

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Кієво-Могилянська академія»
Факультет соціальних наук і соціальних технологій
Могилянська школа журналістики

Магістерська робота

Освітній ступінь – магістр

на тему: **«Конспірологічне мислення в розповсюдженні
дезінформації про пандемію COVID-19 та війну проти
України російськими медіа»**

Виконала: студентка 2-го року навчання,
спеціальності 061 Журналістика

Козлова Олександра Валеріївна

Керівниця: Романюк В. С.
кандидатка наук з культурології, доцентка

Рецензент _____

Магістерська робота захищена
з оцінкою _____

Секретар ЕК _____
«_____» _____ 2023р.

Київ 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. Конспірологічне мислення. Теорія запланованої поведінки.	
1.1. Визначення дезінформації. Конспірологічне мислення.....	4
1.2. Теорія запланованої поведінки	13
1.3. Теорія запланованої поведінки в медіа-дослідженнях	16
Висновки до Розділу 1	17
РОЗДІЛ 2. Конспірологічне мислення як основа дезінформації про пандемію та війну в Україні	
2.1. Ковід-конспірологія та антивакцинаторський рух в Росії	19
2.2. Поширення російської дезінформації в умовах війни проти України	27
2.3. Наративи російської пропаганди у антивакцинаторському русі та у війні проти України.	30
Висновки до Розділу 2	36
РОЗДІЛ 3. Емпірична частина	
3.1. Методологія.....	37
3.2. Результати.....	45
Висновки до Розділу 3	56
ВИСНОВКИ	58
Список використаних джерел	61
ДОДАТКИ	68
ДОДАТОК А	68
ДОДАТОК Б	69
ДОДАТОК В	74

ВСТУП

Поширення онлайн-медіа спричинило зростання кількості інформації, яку ми отримуємо щодня. З однієї сторони, ця тенденція покращила обмін знаннями та зв'язок у всьому світі, але також створила нові канали для поширення неправдивої інформації, що стає інструментом для маніпулювання та здійснення впливу на громадську думку. Саме тому використання методів дезінформації деякими політичними елітами для розпалювання заворушень і маніпулювання громадською думкою є однією з найбільш негативних сучасних тенденцій у сфері засобів масової комунікації, особливо в контексті поточної загарбницької війни Росії проти України. Таким чином, за допомогою цього дослідження ми хочемо висвітлити складну мережу теорій змови, які виникли в російських дезінформаційних кампаніях, зокрема щодо триваючої війни проти України та спалаху коронавірусу.

Останніми роками дослідження російські медіа привернули багато уваги через звинувачення у поширенні політичної дезінформації та пропагандистських меседжів. Зважаючи на велику різноманітність видів дезінформації, одним з таких можна також виділити поширення теорій змов чи конспірологій. Як й інші види дезінформації, теорії змови часто використовуються в цих кампаніях для досягнення конкретних геополітичних цілей, створення внутрішньої підтримки та дискредитації країн-конкурентів. Як приклад цього, поширення пандемії коронавірусу та триваюча війна в Україні дали російським дезінформаційним ЗМІ багатий ґрунт для поширення теорій змови з метою виправдання своєї загарбницької політики.

Зважаючи на ці особливості сучасного медіа-простору Росії, до якого долучається не лише влада, але й звичайні користувачі, це дослідження має на меті поглибити знання про проблематику, пов'язану з дезінформацією в

поточному інформаційному середовищі, досліджуючи область конспірологічних історій у російських медіа дезінформації.

У наступних розділах цього дослідження розглядатимуться історичне підґрунтя, теоретична база, методи, висновки та розгалуження теорій змови, пов'язаних із спалахом коронавірусу та конфліктом в Україні, які поширені в російських каналах дезінформації. Ми прагнемо дослідити глибшу природу російської дезінформації її можливі наслідки для суспільного дискурсу, політичну стабільність і міжнародні відносини за допомогою контент-аналізу у третьому розділі.

Об'єкт: Російська дезінформація та конспірологія на прикладі коронавірусу та війни проти України.

Предмет: Телеграм-канали як засіб розповсюдження дезінформації та конспірології на прикладі коронавірусу та війни в Україні.

Завдання:

1. Розглянути застосування теорії запланованої поведінки в дослідженнях з медіа-поведінки.
2. Розглянути дезінформаційні\конспірологічні наративи російських медіа у війні проти України та під час пандемії COVID-19.
3. Порівняти конспірологічні наративи обох подій в російських Телеграм-каналах.

Метод: контент-аналіз російськомовних антивакцинаторських Телеграм-каналів.

Структура роботи: робота містить вступ, два теоретичних розділі та один емпіричний з висновками та додатками.

РОЗДІЛ 1. Конспірологічне мислення. Теорія запланованої поведінки.

1.1. Визначення дезінформації. Конспірологічне мислення.

Питання дезінформації та інформації як засобу протистояння стало складною проблемою на початку 21 століття з розвитком інформаційних технологій. Оскільки суспільство все більше покладається на онлайн-платформи та соціальні медіа як основні джерела новин та інформації, маніпуляції та спотворення фактів досягли безпрецедентних висот, створюючи значну загрозу демократичним процесам, громадській довірі та глобальній стабільності.

У дослідженні дезінформації переважно фігурують два визначення: фейк (від англ. fake, неправда) та дезінформація. Визначення фейкових новин стосується навмисно сфабрикованої або неправильно поданої інформації (мізінформації), представленої як правдиві новини, тоді як дезінформація охоплює ширший спектр неправдивого або оманливого вмісту, включаючи пропаганду, конспірологію, та чутки. Не уся дезінформація розповсюджується владою; її небезпека також полягає у розповсюдженні дезінформації звичайними користувачами. Ці інформаційні методи використовують соціальні зв'язки у сучасних комунікаційних технологіях та вірусні здатності цифрових мереж, часто націлюючись на сприятливу аудиторію (так звані інформаційні бульбашки), щоб впливати на громадську думку, посилювати розбіжності або досягати політичних, економічних чи ідеологічних цілей. Таким чином, наслідки поширення фейкових новин і дезінформації виходять далеко за рамки індивідуальних упереджень, впливаючи на політичну атмосферу, соціальний настрій та навіть міжнародну безпеку.

Одним із аспектів дезінформації як політичного інструменту є здатність інформації психологічно впливати на цільову аудиторію. При цьому, психологічний аспект впливу на суспільну думку має значення як на

локальному, так і на глобальному рівні. З початку минулого століття дослідження медіа почали робити своїм дослідницьким фокусом здатності медіа застосовувати різні прийоми впливу на громадський настрій, у тому ж числі, включаючи пропаганду. Ці інструменти стали більш складними та здатними до впливу на міжнародні аудиторії із розвитком технологій моментальної комунікації.

Отже, ми можемо визначити дезінформацію як будь-яку неправдиву інформація. У той же час, деякі дослідники стверджують що фейкова інформація може бути лише підтипом дезінформації, метою створення якої є здійснення інформаційної маніпуляції щодо реципієнта, також імітуючи формат новин [Tandoc, 2019, с. 2]. Як ми вже зазначили раніше, цифрові платформи наразі стали популярними ресурсами для отримання інформації щодо будь-якої теми. Оскільки поширення інформації відбувається набагато швидше саме через інтернет, велика кількість неправдивих новин та дезінформації може поширюватися із використанням соціальних мереж, переслідуючи різні цілі починаючи від фінансових до політичних здобутків [Shu, Wang, Lee, Liu, 2020, с. 2]. Саме тому у нашому дослідженні ми використовуємо аналіз інтернет-простору як середовище розповсюдження дезінформаційних меседжів в різних контекстах.

Значне поширення дезінформації може шкодити суспільству в усіх її проявах. По-перше, дезінформація здатна впливати не тільки на соціальний настрій, але й підривати довіру читачів (користувачів) до інституцій медіа. Наприклад, під час президентських виборів у Сполучених Штатах Америки (саме тоді і поширився термін “фейкові новини”) 2016 року фейкові новини були найбільш вірусним контентом та ширше поширювалися у Facebook, ніж підтверджена інформація [Shu, Wang, Lee, Liu, 2020, с. 2]. По-друге, дезінформація має на меті маніпулятивне переконання користувачів прийняти упереджені або хибні переконання заради певної вигоди окремих

суспільних еліт. Наприклад, у 2013 році вартість акцій на 130 мільярдів доларів була знижена за лічені хвилини після повідомлення Associated Press (AP) про вибух, який начебто поранив Барака Обаму [Foster, 2013, с. 1] [Shu, Wang, Lee, Liu, 2020, с. 2]. Тоді інституційне медіа повідомило, що акаунт новинної агенції у Twitter був зламаний хакерами. По-третє, дезінформація трансформує те, як люди відносяться до справжніх новини, перешкоджаючи здатності користувачів відрізнити правду та користуватися раціональною логікою (зважаючи на те, що дезінформація також часто поширюється із маркерами емоційного впливу для більш ефективного сприйняття інформації).

У нашому дослідженні ми можемо визначити дезінформацію як абсолютно підроблену або просто неточну інформацію, яка навмисно поширюється з метою введення в оману (часто в маніпулятивних цілях), у той час коли мізінформацію можна визначити як певний неправдивий вміст, який поширюється особою, яка не усвідомлює, що інформація є неправдивою [Shu, Wang, Lee, Liu, 2020, с. 2]. У наших подальших розділах ми будемо користуватися терміном “дезінформація”.

У сучасному контексті загарбницької війни Росії проти України та інформаційного протистояння, окремо варто дослідити поняття «пропаганда». Саме визначення «пропаганда» з'явилося після заснування папою Григорієм XV Конгрегації поширення віри, однак досліджуватися почало набагато пізніше у період після Другої світової війни. Зважаючи на старе походження явища пропаганди, одним з найбільш ранніх прикладів цього феномену є преамбула до Зведення законів Хаммурапі, в якій було написано, що вони створені для встановлення рівноправ'я та справедливості в у суспільстві, а також для захисту малозаможних верств населення. При цьому, згідно з пізніми дослідженнями істориків, переважно було спрямовано саме на ідеологічну підтримку заможних груп суспільства за рахунок бідних людей.

З точки зору політичного інформаційного впливу, пропагандою можна вважати поширення інформацій, що мають вплинути на політичній настрій та переконання населення, часто — через потужні емоційні стимули. За видами та ступенями цього впливу розрізняють білу, сіру та чорну пропаганду. Біла пропаганда визнається джерелами інформації, які займаються її розповсюдженням (найменш небезпечна). У “сірій” пропаганді джерела не називаються та залишаються невідомими. Чорна пропаганда поширюється як інформація, яку начебто було опубліковано іншим джерелом, що є неправдою.

Щоб краще зрозуміти, яку роль масова інформація грає в поширеннях пропагандистського впливу, варто окремо описати психологічні механізми того, чому та як користувачі довіряють неправдивій інформації. Наприклад, це питання досліджувалося у праці Н. Фітцпетріка, який визначає такі пункти [Fitzpatrick, 2017, с. 53]. По-перше, наполегливість у власній позиції та упередженість (або приналежність до інформаційної бульбашки) можуть зіграти дуже велику роль у тому, як користувач буде відноситися до тої чи іншої інформації. У контексті дезінформації про коронавірус та вакцинації від різних хвороб, матеріал американського журналіста Карі Рома у виданні «Атлантика» 2014-го року є дуже влучною ілюстрацією цієї теорії. Ця праця полягала у тому, що людей, які були занепокоєні проблематикою негативних наслідків вакцинації від грипу, запевнили у тому, що вакцинація є абсолютно безпечною [Cari, 2014]. Що цікаво, це аж ніяк не переконало противників вакцинування, які залишилися при своїй позиції упередження.

