *Ustalono, że sieci społecznościowe są częścią dyskursu publicznego i pozwalają bezpośrednio oraz publicznie na procesy polityczne w społeczeństwie, co otwiera możliwość dla wpływu politycznego. Przeanalizowano sześć sposobów wykorzystania mediów społecznościowych dla wspierania operacji wojskowych: zbieranie informacji wywiadowych, celowanie, informowanie i wpływ (wojna psychologiczna), operacje cybernetyczne, obrona oraz dowództwo i kontrola. Przeanalizowano osobliwości komunikacji w sieciach społecznościowych w warunkach stanu wojennego, które są proponowane przez Radę Najwyższą Ukrainy i Ministerstwo Transformacji Cyfrowej. Na podstawie analizy określono środki, które należy implementować w celu zapewnienia Ukrainie sukcesu w wojnie informacyjnej i właściwej komunikacji w sieciach społecznościowych w stanie wojennym.*

Nowość. *Nowość naukowa uzyskanych wyników wynika z rozwiązania ważnego zadania, polegającego na wypracowaniu zasad teoretycznych i praktycznych zaleceń co do analizy osobliwości komunikacji w sieciach społecznościowych w warunkach stanu wojennego. Nabyły późniejszego rozwoju badania właściwości komunikacji w sieciach społecznościowych w stanie wojennym.*

Znaczenie praktyczne. *Wyniki mogą być wykorzystane w procesie późniejszych badań w ramach naukowej dziedziny «Komunikacje współczesne». Uzyskane wyniki można skierować do późniejszych badań osobliwości komunikacji w sieciach społecznościowych w warunkach stanu wojennego.*

Słowa kluczowe: *sieci społecznościowe, komunikacja, zagrożenie informacyjne, stan wojenny.*