Polsko-Ukraińskie Studia Interdyscyplinarne
2024, nr 1 (12), s. 63–70

https://czasopisma.marszalek.com.pl/en/10–15804/pom
DOI: 10.15804/PPUSI.2024.01.06

Grzegorz Mazur
Uniwersytet Szczeciński
ORCID: 0009-0001-6172-8201
e-mail: 231059@stud.usz.edu.pl

WPŁYW MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH NA PERCEPCJĘ KONFLIKTU ROSYJSKO-UKRAIŃSKIEGO: DEZINFORMACJA JAKO NARZĘDZIE PROPAGANDY

Streszczenie: Rozwój technologiczny stwarza możliwości skuteczniejszego rozpowszechniania propagandy. Wynalezienie i udostępnienie do użytku komercyjnego Internetu zrewolucjonizowało sposób komunikacji. Celem autora jest wykazanie korelacji pomiędzy aktywnie rozwijanymi mediami społecznościowymi a stosowaną dezinformacją. Przedstawienie skutków działań propagandowych podkreśla znaczenie zainicjowanych przedsięwzięć. Twierdzeniem wyjściowym do powstania artykułu jest teza, według której media społecznościowe są areną w walce informacyjnej zwaśnionych państw. Autor w tekście analizuje techniki dezinformacyjne. Wyszczególniona została kluczowa rola mediów społecznościowych w sposobie odbioru konfliktu przez społeczność międzynarodową. Autor przedstawił pozytywne i negatywne konsekwencje działalności medialnej. Wojna pomiędzy Rosją a Ukrainą posłużyła jako studium przypadku do potwierdzenia opisywanych twierdzeń. Działalność służb obu państw wpisuje się w narrację prowadzenia aktywności dezinformacyjnej. Autor wykazał, że wraz z rozwojem technologicznym powstają nowe narzędzia, które odnajdują zastosowanie w szerzeniu propagandy. Najpopularniejsze platformy, m.in. Facebook, Instagram, TikTok, stanowią znaczący środek w zdobywaniu wiedzy na temat sytuacji międzynarodowej i znacząco przyczyniają się do kształtowania opinii społecznej. Kontrola mediów społecznościowych znajduje przełożenie w realnych działaniach w świecie rzeczywistym.

Słowa kluczowe: dezinformacja, media społecznościowe, konflikt

Grzegorz Mazur
Uniwersytet Szczeciński
ORCID: 0009-0001-6172-8201
e-mail: 231059@stud.usz.edu.pl

THE IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON THE PERCEPTION OF THE RUSSIA-UKRAINE CONFLICT: DISINFORMATION AS A PROPAGANDA TOOL

Abstract: Technological development creates opportunities for more effective dissemination of propaganda. The invention and availability of the Internet for commercial use revolutionized the way of communication. The author's goal is to demonstrate the correlation between actively developed social media and the use of disinformation. Presenting the effects of propaganda activities emphasizes the importance of the initiated initiatives. The starting point for the article is the thesis that social media are an arena in the information warfare of the warring states. The author analyzes disinformation techniques in the text. The key role of social media in the way the conflict is perceived by the international community is specified. The author presents the positive and negative consequences of media activity. The war between Russia and Ukraine was used as a case study to confirm the described claims. The activities of the services of both countries fit into the narrative of conducting disinformation activity. The author showed that along with technological development, new tools are created that are used in the dissemination of propaganda. The most popular platforms, including Facebook, Instagram, TikTok, are a significant means of gaining knowledge about the international situation and contribute significantly to shaping public opinion. Control of social media translates into real actions in the real world.