Н. Фітцпетрік також зазначає, що така «наполегливість віри» посилюється, якщо індивіди інтегрують ці вірування у свої знання [Fitzpatrick, 2017, с. 53]. Також, в поточний період «постправди», коли неправдива інформація розповсюджується ментально, позбутися негативних ефектів дезінформації здається майже неможливим. З цих

причин, наразі ми перебуваємо в епоху підвищеного рівня інформаційного ризику.

Також варто відзначити, що межа між маніпулятивним впливом та звичайним переконанням (чи об'єктивною інформацією) часто не є чіткою і може залежати від контексту: адже те, що може здаватися пропагандистським чи маніпулятивним меседжем для однієї людини, може здаватися об'єктивною правдою для інших [Павлов, 2018]. Разом із тим, важливо зазначити що патерни маніпулятивних стратегій у контексті впливу набувають систематичних характеристик, таких як:

1) емоційний вплив на цільову аудиторію для генерування ситуації панічного настрою та моральної нестабільності;

2) формування у цільових аудиторій потрібних політичних настанов і орієнтирів шляхом упровадження в суспільну свідомість контенту під виглядом об'єктивної інформації;

3) надання матеріалу у формі об'єктивних фактів до відома громадськості для розробки основних політичних орієнтирів і керівних принципів для цільових аудиторій;

4) створення цінності цілей інформаційного маніпулятора для цільової аудиторії [Павлов, 2018].

Отже, основними методами дезінформації в ЗМК (засобах масової комунікації) є:

1. Подача некоректної, або ж завідома неправдивої інформації, з метою інтеграції певних цінностей у суспільство, або ж досягти певного емоційного ефекту для кращого сприйняття потрібних наративів.

2. Підтримка стереотипного світогляду, що проявляється у спрощенні реальності, у тому ж числі через узагальнення. Для цього також необхідно повторювати меседжі пункту №1 для досягнення послідовності в підтримці інформаційного потоку для цільової аудиторії.

Яскравим результатом застосування такого методу є феномен «спіралі мовчання», уперше описаний німецькою політологинею Е. Ноель-Нойман [Noelle-Neumann, 1980]. Він полягає у тому, що користувач буде з більшою зацікавленістю виражати свою позицію, якщо буде впевненим у тому, що його підтримає його соціальне оточення. Навпаки ж, позиція буде замовчуватися, якщо індивід переконаний у тому, що її не підтримають. Ця теорія знайшла широке застосування в медіа-дослідженнях з впливу на громадську думку та пропаганду. Наразі можна помітити, що введення ботів у соціальних мережах для створення ілюзії підтримки тих чи інших політичних позицій є яскравим вираженням цієї теорії на практиці.

3. Залякування. Як і будь-яка сильна емоція, страх можна викликати певними стимулами залякування, що притаманно людині природньо. Більш того, у сучасному суспільстві ризику з'являються більш складні та новітні форми цих стимулів [Коваленко, 2012, с. 5].

4. Замовчування чи висвітлення певних часткових, часто відірваних від контексту, фактів;

5. Постійні повтори одних і тих же меседжів, в одному контексті (також відомий як метод Геббельса);

6. Емоційне та катастрофічне забарвлення новин: чим жахливіше виглядає певна подія та її наслідки для суспільства, тим вища вірогідність отримати бажану реакцію цільової аудиторії (страх чи занепокоєння).

7. Підробка подій, створення конспірологій з приводу того, що відбувається зараз, або в історичній ретроспективі.

8. Цитування думок експертів, яких насправді не існує, сумнівних джерел, а також створення авторитетного образу (науковець чи політик).

У контексті пропаганди та політичної дезінформації, однією з цілей розповсюдження неправдивої інформації є виклик певної реакції у суспільстві на подію чи факт (частіше за все, емоційної). У цьому напрямку, багато досліджень приділяють увагу панічним настроям суспільства як результату впливу дезінформаційних ресурсів ЗМК. Отже, панічні настрої у суспільстві можуть виникати природним чином як реакція на суспільний подразник, або за залученості певних зацікавлених сторін.

Отже, у контексті впливу ЗМК на медіа-реалії, панічні настрої можна визначити як реакційний стан суспільства, яке зазнало впливу дизбалансуючих факторів (наприклад, пандемії). Таким чином, медіа можуть як спровокувати панічний настрій, так і зменшити чи посилити його перебіг у суспільстві.

Стосовно ролі ЗМІ Д. Кіллінбек окреслює кілька фундаментальних аспектів панічних настроїв. Це ідентифікація конкретного явища чи предмета, який представляється потенційно небезпечним, зображення страху в різних джерелах інформації, стимулювання негативних соціальних емоцій, ініціювання офіційного реагування та здійснення конкретних заходів з боку влади, ескалація суспільної напруженість і, зрештою, суспільні зміни, що випливають з цього, або повне зникнення початкового занепокоєння [Битюк, 2015, с. 94]. Таким чином, за даною моделлю засоби масової комунікації здатні як “формувати” джерело панічних настроїв та сам настрій, так і “підхоплювати” загальний суспільний настрій.

У контексті дезінформації ми вже згадували конспірологію та теорії змови, які також є видом спотвореної інформації, що може

розповсюджуватися з певними соціально-політичними цілями. Таким чином, терміном «теорія змови» можна назвати певний набір психоемоційних установок, спрямованих на виявлення адекватних пояснень подій у світі шляхом зосередження на реконструкції та розкритті злих задумів, які начебто здійснюють впливові люди [Douglas та ін., 2019, с. 4]. Основою конспірологічної теорії завжди є дезінформація чи феккові новини.

Теорії змови також можна описати як «непідтвержені історії, викладені як правда» [Bergmann, 2018, с. 6], у яких діяльність багатих і впливових людей має негативний відтінок. Однак, на думку деяких дослідників, застосування терміну “конспірологія” є недоречним при описанні різноманітних теорій змов, адже найчастіше суфікс “-лог” використовується в назвах наук (які оперують об’єктивними та раціональними фактами, на відміну від прихильників теорій змов).

Конспірологічні теорії та схильність їм вірити (конспірологічне мислення) є різновидом міфу, які використовуються для пояснення світу, і таким чином можуть функціонувати як інструмент для маніпуляції інтерпретації навколишнього соціально-політичного середовища. Теорії змови також часто мають схожу, стабільну структуру та патерни. Наприклад, серед таких характеристик можна визначити “злий план” третіх сторін і таємність [Byford, 2011, с. 24]. Конспірологічне мислення можна розглядати як побудову та підтримку постійно розвивається, але узгодженої ментальної репрезентації набору (часто непов’язаних) подій у світі за припущення, що вони організовані групою владних агентів [Byford, 2011, с. 24]. У дослідженнях конспірології цей феномен часто пов’язують із психологічними елементами тривожності, паніки, параної та неспокою.

Український дослідник Максим Яковлев, який видав свою книжку “Теорії змов. Як (не стати) конспірологом” після початку пандемії коронавірусу, визначає наступні особливості теорій змов:

1. Присутність таємного та злого умислу;
2. Певна прихована група, що задля досягнення своїх цілей працює над втіленням цього злого плану;
3. Припущення про те, що збігів не буває, і “випадковості” не є випадковими, що виражається у пошуці прихованих сенсів в інформаційних повідомленнях чи зображеннях.
4. Припущення про те, що усі події в світі є взаємопов’язаними, однак це не є очевидним для більшості населення. Саме тому, на думку прихильників теорій змови, головна задача останніх полягає у тому, щоб розкрити ці таємні зв’язки та “просвітити” решту людства [Яковлєв, с. 27-28].

Теорії змови можуть дуже швидко поширюватися через соціальні мережі за допомогою масового та скоординованого фабрикування фейкових новин, які гармонійно вплітаються в основні потоки новин [Sazonov, Molder, 2019, с. 97] [Nissen, 2015]. Як ми вже зазначали раніше, у ряді випадків теорії змови (як й інші види дезінформації) здатні досить успішно конкурувати із правдивими новинами, які є менш вірусними.

Також звернемо більш пильну увагу до терміну “конспірологічне мислення”. Дослідниця О. Приймак обґрунтувала термін конспірологічного мислення як ознаки комунікацій сьогодення. Вона також виділяє характерні риси такого мислення. Серед них: створення образів та емоційність та схильність до адаптування одного інформаційного меседжу до іншого [Приймак, с. 203]. Парадоксально, але конспірологічне мислення також пов’язується із наявністю критичним чи аналітичним обґрунтуванням теорії змови, як, наприклад, теорії про катастрофу 11 вересня у Сполучених Штатах містили дослідження про металеву архітектуру веж та температури горіння [Коваленко І., с. 89].

Ще один цікавий аспект, який ми би хотіли перевірити у емпіричній частині нашої роботи в контексті конспірологічного мислення — це загальні

конспірологічні уявлення. У своїй роботі М. Яковлев розповідає про підхід, який дозволяє визначити, чи існує зв'язок між підтримкою певних “локальних” теорій змов та більш глобальних — наприклад, якщо людина переконана у тому, що великий бізнес здійснює контроль над споживачами через ліки та проводить експерименти над ними без відома людей, то скоріше за все така людина також буде вірити і у інші теорії змови (наприклад, про штучність пандемії коронавірусу) [Яковлев, 2023, с. 27]. У нашій роботі ми б хотіли дослідити схожий зв'язок між конспірологією про вакцинацію та пандемію COVID-19 та теоріями змови про війну в Україні.

Розповсюдження конспірологічних теорій стають новою інформаційною зброєю, що може вдало використовуватися у певний час, в певному політичному контексті. Наприклад, під час президентства Путіна антизахідні теорії змови стали життєво важливими інструментами для мобілізації прихильників режиму та водночас для дискредитації його опонентів. Відтак теорії змови стали ефективними інструментами сучасної інформаційної війни, інструментами, які активно запроваджує Російська Федерація наразі у своїх бойових діях проти України.

1.2. Теорія запланованої поведінки.

Теорія запланованої поведінки (ТЗП) є соціально-біхевіористською теоретичною моделлю, що використовується у дослідженнях з поведінкових особливостей індивідів та можливого здійснення впливу на них. Теорія запланованої поведінки припускає, що усі індивіди роблять вибори відповідно до найбільш раціонального рішення, а також відповідно до своїх установок, суб'єктивних норм і зовнішнього контролю над поведінкою. Ці фактори не обов'язково активно чи свідомо враховуються під час прийняття рішень людиною, однак вони здатні формувати простір процесу прийняття рішень. В історичній ретроспективі використання теорії,

у 1980 році теорію виважених дій (ТВД) було перейменовано на теорію запланованої поведінки (ТЗП). Отже, найважливішим елементом цієї моделі є певний поведінковий намір, на який впливають установки щодо ймовірності того, до якого результату призведуть наші дії, а також суб'єктивна оцінка ризиків і переваг цього результату, суб'єктивний аналіз оцінки оточуючих та суспільства загалом.

Що стосується сфери застосування теорії запланованої поведінки, ТЗП стверджує, що поведінкові досягнення залежать як від мотивації (внутрішнього наміру), так і від здатності (контролю поведінки як внутрішнього так і зовнішнього). Дана теорія розділяє три типи різних переконань, які впливають на рішення індивіда: поведінкові, нормативні та контрольні. Поміж того, ТЗП складається з шести конструкцій, які разом представляють фактичний контроль людини над поведінкою.

Ставлення — стосується ступеня, до якого людина сприятливо чи несприятливо оцінює поведінку, яка її цікавить. Ставлення передбачає “передбачення” результатів виконання поведінки за допомогою механізмів внутрішнього та зовнішнього контролю.

Поведінковий намір — відноситься до внутрішніх мотиваційних факторів, які впливають на певну поведінку, де чим сильніший намір виконати певну поведінку, тим більша ймовірність, що така поведінка буде виконана.

Суб'єктивні норми – це стосується переконань щодо того, чи більшість людей схвалює чи не схвалює поведінку . Ставлення пов'язано з переконаннями людини щодо того, чи вважають її однолітки та важливі для індивіда люди, що він або вона повинні брати участь у такій поведінці. У цьому контексті ми вже згадували теорію спіралі мовчання, яка розглядає те, чи буде наша позиція засуджуватися іншими людьми. Якщо ні, то індивід з більшою вірогідністю буде схильний до виконання даного типу поведінки.

Соціальні норми — відносяться до звичайних кодексів поведінки в групі, людях або в більш широкому культурному контексті (що відрізняє їх від суб'єктивних норм). Соціальні норми вважаються нормативними, або стандартними, в групі людей.

Уявна сила – це стосується уявної присутності факторів, які можуть сприяти або перешкоджати виконанню поведінки. Уявна влада сприяє тому, що людина сприймає контроль над кожним із цих факторів.

Сприйнятій поведінковий контроль — відноситься до сприйняття людиною легкості або труднощів у виконанні цікавої поведінки. Сприйняття поведінкового контролю залежить від ситуації та дії, що призводить до того, що людина має різне сприйняття поведінкового контролю залежно від ситуації. Ця конструкція теорії була додана пізніше, що призвело до переходу від теорії виважених дій (ТВД) до теорії запланованої поведінки (ТЗП) [Stead, Tagg, MacKintosh, Eadie, 2004, с. 36].

Однак, теорія запланованої поведінки також має і свої обмеження, серед яких:

Припущення щодо того, що людина набула можливостей і ресурсів для досягнення успіху у виконанні бажаної поведінки, незалежно від наміру. Ця модель не враховує інші змінні, які впливають на поведінкові наміри та мотивацію, такі як страх, загроза, настрій або минулий досвід. Хоча вона розглядає нормативні впливи, теорія все ще не враховує екологічні чи економічні фактори, які можуть вплинути на намір людини виконувати певну поведінку.

В додачу до цього, теорія також передбачає, що поведінка є результатом лінійного процесу прийняття рішень, і не враховує, що вона може змінюватися з часом. Хоча додана конструкція уявного контролю поведінки була важливим доповненням до теорії, вона нічого не говорить про фактичний контроль над поведінкою. Теорія не розглядає часові рамки між «наміром» і «поведінковими діями». ТЗП показала більшу користь для

сфери громадської охорони здоров'я, але вона все ще обмежена через нездатність враховувати екологічні та економічні впливи. Протягом останніх кількох років дослідники використовували деякі конструкції ТЗП і додавали інші компоненти з теорії поведінки, щоб зробити її більш інтегрованою моделлю. Це стало відповіддю на деякі обмеження ТЗП у вирішенні проблем громадського здоров'я.

1.3. Теорія планованої поведінки в медіа дослідженнях.

У багатьох дослідженнях теорія запланованої поведінки використовується для опису предикторів тих чи інших біхевіористичних патернів. Серед досліджень останніх років, теорія використовувалася в розрізі прогнозування підприємницької поведінки [Kautonen, van Gelderen, Tornikoski], громадського здоров'я та безпеки [Stead, Tagg, MacKintosh, Eadie], бізнес комунікації [Cheung, To] та протидії фейковим новинам [Pundir, Devi, Nath].

Останні дослідження, такі як Karnowski et al. [2017] використовують теорію виважених дій (ТВД), щоб проаналізувати поведінку щодо поширення фейкових новин. Koohikamali та Sidorova [2017] розглядають ставлення та сприйняття користувача до ризику, віру в якість інформації та ставлення до платформ соціальних мереж як предиктори обміну інформацією на сайтах соціальних мереж. Talvar та ін. [2019] досліджували втому від соціальних медіа, соціальне порівняння та страх втратити соціальну підтримку як предиктори поведінки, пов'язаної з поширенням фейкових новин.

За Айзенем [1985], ТЗП є ефективною теоретичною основою для розуміння та пояснення поведінкових намірів людини. Відповідно до моделі, ставлення, які визначаються як позитивна чи негативна оцінка людиною участі в певній поведінці, і суб'єктивні норми, які визначаються

як переконання людини, що люди, які є важливими для індивіда, вважають що вони повинні або не повинні брати участь у певній формі поведінки. Ці оцінки також мають певну ієрархію, які мотивують індивіда більше чи менше в залежності від системи ціннісного ранжування [Fishbein та Ajzen, 1975, с. 24]. Саме тому в різних випадках мотивація індивіда підтримувати певну форму поведінки буде варіюватися в залежності від різних соціокультурних аспектів та контекстів.

Водночас, теорію аргументованих дій критикували за розгляд сприйняття певних моделей поведінки як абсолютно добровільне. Саме тому інший концепт сприйнятного поведінкового контролю (СПК), який визначається як сприйняття індивідом контролю або впевненості щодо виконання цільової поведінки, був доданий до ТВД (для формування ТЗП), та використовується у новіших дослідженнях [Pundir, Devi, Nath, 2021, с. 1111]. Зважаючи на це, оновлена версія теорії може розглядатися як основа для досліджень впливу на масову думку, у тому ж числі, в галузі медіа-досліджень.

Висновки до Розділу 1.

У цьому розділі ми визначили поняття дезінформації, інформаційної маніпуляції та їх видах. Наразі дезінформація досліджується не як поодинокий випадок надання неправдивої інформації через помилку редакції чи журналіста, однак як повноцінний інструмент міжнародної політики та виправдання агресивних дій Росії проти України. Зважаючи на велику кількість різновидів дезінформації, у подальших розділах ми будемо фокусуватися на інформаційних маніпуляціях, впливах на аудиторію та конспірологічному характері інформаційної війни Росії проти України.

Ще одним важливим елементом, що був досліджений у цьому розділі, є теорія виникнення та розповсюдження теорій змови. Ми окреслили основні характеристики конспірології як інформаційного явища та

обговорили соціально-психологічні ефекти поширення такого контенту. Один з головних висновків, які ми зробили у даному розділі та збираємося перевірити в нашій емпіричній частині, полягає у тенденції пов'язувати різні теорії змови між собою та здатність генерування нових теорій прихильниками конспірологій.

Також у цьому розділі ми розглянули застосування та критику теорії запланованої поведінки, яка досліджує фактори впливу на поведінку людини. Специфіка даної теорії дозволяє застосовувати її в галузі охорони здоров'я та управлінських відносин, однак іноді вона фігурує і в медіа дослідженнях. У такому випадку, ТЗП може застосовуватися для дослідження того, як медіа можуть формувати та впливати на поведінку індивіда. У нашому дослідженні ми застосовуємо теорію для дослідження того, як певні переконання та наративи у медіа здатні формувати ставлення до подій та світогляд — у нашому випадку, конспірологічне мислення в медіа.

РОЗДІЛ 2. Конспірологічне мислення як основа дезінформації про пандемію та війну в Україні.

2.1. Ковід-дезінформація та антивакцинаторський рух в Росії.

Пандемія коронавірусу, що розпочалася у 2020 році в усьому світі, часто розглядається в дослідженнях пропаганди та дезінформації як подія, що стала активізатором діяльності багатьох політичних груп в медіа. Наприклад, Польський інститут міжнародних відносин (PISM) повідомляє, що пандемія стала можливістю для політичних сил Китаю та Росії проводити кампанії з дезінформації, включаючи приховану чи відкриту пропанаду (яку ми розглянули раніше у Розділі 1), спрямовану на підрив репутації таких сил як Європейський Союз, НАТО та Сполучені Штати [Legucka, Przychodniak, 2020, с. 1].

За даними того ж самого PISM, кампанію інформаційного впливу Росії, пов'язану з пандемією, проводять багато організацій, включаючи державне медіа RT (колишню Russia Today), рекламування російської вакцини “Супутник” (що була розроблена у відповідь діяльності Західних країн), розвідувальні служби, Міністерство зовнішніх справ, Міністерство оборони, а також тролі, боти та фейкові акаунти [Polish Government Information Services, 2020, с. 1]. Таким чином, можемо зробити висновок про те, що до дезінформаційної кампанії Росії залучені різні рівні інформаційного впливу, від контрольованих державою до соціальних мереж і використання впливу на масових користувачів соціальних мереж.

У контексті поширення неправдивої інформації про коронавірус варто знову згадати, що британський соціолог Стенлі Коен пов'язує ситуації соціальної нестабільності із панічними настроями у суспільстві. Розглянемо цей феномен на прикладі пандемії COVID-19.

Як ми зазначали раніше, панічні настрої у суспільстві (та моральні паніки), зазвичай стосуються тих ситуацій, коли страх з приводу певної

події чи феномену не відповідає реальній погрозі. Утім, соціальний неспокій на початку 2020 року з приводу захворювання на COVID-19 не може вважатися моральною панікою, адже реальна погроза існувала.

З іншого боку, поширення шокуючої, неправдивої та конспірологічної інформації можна класифікувати як абсурдність реакції на зовнішній подразник, що отримує форму моральної паніки. Наприклад, Антонова З. О. відзначає, що під час початку пандемії коронавірусу моральна паніка виникла на самому початку через те, що “відбувається поєднання емоційних чинників і об’єктивних даних про те, що пневмонія COVID-19 має досить стрімкий характер поширення і навіть під час нетривалого контакту з людиною, що хворіє, існує ризик інфікуватися” [Антонова, 2020, с. 29-30]. Варто відмітити відсутність об’єктивної інформації та достатньої кількості досліджень (як і вакцини) на початку пандемії, що спонукало багатьох людей звернутися до альтернативних теорій лікування чи походження самого вірусу (у тому ж числі, міф про біолабораторії). Отже, недостатня кількість інформації про новий вірус могла стати причиною панічних настроїв у суспільстві.

Що стосується прикладів поширення панічних настроїв у суспільстві під час початку пандемії коронавірусу, то інтернет відіграв головну роль у встановленні стану соціального неспокою з приводу цієї проблеми. Соціальні мережі здатні посилювати емоційний ефект новин завдяки ментальності та інтерактивності контенту, та викликати негативні емоції (наприклад, відразу, шок чи страх), у порівнянні коронавірусу із іншою пандемією грипу 1917 року чи «іспанкою». Порівняння коронавірусу із більш серйозними хворобами, таких як чума, призводить до очікувань про високу статистику смертності та, як результат, панічних настроїв. Утім, такі меседжі можуть не ґрунтуватися на об’єктивних даних, що створює проблему не реальної загрози (що додає елемент моральної паніки). Ми вже говорили про те, що емоційність повідомлень у соціальних мережах можуть

посилювати суб'єктивне та більш проблематичне сприйняття інформації, як наслідок — призводити до більш негативних ефектів. Іноді необ'єктивні дані можуть подаватися як об'єктивні, що створює ілюзію правдивості. Як зазначає дослідниця З. Антонова, “серед факторів, що свідчать про розповсюдження панічних настроїв у суспільстві через пандемію можна згадати паніку на біржі 9 березня 2020 року, яка відображала відповідні очікування і настрої людей” щодо ефектів пандемії [Антонова, 2020, с. 30].