Keywords: disinformation, social media, conflict

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА НА СПРИЙНЯТТЯ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОГО КОНФЛІКТУ: ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОПАГАНДИ

Анотація: Технологічний розвиток створює можливості для ефективнішого поширення пропаганди. Винайдення та комерційне використання Інтернету революціонізували спосіб комунікації. Метою автора є показати кореляцію між активно розвиненими соціальними медіа та застосуванням дезінформації. Представлення наслідків пропагандистських дій підкреслює важливість ініційованих заходів. Вихідною тезою статті є твердження, що соціальні медіа є ареною інформаційної боротьби між ворогуючими державами. У тексті автор аналізує техніки дезінформації. Підкреслено ключову роль соціальних медіа у сприйнятті конфлікту міжнародною спільнотою. Автор також розглядає позитивні та негативні наслідки медійної діяльності. Війна між Росією та Україною слугує кейсом для підтвердження описаних тверджень. Діяльність служб обох держав вписується в наратив дезінформаційної активності. Автор показав, що з розвитком технологій з'являються нові інструменти, які знаходять застосування у поширенні пропаганди. Найпопулярніші платформи, зокрема Facebook, Instagram, TikTok, є важливими засобами отримання знань про міжнародну ситуацію та значно впливають на формування громадської думки. Контроль над соціальними медіа має безпосередній вплив на реальні дії у світі.

Ключові слова: дезінформація, соціальні медіа, конфлікт

Wstęp

Konflikt rosyjsko-ukraiński, trwający od 2014 roku, stał się jednym z najbardziej analizowanych zjawisk geopolitycznych współczesnego świata. Dynamika zmian i mnogość wydarzeń w obrębie tej konfrontacji narodziła pytania dotyczące przyszłości funkcjonowania porządku międzynarodowego. Pełnoskalowa inwazja Rosji w 2022 r. na terytoria Ukrainy nieobjęte konfliktem, doprowadziła do medialnej popularyzacji tego tematu. W dobie powszechnej cyfryzacji sposób, w jaki opisywane wydarzenia są postrzegane, jest w dużej mierze kształtowany przez środki masowego przekazu. Media społecznościowe są wykorzystywane przez ponad 5 mld ludzi na całym świecie (Petrosyan, 2024). Platformy internetowe takie jak Facebook, Twitter, Instagram czy YouTube stały się miejscami zabiegania o opinię publiczną, na których nie tylko osoby prywatne, ale również państwa i ich agendy prowadzą swoją działalność. Wykorzystanie mediów do rozpowszechniania własnych treści informacyjnych umożliwia łatwe i szybkie dotarcie do szerokiej grupy odbiorców. Publikacje niejednokrotnie zawierają w sobie elementy propagandowe. Informacja jest wtedy nieobiektywna. Jednym z głównych narzędzi w kampaniach propagandowych jest dezinformacja, której celem jest kreowanie fałszywych narracji. Przedstawione działanie ma za zadanie wzbudzać nieufność wśród odbiorców i manipulować ich postrzeganiem rzeczywistości. Rosja i Ukraina stosują różne techniki i taktyki propagandowe, w tym dezinformacje, które mają za zadanie wpłynąć na opinię międzynarodową oraz nastroje społeczne (zob. także Marszałek-Kawa, Plecka, Hołub, 2018; Marszałek-Kawa, Plecka, 2019).