Отож, ми можемо окреслити висновок про те, що серед загальних механізмів виникнення паніки можна виокремити наступні чинники:

- наявність приводу (стимулу);
- брак інформації про подію (особливо достовірної) і водночас надлишок неперевіреної інформації з неофіційних джерел;
- Окреслення чогось як загальномасштабного, подання простої та зрозумілої усім інформації про дану проблему;
- створення умов часткової обізнаності суспільства;
- маніпулювання «вірусним» впливом, що передбачає поширення чуток і просування інформації, пов'язаної з проблемою;
- створення образу небезпеки, який накладається на загальний стан психологічної неготовності до адекватного сприйняття того, що сталося;
- емоції, явище нестабільності, неготовності до ситуації у суспільстві (соціальна аномія);
- маргіналізація, демонізація певних груп, створення контрасту між “своїми” та “чужими”.

Повернемося до питання зв'язку дезінформації та панічних настроїв. Для поширення панічних настроїв у суспільстві, або їх посилення, часто використовується дезінформація, яка у свою чергу може підхоплюватися інформаційними бульбашками різного тематичного спрямування (у тому ж числі, антивакцинаторські та конспірологічні групи).

Поняття “fake news” (фейкові новини) набуло широкого вживання у 2017 році після політичних виборів у Сполучених Штатах — саме тоді американське видання Collins назвало словосполучення виразом року [The Guardian, 2020, с. 1]. Утім, більш сучасні медіа-дослідження пропонують до вжитку термін “дезінформація”. Хоча деякі дослідження зосереджуються на дослідженні маніпуляцій ЗМІ через призму дезінформації, зокрема виключаючи термін «фейк», існують інші способи використання цих термінів.

Дослідники зазначають, що за період пандемії COVID-19 кількість дезінформації в соціальних мережах підвищилася з причин відсутності обмежених можливостей для факт-чекінгу інформації (та відсутність наукових фактів на початку пандемії), та соціальний неспокій у глобальному суспільстві, що спричинило появу великої кількості альтернативних теорій, у тому ж числі конспірологічних. Не останню роль у розповсюдженні останніх зіграли і про-республіканські, праворадикальні рухи в сучасній Америці.

Одна з нещодавніх наукових праць зробила висновок про те, що під час пандемії COVID-19 можна було спостерігати чотири основні теорії змови:

- Пов’язаність вірусу з мережами 5G та “вишками”, що пояснює китайське походження та передбачає зв’язок із китайською технологічною компанією Huawei, яка розробляє обладнання для мережі;
- походження вірусу як біологічної зброї (що належить країнам Заходу);
- вірус є абсолютним обманом для досягнення певних економічних чи політичних цілей, або ж не є більш небезпечним, ніж звичайний грип чи легка застуда;

- зв'язок вірусу із фігурою Білла Гейтса у плані розвитку глобальної системи стеження через науковий та технологічний прогреси [Shahsavari et al., 2020, с. 317].

Варто відмітити, що усі чотири теорії змови мають спільний контекст у пошуці зовнішнього ворога, а також надання йому характеристики всемогутності та можливості необмеженого контролю. Спільною характеристикою є і те, що усі вони спрямовані на “викриття” певного “зловмисного” плану, який має на меті нанести шкоду суспільству задля досягнення певних “елітних” інтересів.

Утім, пандемія коронавірусу є не єдиним прикладом в історії, коли медіа поширювали панічні настрої у суспільстві через високу статистику захворюваності. Наприклад, пандемія COVID-19 також порівнювалася багатьма дослідниками із ефектами пташиного грипу. Карантинні способи контролювання пандемії коронавірусу на початку 2020 століття визначається як традиційний спосіб реагування на хворобу (що також простежувалося із ефектом пташиного грипу на глобальне суспільство) [Антонова, 2020]. Тут також варто зазначити, що поширення останнього стало першою масовою інфекційною хворобою що отримала значне реагування не тільки серед традиційних форм медіа, а також на соціальних платформах обговорення. Наприклад, станом на 17 серпня 2007 року в всесвітній системі пошуку існувало понад 5,980,000 результатів за запитом “пташиний грип” та понад 1,720,000 за запитом “H5N1” (кодова назва хвороби) [Hellsten, 2010, с. 4]. Таким чином, пандемія коронавірусу вже стає другою пандемією в історії людства, що зазнає впливу інформаційних технологій в контексті розповсюдження суспільного настрою з приводу цієї події.

Варто зазначити, що в інтернет-просторі обговорення вірусу пташиного грипу розповсюджувало тему у трьох різних контекстах. Один із них подавав хворобу як смертельну інфекцію, яка була розроблена в

якості біологічної зброї, також прирівнювалась до екологічних катастроф та апокаліпсису. Інша група повідомлень намагалася встановити генезисний зв'язок хвороби із іншими епідеміями, що були розповсюджені на той час (наприклад, вірус Ебола чи коров'ячий сказ). Варто відзначити, що характер тої та іншої групи був подібним, адже обидва зображували пандемію як дещо фатальне, і водночас, загадкове в плані походження інфекції. Нарешті, третя група повідомлень стосується альтернативних зображень вірусу із іронічними чи саркастичними контекстами (жарти та меми стосовно хвороби).

Ще одна нова характеристика, яка об'єднує ці дві події, це приналежність обох дискурсів до медіа-простору “соціуму ризику”, оскільки повідомлення про небезпеку хвороби стають більш масовими, швидкими та, як наслідок, здатні ефективніше впливати на психоемоційний фон суспільства.

Тут варто згадати, що саме пандемії коронавірусу та пташиного грипу дали поштовх до дослідження того, як медіа зображують епідемії в соціальних та політичних науках [Ward, 2020]. Вже існує достатня кількість наукових досліджень, які обговорюють тему впливу засобів масових комунікацій на сприйняття стресових подій, у тому ж числі порівнюючи коронавірус із іншими випадками епідемій в історії людства.

Повернемося до дезінформаційних методів Росії в розрізі пандемії COVID-19. З початку пандемії в Росії поширилася значна кількість дезінформації про COVID-19, що зробило країну одним з найбільших джерел розповсюдження фейкових новин. Частина дезінформації поширюють офіційні джерела, зокрема російський уряд і державні ЗМІ, тоді як більша частина її поширюється через соціальні мережі та інші онлайн-платформи з метою впливу на звичайних користувачів з Росії чи міжнародної аудиторії. Однією з поширених дискурсів дезінформації про COVID-19 у Росії було применшення серйозності пандемії та ефективності

вакцин, що дало поштовх до розробки національної російської вакцини “Спутник”. Російські державні ЗМІ часто заявляли, що пандемію перебільшують або що вона не така смертоносна, як здається, підтримуючи основні конспірологічні наративи про розповсюдження коронавірусу.

Це повідомлення також знайшло відображення в офіційній реакції російської влади на пандемію, яку оцінювали як повільну чи неадекватну. До того ж, існують дослідження які підтверджують що спільні інформаційні атаки Китаю та Росії мали на меті “довести”, що санкції західних країн перешкоджають адекватним реакціям цих країн на коронавірус та виконання відповідних “гуманітарних” та “медичних” місій [Jozwiak, 2020, с. 1]. Іншою поширеною темою дезінформації про COVID-19 у Росії є поширення неперевіраних або небезпечних методів лікування вірусу. Наприклад, на початку пандемії російські державні ЗМІ пропагували використання гідроксихлорохіну для лікування COVID-19, навіть попри відсутність наявності верифікованих досліджень про користь та ефективність цього засобу.

Окремо необхідно згадати відповідь російської влади на розробку західних вакцин, таких як “Файзер” чи “Модерна”. Розробка власної вакцини “Спутник”, яка за логікою мала б підтримуватися російським населенням як відповідь “ворожому Заходу”, теж стала фігурувати у російській конспірології. Наразі існує значна кількість теорій змови та дезінформації щодо розробки вакцин проти COVID-19 у російському медіа-просторі, включаючи російську вакцину «Спутник». Деякі з цих теорій змови стверджують, що вакцина небезпечна або неефективна, тоді як інші припускають, що вона є частиною ширшої змови західних держав з метою підірвати політичну та медичну “могутність” Росії. Загалом поширення дезінформації про COVID-19 у Росії ускладнило стримування пандемії та поставило під загрозу життя багатьох людей, і не тільки росіян, але й по усьому світу. Росія також займається розповсюдженням дезінформації у

англомовному просторі, що стверджує її вплив на західне суспільство, у тому ж числі за допомогою конспірології.

У контексті поширення панічних настроїв у суспільстві, важливо шукати точну та надійну інформацію з надійних джерел, а для урядів і медіа-організацій – брати на себе відповідальність за протидію дезінформації та просування точної інформації про пандемію, що можна було спостерігати в країнах Європи та Україні. Загалом, враховуючи характеристики поширення інформації про коронавірус в Росії, можна виділити її наступні особливості:

Дезінформація про вакцини. Відомо, що російська пропаганда поширює дезінформацію про вакцини проти COVID-19, зокрема заяви про їхню неефективність, занепокоєння щодо безпеки або теорії змови про приховані наміри їх розробки [Ferenčik, 2022; Patel et. al., 2020].

Звинувачення західних держав. Російська пропаганда часто намагається перекласти провину за пандемію COVID-19 на західні країни, припускаючи, що вони створили вірус або навмисно поширили його, щоб підірвати Росію чи інших геополітичних противників. Наприклад, раніше за повідомленням американських службовців, Росія проводила інформаційну кампанію для підриву репутації Файзеру та інших анти-коронавірусних вакцин західного походження [Gordon, 2021, с. 1].

Підрив довіри до інституцій. Російські кампанії з дезінформації можуть бути спрямовані на підрив громадської довіри до міжнародних організацій, таких як Всесвітня організація охорони здоров'я (ВООЗ), шляхом сумніву в їхніх мотивах, процесах прийняття рішень або незалежності [Ferenčik, 2022]. Натомість, Росія намагається встарновити свій авторитет як на політичній арені, так і в сфері медичних розробок.

Пропаганда альтернативних методів лікування. Пропагандистські наративи можуть пропагувати недоведені або альтернативні методи

лікування COVID-19, іноді супроводжуються необґрунтованими твердженнями про їхню ефективність.

Теорії змови. Ще до того, як COVID-19 було визнано пандемією, російські державні сили також підтримували міфи про небезпеку 5G, що також вплинуло на розповсюдження теорій змов про походження та рівень небезпеки коронавірусу [Grimes, 2021, с. 3]. Це частково підтверджує наше припущення що прихильники одних теорій змов також здатні підтримувати й інші — особливо якщо вони стосуються однієї тематики.

2.2. Поширення російської дезінформації в умовах війни проти України.

Російське вторгнення в Україну у 2022 році, підкріплене інформаційною пропагандою, стало переломним моментом у сучасній геополітиці. “Однією з фундаментальних ідей, на яких будується вся суспільна ідеологія російської влади, є ідея «русского мира», коріння якої сягає русоцентричних історичних течій” [Петришин, 2022, с. 353]. Росія має історію поширення спотвореної інформації та формування наративів війни через державні ЗМІ. Такі канали, як RT (раніше Russia Today) і Sputniknews, зазнали критики за поширення дезінформації та пропаганду проросійської позиції. Щоб схилити громадську думку та спричинити розбрат в Україні, Росія використовувала стратегії гібридної війни, такі як поширення дезінформації та наративів про негативний вплив Заходу на політичну ситуацію в Україні. Історія часто використовувалася російською пропагандою для підтримки її діяльності в Україні. Зокрема, це передбачає висвітлення однакової культурно-історичної спадщини Росії та України, відстоювання ідеї єдиної слов'янської ідентичності, представлення української влади як фашистської чи ворожої Росії.

У російській пропаганді до початку російської агресії в Україні Ігор Петренко виділяє три її основні напрями: формування позитивного іміджу

Росії та її політики; формування негативного іміджу геополітичних опонентів Російської Федерації та міжнародних партнерів України; поширення деструктивних інформаційних повідомлень про події в Україні [Петренко, 2022, с. 1]. Як зазначає Г. Петришин, ще одною додатковою формою російської пропаганди є переписування української історії [Петришин, 2022, с. 353]. Таким чином, вже зараз можна побачити певні спільності у змісті розповсюдження дезінформації Росією як в контексті загарбницької війни проти України, так і пандемій.

Утім, форма подання дезінформації все ж таки може різнитися через різну природу обох подій. У випадку пандемії, “навмисність умислу” у розповсюдженні вірусу не було доведено, у той час як військова агресія Росії проти України є як фактом історичним, так і реалією сучасності. Таким чином, Іваненко В. та Філіповіч В. називають три основні прийоми пропаганди РФ, які країна використовує у теперішній війні проти України: перевантаження інформацією, новини у майбутньому часі (наприклад, стаття із заголовком “Росія побудує 100 літаків”) та метод хибної більшості (узагальнення мас, наприклад, “ліберали”, “народ”, “західники”) [Іваненко, Філіповіч, 2022, с. 1060-1062]. Таким чином, російська пропаганда у контексті пандемії та під час війни проти України може бути схожою в узагальненнях (наприклад, проти країн Європи), однак буде мати різну форму та різні уособлення ворогів (спрямування медичної сфери проти спрямування політичної сфери).

Зростання соціальних медіа, яке суттєво змінило те, як люди дізнаються новини, також суттєво змінило те, як громадськість взаємодіє із різноманітними засобами масової комунікації та фактами про війну в Україні. Незважаючи на те, що Росія заблокувала Twitter, а російський суд заборонив Facebook і Instagram, аудиторія соціальних медіа в російських ресурсах зберігається переважно по всьому світу, тож не тільки серед росіян [Pavlik, 2022, с. 8]. Цікаво відмітити те, що російська влада блокує лише ті

ресурси, які не відображають офіційну позицію влади Кремля. Наприклад, платформа Rumble, яка відома своїми користувачами, що переважно належать до право-радикальних груп в Америці та консерваторів, так і не була заблокована у Росії [Pavlik, 2022, с. 8].

Громадськість практично в усьому світі дуже зацікавлена в політичних новинах, а також у неправдивій та оманливій інформації завдяки соціальним медіа та поляризації думок, тому схожі аудиторії зазвичай керуються думками один одного. Однак такі платформи як Ютуб чи Фейсбук на міжнародному рівні обмежили пов'язаний з Росією контент на своїх платформах, намагаючись зупинити російську дезінформацію [Dwoskin et al., 2022, с. 1]. Також саме на цих платформах активно діють групи та медіа з факт-чекінгу (перевірки інформації на достовірність), так само як і українські та незалежні медіа.

Таким чином, для російської пропаганди у загарбницькій війні проти України характерні наступні характеристики:

Історичний ревізіонізм. Російська пропаганда поширює наративи, які спотворюють історичні події та применшують або заперечують агресію Росії в Україні. Йдеться про спроби виправдати дії Росії чи звинуватити Україну у війні.

Демонізація українського та західних урядів. Пропагандистські наративи часто зображують український уряд як нелегітимний, корумпований або в ньому домінують ультраправі екстремісти, що має на меті дискредитувати та підірвати його легітимність на міжнародній арені.

Інформаційна війна. Російська пропаганда використовує тактику дезінформації, таку як поширення неправдивих наративів, маніпулювання зображеннями та відео, а також використання тролів і ботів для емоційного та масового посилення ефекту своїх повідомлень.

2.3. Наративи російської пропаганди у антивакцинаторському русі та у війні проти України.

З огляду на пропагандистську кампанію проти України та західних держав, дезінформаційні та конспірологічні наративи Росії зберігають певну сталість упродовж усіх років української незалежності. За ствердженнями Уеслі Р. Моя і Кацпер Градона, Росія продовжить використовувати кампанії з дезінформації проти Заходу, зокрема проти виборчих процесів [2020, с. 5]. Мета полягає в підриві легітимності демократичного уряду шляхом загострення суспільних розбіжностей, зокрема расових, політичних, ідеологічних та релігійних відмінностей.

Розповсюдження критики уряду і негативних повідомлень може потенційно маніпулювати аудиторією Сполучених Штатів та інших країн. Російська дезінформація не обов'язково має на меті встановити неправду, а замість цього забруднює дискурс, щоб спонукати населення сумніватися в правді та об'єктивних фактах [Richey, 2017, с. 1]. Також однією з особливостей наративу російської пропаганди у війні проти України є ствердження, що розповсюджується багатьма російськими користувачами в соціальних мережах, про суб'єктивну реальність війни та неможливість знати "усі правду".

У порівнянні наративів російської пропаганди у зв'язку з коронавірусом та війни проти України можна знову звернутися до соціальних ефектів, які спричинені тією та іншою подією, адже як пандемія коронавірусу, так і війна проти України викликало стан соціального неспокою та панічних настроїв, що дає змогу припустити про схожість ефектів обох подій. Також, в обох інформаційних дискурсах, що розповсюджуються російськими медіа, є схожі характеристики конспірологічного мислення.

Ми вже зазначали про те, що медіа та дезінформація може грати різну роль у поширенні панічних настроїв у суспільстві: включаючи головну та

проміжну, коли засоби масової комунікації можуть посилювати та знижувати ефект події на настрій суспільства.

Повернемося до дослідника панічних настроїв у суспільстві Стенлі Коена. Отже, за його словами ЗМІ можуть здійснювати вплив на громадський настрій та думку згаданими нижче техніками:

1. Надання фокусу певній події чи факту, фреймінг та організація порядку денного, що дозволяють медіа та владі звернути увагу суспільства на певну проблему. Нагнітання панічного настрою не починається з емоцій, натомість для цього спочатку потрібна інформаційна основа, яка створить привід для негативних емоцій або шоку у суспільстві.
2. Надання панічного відтінку у ЗМІ стосовно події (використання шоківих елементів, нагнітання страху та негативних емоцій) для емоційного фідбеку аудиторії.
3. Організація офіційних заяв влади [Cohen, 1972].

Таким чином, описуючи цю модель через призму мілітаризованого російського суспільства, його поточний медіа-простір можна описати через наступні характеристики:

Пропаганда та демонізація ворога. Іваненко В. та Філіповіч В. зазначають, що логічна проблематичність російської пропаганди у переконанні населення продемонструвала свою неефективність ще з часів коронавірусу та необхідності вакцинації населення. “Вся потужність федерального мовлення не тільки не допомогла підвищити рівень вакцинації серед суспільства, але також перетворила невелику маргінальну меншість противників вакцинації, на досить впливовий масовий рух.” [Іваненко, Філіповіч, 2022, с. 1058] Однак, цікаво що російський уряд через свої контрольовані державою ЗМІ відіграв значну роль у формуванні суспільного сприйняття війни в Україні. ЗМІ зображують Україну як ворожу та небезпечну країну, часто наголошуючи на наявності

фашистських елементів та просуваючи ідею змови проти Росії, яку підтримує Захід.

Націоналізм і патріотизм. Конфлікт в Україні викликав почуття націоналізму в російському суспільстві. Оскільки уряд поширює наративи, які зображають Росію як захищає свої інтереси та етнічних росіян в Україні, він створив моральну паніку навколо ідеї захисту нації від зовнішніх загроз. Також російська пропаганда відома тим, що обґрунтовує повномасштабне вторгнення на територію України захистом російського населення проти “фашистів” чи “нацистів”, прирівнюючи свою діяльність до протистояння режим нацистської Німеччини під час подій Другої світової.

Сприйняття впливу Заходу. Війна в Україні супроводжується ширшим наративом втручання Заходу та посягання на інтереси Росії. Це сприйняття підживлює моральну паніку щодо західних цінностей, лібералізму та ймовірної ерозії традиційної російської культури та цінностей як в поширенні фейкової інформації про коронавірус, так і у війні проти України. Саме тому в наративах російської пропаганди дуже часто зустрічаються елементи гомофобії, трансфобії та навіть релігійності.

Стеження та державний контроль. Російський уряд використав війну в Україні для посилення контролю над суспільством і обмеження поширення альтернативних думок, так само як і створення “власної”, російської вакцини “Супутник” для обмеження впливу Заходу.

Мобілізація та волонтерство. Війна в Україні призвела до сплеску волонтерства та формування мілітаристських формувань у Росії як протистояння так званому “нацистському режиму” в Україні. Цей процес також підбурується російськими медіа та соцмережами, які публікують заклики до мобілізації населення та пропагування необхідності воювати проти українців.

Отож, на кожному з цих етапів медіа можуть певним чином посилювати ефект панічних настроїв створюючи картину пандемії та війни

в Україні як дещо, що загрожує російському суспільству. Так, ЗМІ можуть використовувати різні види маніпулювання інформацією, посилюючи тривожність, ворожнечу між групами, знаходячи інший предмет обговорення, або навіть об'єднуючи обидва контексти війни в Україні та пандемію коронавірусу (див. Розділ 3).

Повертаючись до теорії запланованої поведінки (ТЗП), поведінка індивідів має вплив трьох факторів, таких як: ставлення, суб'єктивні норми та уявний контроль поведінки.

Ставлення. Люди, які виступають проти вакцин, можуть мати негативне ставлення до вакцинації, вважаючи, що вакцини неефективні, небезпечні або непотрібні. Вони можуть поширювати теорії змови або дезінформацію про вакцини, що може спонукати населення відмовлятися від вакцинації. Так само, особи, залучені до поширення російської пропаганди, можуть мати погляди, які відповідають політичним цілям російського уряду. Вони можуть вірити, що їхні дії служать національним інтересам, просувають певний наратив або захищають російський суверенітет. Вакцинація російським “Супутником” також розглядається як механізм захисту “національної” медицини в Росії.

Суб'єктивні норми. На людей, які виступають проти вакцин, може впливати їхнє соціальне коло, зокрема друзі, родина чи онлайн-спільноти, які поділяють подібні переконання, а також російські медіа. Вони можуть відчувати, що оточуючі підтримують їхню позицію проти вакцин, що посилює їхню опозицію. Так само, особи, залучені до поширення російської пропаганди, можуть відчувати почуття лояльності або обов'язку щодо своєї країни, керуючись уявними суспільними нормами. Вони можуть вважати, що їхні дії підтримуються або навіть очікуються впливовими особами, урядом чи ЗМК. Тут варто знову пригадати модель “спіралі мовчання” Ноель-Нойман. Нагадаємо, що вона передбачає замовчування тих позицій, які, як ми очікуємо, не отримають широкої підтримки у суспільстві,

натомість спонукаючи нас підтримувати ідеї, що буде підтримувати більшість як в нашому соціальному колі, так і суспільстві в цілому.

Уявний контроль поведінки. Особи, які виступають проти вакцин, можуть відчувати контроль над своїм рішенням відмовитися від імунізації. Вони можуть вірити, що мають доступ до альтернативної інформації про здоров'я, особисту автономію або можливість уникнути вакцин різними способами. Індивіди, залучені до поширення російської дезінформації у війні проти України, так само можуть мати відчуття контролю над своїми діями, враховуючи доступність онлайн-платформ, анонімність і потенційний вплив їхніх повідомлень. Вони також можуть вірити, що можуть впливати на громадську думку, формувати наративи та маніпулювати інформацією відповідно до своїх цілей.