Narzędzia i techniki dezinformacyjne

Jedna z najczęściej wykorzystywanych metod dezinformacji to tzw. *deepfake*. Polega na celowym modyfikowaniu filmów, zdjęć lub nagrań. Przedstawienie w mediach społecznościowych częściowo zmanipulowanych bądź całkowicie spreparowanych klipów, uwiarygadnia narracje prezentowaną przez daną stronę interesów. Obecny rozwój sztucznej inteligencji ułatwia pracę nad ingerencją w nagrania i grafiki. Manipulacje klipami utrudniają rozróżnienie treści prawdziwych od fałszywych. Rosjanie posłużyli się niejednokrotnie tą techniką. Udostępnili m.in. grafikę prezydenta Ukrainy, trzymającego koszulkę piłkarską, na której znajduje się jego nazwisko i swastyka. Zdjęcie zostało przerobione cyfrowo, zamieniając numer na nazistowski symbol. Kolejnym sposobem, którym posługują się osoby chcące rozpowszechniać dezinformacje, jest stosowanie alternatywnych platform internetowych. Wykorzystywanie mediów, w których polityka i zasady publikowania treści są liberalne, umożliwia skuteczniejsze dotarcie do planowej grupy docelowej. Słabsza kontrola wzmacnia możliwości manipulacji. Osoby rozpowszechniające fałszywe wiadomości poszukują platform, na których weryfikowalność publikowanych informacji jest nieefektywna. Brak moderatora na grupach i czatach internetowych pozwala na niemal nieograniczone publikowanie własnych treści. Szczególną popularnością cieszy się wykorzystywana w Rosji i Ukrainie platforma o nazwie Telegram (Karalis, 2024). Komunikator stworzony przez dwóch braci, którzy z pochodzenia są Rosjanami znajduje się wśród 10 najpopularniejszych sieci społecznościowych. Znikoma moderacja umożliwia udostępnianie kontrowersyjnych i brutalnych treści. Istotnym narzędziem przy promowaniu dezinformacji są również tzw. „farmy botów". W proceder zaangażowane są grupy przestępcze, stworzone lub współpracujące z służbami innych państw. Mają za zadanie tworzyć fałszywe konta internetowe lub podszywać się za innych ludzi (Markiełow, 2024). Dobrze prosperująca siatka potrafi stworzyć od kilkuset do kilku tysięcy profili dziennie. Następnie są one wykorzystywane do promowania treści dezinformacyjnych. Osoby korzystające z fałszywych profili mogą bezpośrednio udostępniać informacje, komentować, reagować lub podawać je dalej w celu zwiększenia oglądalności i dotarcia do większej liczby odbiorców. Działalność botów nie ogranicza się jedynie do promowania treści, które są dostępne publicznie. Służby wykorzystują stworzone konta do rozsyłania zawirusowanych wiadomości. Nieświadomi użytkownicy klikają w otrzymane linki, instalując na swoim telefonie, tablecie lub komputerze oprogramowanie szpiegujące lub wykradające poufne dane (Antoniuk, 2024). Jest to szczególnie niebezpieczne dla żołnierzy oraz pracowników służb. Skuteczność dezinformacji jest głównie zależna od ilości ludzi, którzy uwierzyli w prawdziwość szerzonych niedomówień i kłamstw. Uwiarygodnienie propagowanych treści jest kluczowe. Cel ten można osiągnąć m.in. poprzez opinie ekspertów. Współpraca lub opłacenie specjalistów z zakresu

określonej dziedziny zwiększa wiarygodność informacji. Weryfikacja treści nie zawsze jest łatwą sprawą. Dezinformacja może być szerzona poprzez zmyślone opinie fałszywych ekspertów bądź dane statystyczne, które nie mają odzwierciedlenia w rzeczywistości. Siatki odpowiedzialne za rozpowszechnianie treści zmanipulowanych lub nieprawdziwych, tworzą w Internecie nieistniejące agencje specjalistyczne i profile, które wzbudzają poczucie rzetelności i transparentności. Dezinformacja ma na celu dotarcie do możliwie najliczniejszego grona odbiorców. Tworzenie profili w mediach społecznościowych, które wybiją się w krótkim czasie i zyskają popularność, nie jest łatwe. Decydenci związani z szerzeniem treści propagandowych poszukują istniejących kont. Wykorzystywane są profile z dużą ilością obserwujących, które uprzednio zostały kupione lub skradzione. Innym sposobem jest współpraca z popularnymi twórcami. Influencerzy w zamian za korzyści mogą promować zmanipulowane treści wśród swoich odbiorców. Przykładem mogą być tzw. „Z-Bloggers", którzy relacjonują w mediach wydarzenia z frontu, dodatkowo zarabiając m.in. na reklamie. Do najpopularniejszych można zaliczyć Alexandra Kotsa oraz Siemona Pegowa, którzy mają kilkusettysięczną widownię na Telegramie (Atanesjan, 2023).