Хоча в наративах, які використовує російська пропаганда у війні проти України, і російської дезінформації під час пандемії COVID-19 може бути певна схожість, важливо зазначити, що контексти та конкретні наративи відрізняються. Наприклад:

Теми. Російська пропаганда у війні проти України зосереджується на зображенні українського уряду, військових і націоналістичних рухів як агресорів, водночас підтримуючи сепаратистські рухи на сході України. Російська дезінформація під час пандемії COVID-19 націлена на глобальну аудиторію та часто має на меті підірвати довіру до західних інституцій, особливо тих, хто бере участь у реагуванні на пандемію, таких як ВООЗ або виробники вакцин. Таким чином, також різняться характери описів “зовнішніх ворогів” в обох ситуаціях, хоча й зберігається образ “загрози ззовні”.

Історичний контекст. Російська пропаганда у війні проти України часто використовує прийом альтернативної історії, спотворюючи факти або заперечуючи агресію Росії в Україні починаючи з 2014 року. Вона має на меті виправдати дії Росії, представивши їх як оборонні або необхідні для

захисту російськомовного населення. Російська дезінформація під час пандемії COVID-19 не має прямого історичного контексту. Однак він часто впливає на існуючу геополітичну напруженість і настрої, спрямовані проти США чи Європи, зображуючи західні держави відповідальними за пандемію або маніпулюючи нею у власних інтересах.

Цілі кампанії. Російська пропаганда у війні проти України прагне утвердити вплив Росії в регіоні, підірвати суверенітет України та інтеграцію із Заходом, а також зберегти контроль над стратегічно важливими територіями, такими як Крим. Російська дезінформація під час пандемії COVID-19 мала на меті посіяти підірвати довіру до західних інституцій і потенційно отримати геополітичні переваги, використовуючи глобальний хаос на початку пандемії та контраст між російською ідеологією та медіа-простором західних країн.

Канали поширення. Російська пропаганда у війні проти України поширюється через різні канали, включаючи контрольовані державою ЗМІ, платформи соціальних медіа та онлайн-форуми, які симпатизують російським наративам, включаючи звичайних користувачів. Російська дезінформація під час пандемії COVID-19 також поширювалася через контрольовані державою засоби масової інформації та платформи соціальних мереж. Однак в інформаційному впливі щодо агресії проти України Росія також може використовувати існуючі конспірологічні спільноти та мережі для розширення свого охоплення, у той час коли зацікавленою стороною антивакцинаторського руху є лише самі спільноти.

Отже, певна кількість дезінформаційних російських наративів, що розповсюджувалися Росією з приводу вакцинування та пандемії коронавірусу також збігаються з наративами Росії у контексті загарбницької війни проти України ще з початку анексії Криму та АТО. Наприклад, вакцина російського походження “Супутник” подається як відповідь на реакцію західних країн на пандемію, зображуючи вакцини європейського

чи американського походження як недостатньо безпечні. Таким чином, розповсюдження анти-західних наративів набуло ширшої форми під час пандемії коронавірусу, та отримало підкріплення під час війни проти України.

Висновки до Розділу 2.

У цьому розділі ми розглянули основні принципи дезінформаційних кампаній, що стосуються вакцинації та походження пандемії коронавірусу. Не останню роль в розповсюдженні цих меседжів зіграла російська пропаганда як на рівні державних ЗМІ, так і соціальних мережах. Ми також розглянули основні російські наративи, що використовуються в інформаційній підтримці російської агресії проти України і визначили, що деякі наративи співпадають із дезінформаційними повідомленнями, що стосуються коронавірусу. Оскільки такі співпадіння існують на рівні державних пропагандистських медіа, у нас є підстави припустити, що такий характер подання контенту в обох випадках залишається схожим і для більш локальних медіа-систем (антивакцинаторські спільноти). Саме тому даний теоретичний розділ є основою для емпіричної частини нашого дослідження.

У даному теоретичному розділі ми також застосували модель теорії запланованої поведінки у висвітленні російськими медіа (як державними, так і дописами користувачів у соціальних мережах) поточних подій в Україні та пандемії коронавірусу. Ми проаналізували інформаційні особливості створення медіа-повідомлень в Росії щодо війни в Україні та коронавірусу через призму цієї моделі, і дійшли висновку про те, що параметри ставлення (особиста оцінка індивіда), суб'єктивних норм (уявлення про оцінку оточуючих) та уявного контролю (створення інформаційного простору як встановлення власного контролю над дискурсом) є подібними. Утім, залишаються відмінними параметри змісту, геополітичного та історичного контексту, каналів поширення.

РОЗДІЛ 3. Емпірична частина.

3.1. Методологія.

У дослідженнях впливу медіа на громадську думку та настрої останнім часом особливо активно використовується контент-аналіз. Основною ціллю використання цього методу є дослідження патернів та закономірностей у повторенні наративів певної політичної системи та аналіз очікуваної реакції аудиторії. Так як метод контент-аналізу застосовується як кількісний метод дослідження, визначення таких патернів відбувається за допомогою кодувальних схем, визначення категорій та субкатегорій [Noelle-Neumann, 1980].

Також існують різні види контент-аналізу в залежності від цілей дослідження чи дослідницьких питань. Наприклад, дискурс-аналіз досліджує використання семіотичних технік подання матеріалу, що мають на меті вплинути на сприйняття реципієнтом певних позицій та встановлення соціальних очікувань поведінки та міркування. Цей метод дослідження застосовується якісницьким способом.

Контент-аналіз, кількісний метод, теж може здійснювати аналіз впливу тексту на світогляд користувачів та ціннісні установки читачів, однак має відмінний підхід через наявність аналізу структурних особливостей медіа-меседжу. Необхідно зазначити, що для досягнення максимально об'єктивного результату у медіа-дослідженні варто застосовувати за можливістю обидва підходи, що ми і намагаємося зробити у нашому дослідженні.

Що стосується історії застосування даного методу, першим прикладом використання контент-аналізу як методу вивчення фреймінгу подій, що висвітлюють різні інформаційні джерела, працю 1930 року Ю. Вудворда.

Дослідник застосував метод контент-аналізу для дослідження різних іноземних ранкових газет та зробив висновок про різноманітність позицій різних медіа у висвітленні одних і тих же новин [Костенко, 2003, с. 50]. Існує інша класифікація контент-аналізу, згідно з поизцією А. Джорджа, яка має наступні види: кількісний аналіз, якісний аналіз (дискурс), та соціально-критичний аналіз [George, 2009].

Варто зазначити, що в наукових дослідженнях кількісний та якісний аналізи текстів має більш ширше застосування (як наразі у нашому дослідженні), у той час коли метод соціально-критичного аналізу медіа-матеріалів являє собою більш ідеологічний метод, а тому не має кейсів наукового застосування. Саме тому у нашій роботі ми пропонуємо звернути увагу на кількісний та якісний методи дослідження. Перший фіксує присутність або відсутність певної категорії (субкатегорії), у той час як другий займається дослідженням їх частоти.

Що стосується інших класифікацій контент-аналізу, визначають додатково прямий та непрямий контент-аналіз. Як і в кількісному контент-аналізі, прямий аналіз передбачає фіксацію “очевидних” патернів, що згадуються у текстовому матеріалі, які можуть мати лише одну інтерпретацію та є об’єктивними. У порівнянні із цим, непрямий контент-аналіз зазвичай займається дослідженням дискурсу та пошуком маніпулятивних (тобто, прихованих) категорій змісту, що можуть непрямим чином впливати на реципієнта [Костенко, 2003, с. 51].

Вибір методу залежить від дослідницького запитання, а також від сфери в якій науковець планує дослідження. Наприклад, контент-дослідження проводиться не лише журналістами чи дослідниками медіа, а також політологами, маркетологами, соціологами та істориками. Зважаючи на це, мета дослідження може варіюватися. До того ж, існує думка про те,

що об'єктом дослідження в таких роботах варто зазначати не текст чи медіа, а саме людські переконання та суспільну свідомість.

З-поміж класичних методів контент-аналізу варто також зазначити і більш новий метод комп'ютерного аналізу, що застосовується за підтримки програм та софтверу для обробки великої кількості контенту (у тому ж числі візуальних зображень). Однак, для нашого дослідження має значення не лише частота застосування певних ключових слів чи лексикони, але й також соціокритичний аспект подання інформації, саме тому ми надаємо перевагу ручній обробці результатів дослідження.

До того ж, до слабких сторін комп'ютерного аналізу часто відносять поверхневу інтерпретацію лексичних форм. Однак, він може бути дійсно корисним у аналізі тих медіа-меседжів, де використання чітких термінів не має жодної амбівалентності та може бути оброблено за допомогою машинних технологій. Однозначність виразів та візуальних символів є основною вимогою для застосування даного методу. Звісно, цей метод може також комбінуватися із методами, які вже були зазначені в цьому Розділі раніше.

Отже, для дослідження нашого питання ми будемо застосовувати змішаний метод контент-аналізу із кількісним та якісним підходом. Основним аргументом в підтримку цього підходу є те, що ми займаємося дослідженням інформаційних маніпуляцій, що часто є прихованим та неочевидним для машинної обробки. Звісно, в нашому пошуковому аналізі можуть міститися слова-маркери, однак вони є дуже амбівалентними та можуть використовуватися у різних контекстах (як конспірологічних, так і новинних). Це пояснює необхідність у застосуванні як кількісної методології (із аналізом кількості меседжів), так і якісницької (з урахуванням контексту та очікуваним ефектом повідомлення).

Російські Телеграм-канали: їх роль у поширенні дезінформації

Запущений у 2013 році, Телеграм (Telegram) це хмарна програма обміну повідомленнями для мобільних і настільних комп'ютерів, зосереджена на безпеці та швидкості. Месенджер Телеграм має 55,2 мільйона активних користувачів щодня та 700 мільйонів активних користувачів на місяць, що приблизно на 230% більше, ніж у 2019 році [World Population Review, 2023]. База користувачів складається з 58,6% чоловіків та 41,4% жінок, а середній користувач витрачає 2,9 години на Телеграм щомісяця [World Population Review, 2023]. У 2022 році країною-лідером за кількістю скачувань платформи стала Індія з 70.48 млн нових користувачів [World Population Review, 2023].

Таким чином, ми могли б зробити першочерговий висновок про достатньо високу популярність платформи, особливо серед російських користувачів. Важливо відмітити, що платформа також є популярною у країнах Європи, особливо в Естонії, Німеччині, Литві та Латвії, що робить месенджер зручним комунікаційним каналом для поширення інформації для європейської цільової аудиторії. Телеграм відомий не тільки як месенджер; натомість, соціальна мережа містить велику кількість інформаційних каналів, які публікують новини чи іншу інформацію.

Саме тому у багатьох медіа-дослідженнях соціальна мережа Телеграм фігурує як один з найбільших каналів поширення дезінформації зважаючи на особливості комунікаційної платформи. Наприклад, існує дослідження сучасного медіа-контексту у країнах Європи, яке визначило що месенджери (такі як Facebook Messenger та Whatsapp) мають позитивний вплив на розповсюдження конспірологічних теорій (які, як ми вже визначили у Розділі 1, є складовою дезінформації) [Theocharis та ін., 2021], однак дослідження не має згадок про месенджер Телеграм. Згідно з іншим дослідженням, найбільша різниця між прокремлівськими та антикремлівськими характеристиками спостерігається у відношенні до

вакцин та протестів, що свідчить про те, що прокремлівські користувачі особливо схильні брати участь у будь-якій поляризаційній діяльності. У цьому дослідженні науковці зробили висновок про те, що активність користувачів прокремлівської позиції як у спільнотах антивакцинування, так і в антилокдаун-спільнотах вища приблизно у 51 раз, на відміну від акаунтів, що займають більш нейтральну політичну позицію, що свідчить про сильну згуртованість і мобілізацію цих акаунтів [Jagunowski, 2022, с. 1]. Можемо з цього зробити припущення, що мобілізація таких акаунтів також підтримується політичними елітами в Росії чи Сполучених Штатах, для яких така ідеологічна діяльність акаунтів є вигідною в контексті створення ілюзії масовості певних думок чи позицій.

Цікаво, що в контексті конспірологічного мислення антивакцинаторських груп в соціальній мережі Телеграм у більшості випадків існує один, чітко визначений “ворог”, якому вигідна вакцинація населення. Таким же схожим чином здійснюється і розповсюдження конспірологічних меседжів, які можуть репрезентувати інтереси певних еліт.

Наприклад, згідно з дослідженням, запропонованим українськими дослідниками, поширення негативного ставлення до вакцинації населення не є результатом поширення теорій змови з “невизначеним замовником”; насправді ж, таке ставлення часто має конкретних промоутерів і виконавців [Захарченко та ін., с. 686]. Це може бути побічним ефектом кампаній, спрямованих на інші проблеми. Неузгодженість інформації про імунізацію, непослідовність у повідомленнях про вакцини призводить до вагань щодо вакцини та підривання довіри до джерел офіційної інформації про COVID-19.

Раніше минулого року “Детектор Медіа” запропонував власну методологію аналізу проросійських Телеграм-каналів. До проросійських каналів «Детектор медіа» відносить будь-який з українського сегменту

Telegram, контент якого відповідає одному або кільком із наступних критеріїв (сумарно):

- Канали, які поширюють дезінформаційні повідомлення та контент, який відповідає наративам і повідомленням російської пропаганди; (5 та більше дописів, що підтримують наративи російської пропаганди проти України починаючи із 24 лютого 2022 року);
- Ті платформи, що цитують російські та проросійські ЗМІ, канали у Телеграм, блогерів та ресурси, пов'язані з російськими спецслужбами, політиками, колабораціоністами та окупаційною владою без критичного осмислення та аналізу; (знову ж таки, якщо аналітики виявили п'ять і більше таких постів серед контенту каналу);
- Імітують українські інформаційні канали, але в контенті використовуються лексичні маркери, характерні для російського пропагандистського контенту;
- Поширювати контент каналів, назва яких містить літери «Z», «V», «O» та інші маркери, слова з російського військового глосарію (наприклад, «денацифікація» або «СВО») без критичного осмислення та аналізу (якщо аналітики виявили п'ять і більше таких постів серед контенту каналу) [Детектор Медіа, 2022].

Згідно з оцінками соціологів, поширення дезінформації в Україні Росією почалося задовго до повномасштабного загарбницького, і вийшло далеко за межі політики, починаючи з того, що Росія запровадила медіа-кампанію, щоб поширити сумніви щодо вакцини проти COVID-19 та відповіді України на пандемію за рік до війни [Phillips, 2022, с. 1]. Як ми вже зазначали у Розділі 1, термін «теорія змови» стосується набору розумових та емоційних установок, спрямованих на виявлення адекватних пояснень подій у світі шляхом зосередження на реконструкції та розкритті злих задумів, які здійснюють впливові люди [Douglas та ін., 2019, с. 4].

Зважаючи на стабільність структури теорій змов, які підтримуються російською пропагандистською діяльністю, ми можемо виділити певні маркери, за якими дезінформацію можна розглядати як конспірологію, що поширюється російськими каналами у Телеграм: наприклад, розглядання західних країн як ворожої сторони, що має на меті знищити російський народ за допомогою пандемії, вакцин, або ж використовуючи війну в Україні (начебто “провокуючи” державу-агресорку).

Розглянувши, як однакові типи образного міркування використовувалися знову і знову під час COVID-19, ми помітили, що те ж саме сталося в конструюванні активного дискурсу про російсько-українську війну. Повторний наявність образних міркувань підтверджує структуру і показує, що конспірологи використовують ті самі категорії для класифікації подій, незалежно від контексту або конкретних наслідків.

Варто зазначити, що схоже дослідження вже було проведено пізніше цього року, але дослідник фокусувався на англомовних Телеграм-каналах. Дослідник виявив, що конспірологічні канали мають спільний наратив у описі так званої “пандемії”, що начебто була організована Білом Гейтсом, та зображують В. Путіна як “героя”, який рятує світ від катастрофічних наслідків політик Заходу. Наприклад, у телеграм-каналі ULTRA Pepe Lives Matter було публіковано інформацію про те, що війна між Росією та Україною є другою частиною «пандемії», організованої Біллом Гейтс і Путін “зміг” допомогти запобігти бактеріологічній катастрофі (див. Додаток А). Пост також створює альянс між Д. Трампом, В. Путіним і Ц. Сі [Terracciano, 2023, с. 68]. Слова “пандемія” досить часто використовується як російськими, так і американськими радикальними спільнотами, роблячи акцент на зображенні пандемії коронавірусу як спланованої стратегії, найчастіше західними країнами для утвердження в світовому “домінуванні”. Повернемося до цього пізніше.

Серед основних конспірологічних теорій, які використовуються російською агендою виділяють:

а) Американські теорії змови. Одним із таких є постійне висвітлення конференції “Більдерберзького клубу”, щорічного зібрання політичних, корпоративних і медійних лідерів, заснованого в 1954 році для сприяння співпраці між США та західноєвропейськими країнами. Теорії змови зображують зустріч, де учасники збираються за закритими дверима, що додає контекст секретності події. Як наслідок, однією з основних гіпотез, що критикують елітний характер міжнародної політичної та фінансової систем, є змова “Більдербергів”. За словами Алекса Джонса, одного з прихильників теорії, який зробив це твердження в ефірі RT, Більдербергська група створює “єдиний світовий корпоративний фашистський уряд” для панування в усьому світі [Yablokov, 2015, с. 308].

б) Теорії змови проти Росії. Російські новини або все, що має вплив на Росію, дуже детально висвітлюється в ефірі RT. Ці репортажі представлені з явно «російської» точки зору, що викликає критику та звинувачення західних журналістів і політиків у пропаганді. У відповідь керівництво RT виправдовує дивний ухил своїх репортажів тим, що було необхідно представити альтернативну точку зору на Росію у світлі мейнстріму та відверто спотвореного нарративу західних ЗМІ [Bullough, 2013; Yablokov, 2015, с. 309].

Отож, нашими гіпотезами є: 1) Для російських антивакцинаторних спільнот характерне конспірологічне мислення.

2) Якщо канал розповсюджує конспірологічні меседжі, пов'язані з однією тематикою, автори також будуть схильні підтримувати інші конспірологічні теорії.

3) Канали, що публікують інформацію про біолабораторії в Україні, робили це і до повномасштабного вторгнення Росії.

4) Конспірологічні меседжі є схожими для опису обох подій.

3.2. Результати.

Обґрунтування методології та вибірки

Раніше у Розділі 3 ми вже обговорювали різні підвиди контент-аналізу та методів дослідження дискурсів медіа. Серед них ми зазначили кілька видів контент-аналізу, а саме кількісний, якісний та соціально-критичний. Разом із цим, ми також дійшли висновку про те, що для отримання найбільш точних результатів найкращим рішенням буде застосовувати різні перспективи та підходи до дослідження одиниць аналізу.

Таким чином, у нашому дослідженні ми застосовуємо як кількісний, так і якісний підхід запропоновані дослідником А. Джорджем. Зокрема, кількісний аналіз фіксує наявність чи відсутність певної згадки у тексті (1 за присутності, 0 за відсутності), у той час як якісний фіксує частоти згадки того чи іншого явища, досліджуючи патерн чи послідовність. У нашому дослідженні ми аналізуємо кількість та частоту використання тої чи іншої специфічної лексики, а також окремо рахуємо наявність згадок, що лише дотично стосуються нашої теми (такі як підтримка медіа праворадикальних цінностей). Результати ми обговорюємо у соціально-критичному контексті, що дозволить нам дійти найбільш повних та збалансованих висновків.

Вибірка: В якості одиниці аналізу було обрано 33 російськомовних антивакцинаторських Телеграм-каналів, проаналізовано в середньому 1600 постів, включаючи 20 тематичних постів з інформацією про коронавірус та 20 тематичних постів з інформацією про Україну на кожен канал. Категорії нашого аналізу включають особливості конспірологічних меседжів, які застосовуються при описі подій тієї чи іншої тематики (коронавірус або війна в Україні).

Категорія	Опис категорії
Змова правління Заходу	Подія подається як щось, що було

	навмисно організовано західним суспільством: також зустрічається із такою лексикою як “Глобальне суспільство” чи “Глобальна держава”. Порівняння із диктатурою.
Інтереси "бізнесу"	Подія подається як щось, що є фінансово вигідним для “верхівки”, “еліти”
Історичні теорії змови	Альтернативна історія, приховання певних фактів з історії сучасного суспільства — включаючи події Другої Світової, історія незалежності України і т.д.
Технології	Теорії, пов’язані із нав’язаним технологічним домінуванням над суспільством, наприклад, чіпування, мутації, 5G
Геноцид російського народу	Подія порівнюється із геноцидом російського народу
Альтернативні методи лікування	Пропонуються альтернативні методи лікування від коронавірусу, у тому ж числі, методами російської медицини (вакцина Супутник). Тут же меседжі: “російська медицина проти Заходу” \ “ковіду не існує”
"фашизм\нацизм"	Подія порівнюється із фашизмом чи нацизмом
"Сатанізм"	Подія порівнюється із сатанізмом
"Вишки"	Популярна конспірологічна теорія про розповсюдження вишок для контролю суспільства
“Єдина цифрова система”	Теорія змови про криптовалюту (єдину цифрову систему, також згадується як “цифровий

	концтабір”)
Конспірологія щодо влади в Росії	Звинувачення Росії
Біолабораторії в Україні*	Звинувачення України та Заходу в організації біолабораторій, в яких був розроблений коронавірус чи біологічна зброя
Рептилоїдна раса\НЛО	Теорія про управління світом НЛО чи “рептилоїдами”
Коди, таємні послання	Пошук прихованих меседжів в картинках чи текстах (символів ілюмінатів, повторювані цифри, дати, розшифровка скорочень і тд)

* рахується окремо

Окремо ми виконали пошук постів про “біолабораторії” в Україні в контексті коронавірусу (що були опубліковані до повномасштабного вторгнення) та війни проти України, а також проаналізували загальний контент каналів (що не відносяться ні до тої, ні до іншої категорії) на виявлення присутності інших теорій змов, а також релігійного контенту, маркерів пролайф-руху (з англ. “pro life” — за життя), анти-ЛГБТ чи трансфобної лексики, расизму та антисемітизму. Також ми категоріально проаналізували метод інформаційного впливу на аудиторію: а) шокуюча новина; б) цифри\статистика; в) залякування; г) емоційність. Додатково ми аналізували мову джерела, на яку посиляється інформація.