Rola mediów społecznościowych w percepcji konfliktu rosyjsko-ukraińskiego

Wraz z rozwojem technologicznym zmieniał się obraz wojny na przestrzeni wieków. Metody walki ewoluowały dzięki implikacji najnowszych rozwiązań inżynieryjnych. Inwazja na Ukrainę jest jednym z najpoważniejszych konfliktów w XXI w. Walki toczą się na wielu płaszczyznach, a mocarstwa światowe uważnie obserwują działania wojenne, próbując przystosować własne systemy do potencjalnego kryzysu. Jedną z tych sfer jest Internet. Globalna komunikacja cyfrowa umożliwia dotarcie do odbiorców oddalonych o tysiące kilometrów od epicentrum wydarzeń. Wykorzystywanie sieci do rozpowszechniania informacji umożliwia przedstawienie własnego punktu widzenia oraz przekonania opinii międzynarodowej do prezentowanej narracji. Jest to kwestia niezwykle istotna ze względów m.in. ekonomicznych, gospodarczych i prawnych. Żadne państwo na świecie nie jest samowystarczalne i jego funkcjonowanie jest uzależnione od umów bilateralnych oraz multilateralnych. Uznanie w opinii międzynarodowej za agresora może doprowadzić do wypowiedzenia kontraktów, sankcji, a w konsekwencji do upadku. Wygranie walki informacyjnej jest jednym z komponentów sukcesu w całej wojnie. Według badań czytanie wiadomości w social mediach jest jedną z najpopularniejszych aktywności, którą deklaruje 76% użytkowników (Larson, 2024). Wynika z tego, że niemal 4 miliardy ludzi na całym świecie czerpie wiedzę o aktualnościach z platform takich jak Facebook, Instagram czy TikTok. Dotarcie do tak licznej społeczności, w relatywnie prosty sposób, pozwala na przedstawienie i przekonanie do własnej percepcji konfliktu. Trwająca wojna pomiędzy Rosją, a Ukrainą jest pod wieloma względami wyjątkowa. Jednym z charakterystycznych aspektów jest możliwość dokumentacji cyfrowej podejmowanych działań. Zarówno żołnierze, jak i cywile posiadają urządzenia uwieczniające obraz m.in. telefony, aparaty, kamery lub tablety. Relacje na temat wydarzeń na terenie Rosji i Ukrainy mogą przedstawiać prywatne stacje informacyjne za sprawą korespondentów wojennych, jednostki rządowe oraz obywatele zamieszkujący tereny objęte konfliktem. Udostępnianie zdjęć i filmów wywołuje zarówno pozytywne, jak i negatywne konsekwencje dla każdej ze stron. Jedną z podstawowych funkcji jest granie na emocjach. Pierwsze dni Inwazji w 2022 r. przyniosły wiele nagrań i zdjęć krążących po wszystkich mediach społecznościowych ukazujących walki, wybuchy i kolumny wojsk. Opinia międzynarodowa była niemal jednomyślna i większość państw potępiło rosyjską agresję. Zorganizowano wiele zbiórek i akcji pomocy humanitarnej dla broniącego się państwa. Służby ukraińskie skrzętnie wykorzystywały tę sytuację i w kolejnych tygodniach, udostępniały treści wzbudzające emocje m.in. zdjęcia masakry w Buczy lub komunikat obrońców z Wyspy Węży. Wzbudzanie uczuć wśród społeczności międzynarodowej pozostawiło nieprzerwane zainteresowanie trwającymi wydarzeniami. Ludność cywilna zamieszczała również w mediach społecznościowych zdjęcia i nagrania wojsk rosyjskich. Armia ukraińska skrzętnie wykorzystywała te informacje w celu lokalizowania, dokumentowania i reagowania na ruchy przeciwnika. Udostępnione materiały mogą w przyszłości posłużyć jako dowód w sprawach przed trybunałem międzynarodowym lub prokuraturami krajowymi (Karalis, 2024). Media społecznościowe, które niewątpliwie wpływają na opi-

nię międzynarodową, są również wykorzystywane do sabotowania działań przychylnych Ukrainie. Materiały wstawiane przez strony konfliktu doprowadzają do szumu informacyjnego. Przesyt relacji wywołuje u odbiorcy konsternację i wahania w percepcji rzeczywistości. Propaganda rosyjska udostępnia materiały zarówno prawdziwe, jak i zmanipulowane, żeby osoba niezwiązana bezpośrednio z wojną miała wątpliwości i kwestionowała faktyczny stan zdarzeń. Niepewność w połączeniu z innymi czynnikami (powstawanie nowych konfliktów, problemy życia codziennego) doprowadza do zjawiska „zmęczenia Ukrainą" (Karalis, 2024). Ludzie pomimo świadomości tragedii rozgrywającej się na wschodzie Europy, wykształcają w sobie umiejętność życia z tą świadomością, bez usilnej potrzeby niesienia pomocy. Rosja poprzez swoje kampanie dezinformacyjne w mediach społecznościowych dąży do polaryzacji świata. Zabiega o uwagę szczególnie państw afrykańskich. Swoją argumentację motywuje kwestiami historycznymi, przedstawiając Ukrainę jako reprezentanta Europy zachodniej, która dąży do neokolonializmu (Rodkiewicz, 2023). Rosja wykorzystuje popularne w Afryce platformy m.in. WhatsApp i Twitter do szerzenia swoich narracji. Oskarża Ukrainę, która była jednym z głównych eksporterów zbóż o zaprzestanie dostaw i wywołanie głodu. Rola mediów obejmuje również przeciwdziałanie dezinformacji. Posty zgłoszone przez użytkowników mediów społecznościowych, w których zawarte są treści propagandowe, są skrupulatnie weryfikowane. Udostępnianie treści edukacyjnych m.in. wyjaśniających etiologię konfliktu, kształtuje świadome środowisko, które ciężej zmanipulować. Moderowanie i współpraca z organizacjami takimi jak EDMO, które zajmują się wykrywaniem fałszywych informacji, demaskuje przypadki naruszeń regulaminu. Podejmowane działania powinny być kontynuowane i rozszerzane o nowe mechanizmy walki z dezinformacją, która wciąż istnieje w przestrzeni mediów społecznościowych.

Wnioski

Media społecznościowe stały się areną rywalizacji Rosji i Ukrainy. Walka o przychylność i uznanie w oczach opinii międzynarodowej dla własnych działań oraz dyskredytacja przeciwnika stała się jednym z najważniejszych celów obu państw. Najpopularniejsze platformy społecznościowe mają miliony aktywnych użytkowników, których światopogląd może być zniekształcany poprzez środki propagandowe. Wykorzystywanie technik dezinformacyjnych przyczynia się do wzrostu nieufności i niepewności wśród użytkowników sieci. Wykrycie fałszywych narracji jest nieporównywalnie trudniejsze niż ich kreowanie. Dementowanie raz powielonej informacji jest możliwe, lecz pozostawia po sobie ślad zwątpienia. Media społecznościowe stały się jednym z najpotężniejszych środków kształtowania opinii i są jednym z czynników decydujących o wyniku wojny.

Вступ

Російсько-український конфлікт, що триває з 2014 року, став одним із найбільш досліджуваних геополітичних явищ сучасного світу. Динаміка змін і велика кількість подій у межах цього протистояння породили питання щодо майбутнього функціонування міжнародного порядку. Повномасштабне вторгнення Росії в 2022 році на території України, які раніше не охоплював конфлікт, сприяло медійній популяризації цієї теми. У добу цифровізації спосіб, у який сприймаються описані події, значною мірою формується засобами масової інформації. Соціальні медіа використовуються понад 5 мільярдами людей у всьому світі (Петросян, 2024). Такі інтернет-платформи, як Facebook, Twitter, Instagram та YouTube, стали місцем формування громадської думки, де не лише приватні особи, а й держави та їхні агенції ведуть свою діяльність. Використання медіа для поширення власного інформаційного контенту дозволяє легко і швидко досягати широкої аудиторії. Публікації часто містять пропагандистські елементи, що робить інформацію суб'єктивною. Одним із основних інструментів у пропагандистських кампаніях є дезінформація, мета якої – створювати фальшиві наративи. Такі дії покликані викликати недовіру серед аудиторії та маніпулювати її сприйняттям реальності. Росія та Україна використовують різні техніки і тактики пропаганди, зокрема дезінформацію, яка спрямована на вплив на міжнародну думку та суспільні настрої

(побачити теж Marszałek-Kawa, Plecka, Hołub, 2018; Marszałek-Kawa, Plecka, 2019).

Інструменти та техніки дезінформації

Одним із найпоширеніших методів дезінформації є так званий «deepfake», що полягає у навмисній модифікації відео, зображень або записів. Використання у соціальних медіа частково змінених або повністю сфабрикованих кліпів надає достовірності наративу, який представляє конкретна сторона конфлікту. Сучасний розвиток штучного інтелекту полегшує роботу з втручанням у записи та графіку. Маніпуляція кліпами ускладнює розрізнення правдивих та фальшивих матеріалів. Росіяни неодноразово використовували цей метод, поширюючи, наприклад, зображення президента України з футбольною футболкою, на якій нанесене його прізвище та свастика. Це фото було відредаговане таким чином, що замість номера на ньому було зображено нацистський символ. Іншим способом поширення дезінформації є використання альтернативних інтернет-платформ. Використання медіа з ліберальною політикою та правилами публікації контенту дозволяє ефективніше досягати цільової аудиторії. Менший контроль сприяє розширенню можливостей для маніпуляцій. Ті, хто поширюють фейкові новини, шукають платформи з недостатньою перевіркою опублікованої інформації. Відсутність модератора у групах та інтернет-чатах дозволяє практично необмежене поширення власних матеріалів. Особливою популярністю користується платформа Telegram, яку активно використовують як у Росії, так і в Україні (Karalis, 2024). Цей месенджер, створений двома братами російського походження, входить у десятку найпопулярніших соціальних мереж, і слабка модерація дозволяє розповсюджувати контроверсійний та жорстокий контент. Важливим інструментом просування дезінформації є також так звані «farmy botów». У цей процес залучені злочинні групи, створені або такі, що співпрацюють зі спецслужбами інших держав. Їхнє завдання – створювати фейкові інтернет-акаунти або видавати себе за інших людей (Markiełow, 2024). Ефективна мережа здатна створювати від кількох сотень до кількох тисяч профілів щодня, які використовуються для просування дезінформаційних матеріалів. Власники фейкових профілів можуть безпосередньо публікувати інформацію, коментувати, реагувати чи поширювати її, збільшуючи охоплення та вплив на аудиторію. Діяльність ботів не обмежується лише просуванням публічних матеріалів. Спецслужби використовують створені акаунти для розсилання шкідливих повідомлень. Непоінформовані користувачі натискають на отримані посилання, встановлюючи на свої телефони, планшети чи комп'ютери шпигунські програми або програми, що викрадають конфіденційні дані (Antoniuk, 2024). Це особливо небезпечно для військових і працівників спецслужб. Ефективність дезінформації значною мірою залежить від кількості людей, які повірили в правдивість поширюваних напівправд і брехні. Надання правдоподібності пропагованому контенту є ключовим. Цього можна досягти, зокрема, через думки експертів. Співпраця або оплата фахівців у певній галузі підвищує достовірність інформації. Перевірка контенту не завжди є легкою справою: дезінформація може поширюватися через вигадані думки фальшивих експертів або статистичні дані, які не відповідають дійсності. Мережі, відповідальні за поширення маніпулятивних або фейкових матеріалів, створюють в Інтернеті вигадані спеціалізовані агентства та профілі, що викликають відчуття достовірності та прозорості. Мета дезінформації – охопити якомога більшу аудиторію. Створення профілів у соціальних медіа, які швидко здобувають популярність, не є простим завданням. Особи, залучені до просування пропагандистських матеріалів, шукають існуючі акаунти. Використовуються профілі з великою кількістю підписників, які попередньо були придбані або викрадені. Іншим методом є співпраця з популярними блогерами. Інфлюенсери можуть просувати маніпулятивний контент серед своїх підписників за винагороду. Наприклад, так звані «Z-Bloggers» висвітлюють у медіа події з фронту, додатково заробляючи, зокрема, на рекламі. Серед найвідоміших можна назвати Alexander Kots та Siemon Pegow, які мають сотні тисяч підписників на Telegram (Atanesjan, 2023).

Роль соціальних медіа в сприйнятті російсько-українського конфлікту

З розвитком технологій упродовж століть змінювалося й сприйняття війни. Методи ведення бою

еволюціонували завдяки новітнім інженерним рішенням. Інвазія на Україну є одним із найсерйозніших конфліктів XXI століття. Бойові дії ведуться на багатьох рівнях, а світові держави уважно стежать за перебігом воєнних подій, намагаючись адаптувати власні системи до можливих кризових ситуацій. Однією з таких сфер є інтернет. Глобальна цифрова комунікація дозволяє донести інформацію до людей, віддалених на тисячі кілометрів від епіцентру подій. Використання мережі для розповсюдження інформації дозволяє представити свою точку зору і переконати міжнародну спільноту у правильності своєї позиції. Це питання є надзвичайно важливим із економічних, господарських та правових міркувань. Жодна країна у світі не є самодостатньою, і її функціонування залежить від двосторонніх та багатосторонніх угод. Визнання у міжнародній спільноті як агресора може призвести до розірвання контрактів, санкцій і, зрештою, до економічного краху. Виграш в інформаційній війні є однією з ключових складових успіху у всьому конфлікті. Згідно з дослідженнями, читання новин у соціальних мережах є однією з найпопулярніших активностей, яку зазначають 76% користувачів (Larson, 2024). Це означає, що майже 4 мільярди людей у всьому світі дізнаються про події з таких платформ, як Facebook, Instagram або TikTok. Можливість охопити таку величезну аудиторію відносно простим способом дозволяє представити і переконати у своїй версії конфлікту. Поточна війна між Росією та Україною є у багатьох аспектах унікальною. Одним із характерних моментів є можливість цифрової документації подій. І солдати, і цивільні особи мають пристрої для зйомки, такі як телефони, камери, фотоапарати чи планшети. Інформацію про події в Росії та Україні можуть передавати приватні інформаційні служби через військових кореспондентів, державні установи і громадяни, які проживають на територіях, охоплених конфліктом. Публікація фотографій і відео має як позитивні, так і негативні наслідки для кожної зі сторін. Одна з основних функцій – гра на емоціях. Перші дні вторгнення у 2022 році принесли багато записів та фото, які розповсюджувалися у соціальних медіа, показуючи бої, вибухи та колони військ. Міжнародна спільнота була майже одностайною, і більшість країн засудили російську агресію. Було організовано багато зборів і акцій гуманітарної допомоги для захищеної держави. Українські служби вміло використовували цю ситуацію і протягом наступних тижнів публікували емоційні матеріали, зокрема фото різанини у Бучі або повідомлення захисників з острова Зміїний. Викликання почуттів серед міжнародної спільноти підтримало постійний інтерес до поточних подій. Цивільне населення також розміщувало в соціальних мережах фотографії та відео російських військових. Українська армія вміло використовувала ці дані для відстеження, документування та реагування на пересування ворога. Опубліковані матеріали можуть у майбутньому стати доказами в судових процесах міжнародного або національного рівня (Karalis, 2024). Соціальні медіа, що однозначно впливають на міжнародну думку, також використовуються для підриву дій, прихильних до України. Матеріали, опубліковані сторонами конфлікту, призводять до інформаційного шуму. Надмір новин викликає у реципієнта здивування і сумніви у сприйнятті реальності. Російська пропаганда поширює як правдиві, так і маніпулятивні матеріали, щоб у людини, яка безпосередньо не пов'язана з війною, виникали сумніви та підозри щодо реального стану справ. Невпевненість у поєднанні з іншими факторами (виникнення нових конфліктів, повсякденні проблеми) призводить до явища «втоми від України» (Karalis, 2024). Люди, усвідомлюючи трагедію на сході Європи, вчаться жити з цим усвідомленням, не відчуваючи нагальної потреби допомагати.

Росія, використовуючи свої дезінформаційні кампанії в соціальних мережах, прагне до поляризації світу, особливо намагаючись привернути увагу африканських країн. Свою аргументацію вона підкріплює історичними темами, представляючи Україну як представника західної Європи, яка прагне до неоколоніалізму (Rodkiewicz, 2023). Росія використовує популярні в Африці платформи, зокрема WhatsApp і Twitter, щоб поширювати свої наративи, звинувачуючи Україну, одного з основних експортерів зерна, у припиненні поставок і створенні голоду.

Роль медіа також включає протидію дезінформації. Публікації, позначені користувачами соціальних мереж як пропагандистські, ретельно перевіряються. Поширення освітніх матеріалів, наприклад, які пояснюють етіологію конфлікту, формує свідоме середовище, яке складніше маніпулювати.

Модерація та співпраця з організаціями, такими як EDMO, що займаються виявленням фейкових новин, викривають випадки порушення правил. Зусилля, спрямовані на протидію дезінформації, мають бути продовжені та розширені новими механізмами боротьби з фейками, що все ще існують у просторі соціальних медіа.

Висновки

Соціальні мережі стали ареною суперництва між Росією та Україною. Боротьба за прихильність і визнання в очах міжнародної спільноти для власних дій та дискредитація противника стали одними з найважливіших цілей обох держав. Найпопулярніші соціальні платформи мають мільйони активних користувачів, світогляд яких може бути спотворено через пропагандистські засоби. Використання технік дезінформації сприяє зростанню недовіри і невпевненості серед користувачів мережі. Виявлення фальшивих наративів є безпорівняно складнішим, ніж їх створення. Спростування раз поширеної інформації можливе, проте залишає після себе слід сумніву. Соціальні мережі стали одним із найпотужніших засобів формування громадської думки та є одним із факторів, що визначають результат війни.

Bibliografia

1. Antoniuk, D. (2024, 13 czerwca). *Two Ukrainians suspected of helping Russia spread propaganda, hack military phones*. URL: https://therecord.media/bot-farm-raids-zhytomyr--dnipro-ukraine (dostęp: 10 października 2024).
2. Atanesjan, G. (2023, 2 września). *Ukraine war: Putin influencers profiting from war propaganda*. URL: Ukraine war: Putin influencers profiting from war propaganda (bbc.com) (dostęp: 13 października 2024).
3. Cybersecurity and Infrastructure Security Agency. (2022, 18 października). *Tactics Of Disinformation*. URL: Tactics of Disinformation (cisa.gov) (dostęp: 6 października 2024).
4. Demagog. (2022, 19 marca). *Dezinformacja wokół wojny w Ukrainie. Światowe narracje i trendy*. URL: Dezinformacja wokół wojny w Ukrainie. Światowe narracje i trendy (demagog.org.pl) (dostęp: 8 październik 2024).
5. European Digital Media Observatory. (2022, 11 marca). *The five disinformation narratives about the war in Ukraine*. URL: The five disinformation narratives about the war in Ukraine – EDMO (dostęp: 3 października 2024).
6. Karalis, M. (2024, 2 lutego). *The Information War: Russia-Ukraine Conflict Through the Eyes Of Social Media*. URL: Russia-Ukraine War Through the Eyes of Social Media |GJIA (georgetown.edu) (dostęp: 5 października 2024).
7. Larson, S. (2024, 26 marca). *Social Media Users 2024 (Global Data & Statistics)*. URL: https://prioridata.com/data/social-media-usage (dostęp: 11 października 2024).
8. Markiełow, M. (2024, 1 października). *I investigated millions of tweets from the Kremlin's 'troll factory' and discovered classic propaganda techniques reimagined for the social media age*. URL: I investigated millions of tweets from the Kremlin's 'troll factory' and discovered classic propaganda techniques reimagined for the social media age (theconversation.com) (dostęp: 13 października 2024).
9. Marszałek-Kawa, J., Plecka, D. (red.) (2019). *The Dictionary of Political Knowledge*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
10. Marszałek-Kawa, J., Plecka, D., Hołub, A. (red.) (2018). *Social Security. Selected Aspects*. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.
11. Petrosyan, A. (2024, 10 października). *Worldwide digital population 2024*. URL: https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide (dostęp: 12 października 2024).
12. Rodkiewicz, W (2023, 7 kwietnia). *Antykolonialny sojusz z Globalnym Południem. Nowa „Koncepcja polityki zagranicznej Federacji Rosyjskiej"*. URL: Antykolonialny sojusz z Globalnym Południem. Nowa „Koncepcja polityki zagranicznej Federacji Rosyjskiej" (osw.waw.pl) (dostęp: 13 października 2024).
13. Serwis Rzeczypospolitej Polskiej. (2023, 19 września). *Walka z dezinformacją w mediach społecznościowych: O czym należy wiedzieć*. URL: Walka z dezinformacją w mediach społecznościowych: O czym należy wiedzieć? – 5G: sieci telekomunikacyjne nowej generacji – Portal Gov.pl (www.gov.pl) (dostęp: 7 października 2024).