Один з перших висновків — в основному, конспірологічні та антивакцинаторські групи почали засновуватися на початку 2020 року (квітень-травень). 100% каналів було засновано до початку пандемії коронавірусу. Середня кількість підписників усіх 33-х каналів — 25 362 (див. Додаток А). Таким чином, можна зробити висновок про те, що

пандемія вірусу дала поштовх розгортанню російськомовного конспірологічного дискурсу у месенджері Телеграм.

Характеристика ресурсів

З усіх 33 каналів 4 позиціонують себе як “новинні” чи канали, у той час коли інші не мають конкретного тематичного спрямування, чи ставлять собі за мету “просвітництво” та донесення “важливої інформації”. Більшість з цих ресурсів постають відображенням особистих ідеологій\позицій авторів з приводу вакцинування чи подій, пов’язаних із коронавірусом. Ось, наприклад, особиста історія автора каналу “Свободные люди”:

“В предыдущем году очень хотелось начать вести хроники происходящего, но что-то никак не доходили руки. [...] Но поскольку этот год начался очень ударно (меня отправили в бессрочный отпуск из-за неспособности и нежелания все-время быть в маске на рабочем месте), то как говорится, сам бог велел заняться чем-то полезным.” (канал №13)

Приблизно половина контенту підкріплена візуальними матеріалами (меми, інтерв’ю, ТікТок-відео). Причому, в великій кількості випадків контент публікується зі значними граматичними помилками. Особливістю таких каналів є акцент на унікальності знань, які можуть бути доступними лише “обраним”. У контенті, а іноді і в назвах цих каналів, часто фігурують такі слова як “просвітництво”, “інсайд\інсайдер”, “вивільнення”. Таким чином, автори каналів позиціонують свою точку зору як єдину правильну та унікальну, навіть зважаючи на те, що часто одні і ті ж меседжі дублюються авторами різних каналів. Нас також дуже вразила популярність цих каналів, адже середня кількість підписників таких каналів — 25 362 користувачі. Найбільший антивакцинаторський канал, що публікує дописи англійською мовою має майже 150 000 підписників (канал під назвою “Новый мировой порядок — сопротивление”) (див. Додаток А).

Основна тематична спрямованість каналів — розповсюдження конспірологічної інформації про походження коронавірусу, а також

підтримка інших конспірологічних теорій (наприклад, про походження та управління світом). Більшість каналів також публікує інформацію у підтримку право-радикальних та республіканських рухів в Америці та колишнього президента країни Дональда Трампа. Серед деяких каналів ми виявили підтримку ідеї легальної зброї в Америці.

Серед найбільш розповсюджених фігур у теоріях змови — Дональд Трамп (у якості ідеологічної підтримки) та Білл Гейтс (у якості фігуранта основних теорій змов про “технологічну зброю”). Утім, схожі не лише меседжі, які публікуються інформаційними каналами мають схожість із наративами *far-right movements* в медійному просторі США, назви каналів також дублюються. Наприклад, один з каналів у нашій вибірці має назву “QAnon Россия”, що є відсилкою до теорії змови проти Демократичної партії Америки.

Ми виявили, що російськомовні канали в меседжері Телеграм, які займаються розповсюдженням одного з видів конспірологічних меседжів, не обмежуються лише одним. З більшою вірогідністю, вони будуть підтримувати й інші конспірологічні теорії (причому, вони можуть бути НЕ пов’язаними з коронавірусом чи війною в Україні), що підтверджує нашу гіпотезу №1. Наприклад, серед “інших” конспірологій були опубліковані повідомлення про хвороби, які викликає кава, “трансгендерність” Кейт Міддлтон та Барбари Буш, хімтрейли (англ. *chemtrails*, сліди які залишають літаки у атмосфері), політичних двійників, смерть принцеси Діани і т.д.

Також ми помітили, що багато схожих меседжів повторюється як для зображення війни в Україні так і пандемії. Найбільш популярним конспірологічним меседжем виявилось звинувачення Заходу в обох подіях (у сумі 214 згадок). У такому випадку, США та Європа зображуються як домінуючі країни у світовій політиці, які причетні до обох подій з міркувань бажання політичної та фінансової влади над усім світом. У 91%

проаналізованого контенту цей меседж збігався в одних і тих же каналах як для опису подій в Україні, так і подій пандемії.

Другою найбільш популярною теорією виявилася теорія про технологічну змову, причому як для подій в Україні, так і подій під час пандемії. У першому випадку цей меседж використовується у контексті постачання зброї Україні західними партнерами та відкриття так званих біолабораторій, а у другому — для переконання у штучному походженні вірусу, звинуваченні технологічного прогресу та науки у розробці “зброї масового вбивства” (що застосовується як по відношенню до вакцини, так і по відношенню до самого вірусу).

Варто відзначити, що велика кількість наративів є спільною для опису обох подій. Такі категорії як “сатанізм” чи “фашизм\нацизм” фігурують як в інформаційних повідомленнях щодо України, так і щодо пандемії коронавірусу. Однак, різняться форми та зміст таких повідомлень. 12% каналів порівнювали як пандемію, так і війну в Україні із “фашизмом”, роблячи акцент на історичних подіях Другої світової та боротьбу із режимом нацистської Німеччини. Таким самим чином, сучасна російська пропаганда робить схожий акцент на необхідності “СВО” для боротьби із владою в Україні. В контексті коронавірусу, фашизм (також зустрічаються такі вирази як “технологічний фашизм”, “цифровий фашизм”) розглядається у спробах “знищити” населення Росії за допомогою вірусу або вакцини (теорії не є однорідними за змістом).

Відсилки до “сатанізму” спостерігалися переважно в каналах з релігійним ухилом, так само 12% каналів використовували подібну лексику до опису обох контекстів. Що стосується релігійного ухилу контенту, 50% з усіх каналів мали маркери релігійності (дописи з молитвами, зображенням святих), 12% підтримували пролайф позицію (від англ. “за життя”, рух проти абортів). Додатково 50% підтримують гомофобну лексику (у більшості випадків публікуються відео чи новини з США чи країн Європи,

які мають більш ліберальні політики стосовно сексуальних меншин), 25% підтримують трансфобію, 12% — расизм та 25% — антисемітизм.

Щодо коронавірусу та вакцинації досить популярною виявилася теорія про “великий бізнес”. Канал “Хочу дышать свободно!” 2 лютого 2022 року написав:

“Остальное, как в обычной войне, — вирус распространяется, люди гибнут, отдельные корпорации и лица богатеют.”

Цікаво, що досить велика кількість каналів (25%) звинувачували владу Росії як в першому, так і другому випадку. Два канали також публікували інформацію в підтримку України. Інші ж публікували інформацію про те, що політичні лідери Росії мають намір знищити російське суспільство шляхом мобілізації, або ж введенням карантинних мір.

48 дописів містили контент із звинуваченням російської влади як у наслідках війни в Україні, так і в нездатності адекватно зреагувати на розповсюдження вірусу чи необхідність ввести обов’язкову вакцинацію населення. Утім, така резистентність (більшість таких каналів публікували заклики із організацією мітингів проти вакцинації) стосується лише теми вакцинації, але не підтримки позиції України в загарбницькій війні з Росією.

Ще один цікавий дискурс, який присутній в анти-вакцинаторських групах — пандемія як засіб для контролю протестів. У багатьох випадках антивакс-групи виступають за свободу слова у Росії та скаржаться на обмеження та державну цензуру, критикуючи російську владу.

Характер розділення суспільство на “своїх” (жертв) та “чужих” (яких необхідно негайно покарати) також прослідковується в антивакцинаторських дописах. Наприклад, канал “Хочу дышать свободно!” опублікував новину від 2 лютого 2022 року про те, що Курганський губернатор закликав організувати “воєнний трибунал” для тих, хто причетний до “організації” пандемії коронавірусу. При цьому, конкретна фігура, яку будуть “судити”, не вказується. Це може бути ще одним

характерним елементом конспірологічного мислення — залишити у таємниці сторону, яку звинувачують, таким чином породжуючи ще більше чуток та ірраціонального судження.

Найбільш популярними ресурсами для цитування та згадок виявилися американські (або ж англомовні) ЗМІ (у сумі 220 згадок). Далі за популярністю йде німецька мова (45 згадок) та китайська (8). Усі інші матеріали публікуються у більшості зі згадками чи посиланням на російськомовні джерела.

Пошук зв'язків між подіями\символами

Після початку повномасштабного вторгнення Україна стала активно фігурувати у нових теоріях змови щодо світового панування. Автори таких інформаційних каналів пов'язують новини про Україну, українську символіку та політичних фігур із різноманітною конспірологією. Наприклад, кілька дописів порівнюють українську гривню та символіку відомого корейського серіалу “Гра в кальмара”. Сюжет “Гри в кальмара” полягає у тому, що люди з фінансовими проблемами змагаються один з одним за велику суму грошей, враховуючи те, що гра є смертельною і виживає лише одна людина.

Інтерпретуючи цей допис можна зробити висновок про те, що автор впевнений у використанні території України західними партнерами задля цілей масонів, у той час коли мирні мешканці помирають. Щоправда, окрім порівняння форми української гривні та символіки з серіалу “Гра в кальмар”, ніяких інших аргументацій чи пояснень не наводиться. В цьому ж дописі гривня порівнюється із формою шекеля, валютою Ізраїлю, роблячи акцент на антисемітизмі та, знову ж таки, на теорії глобальної змови (див. Додаток Б). Це також є ілюстрацією того, як конспірологічні групи схильні пов'язувати не тільки інформацію та більш глобальні теорії між собою, але також символічні та візуальні образи, які начебто мають нести сенс. Однак, дані теорії змови також характеризуються великою кількістю логічних

помилки. Одна з них — якби автори серіалу “Гра в кальмара” дійсно б мали стосунок до війни в Україні, чому б вони натякали на це через візуальну символіку у серіалі?

Інший допис також присвячувався тематиці масонів та їх зв'язків із Україною через символіку української гривні. Наприклад, канал “Глобальная перезагрузка” опублікував фотографії дизайну нових купюр у 20 гривень звертаючи увагу на трикутник в кутку купюри (див. Додаток Б), що є графічним символом масонства. Таким чином, навіть не коментуючи дизайн, лише обводячи зображення трикутника автор натякає на зв'язок влади України із культом масонів.

Ще одним порівнянням поточної геополітичної ситуації у світі із прикладами з серіалів є цитування одного з епізодів “Сімпсонів”, що є дуже поширеним явищем не тільки серед прихильників теорій змов, але й багатьох користувачів інтернет-форумів, таких як Реддіт. У цьому епізоді головному герою Барту роблять вакцину проти інфекційної хвороби, після чого у нього з'являється симптом дзвону в вухах. Епізод порівнюється каналом Quantinuum (11 тис. підписників) із репортажем про-правого американського медіа про схожі симптоми після вакцини від коронавірусу. Варто зазначити, що у даному каналі ми також знайшли 5 інших дописів, що присвячуються так званим “пророцтвам” мультсеріалу “Сімпсони”, такі як оживання Д. Кеннеді, протести в Америці та кілька інших пандемій (див. Додаток Б).

Пов'язування коронавірусу та подій війни проти України

Згідно з теоретичною основою попередніх досліджень про конспірологію в американських чи російських медіа, конспірологічне мислення схильне пов'язувати події чи об'єкти для начебто логічного пояснення навколишнього світу. Дослідник Ролан Барт описував міфи як певний знак, що може виконувати функції переконання та ідеології, що застосовується російськими медіа у дезінформаційній кампанії проти

України. Як наслідок цього, меседжі про наявні біолабораторії в Україні почали дійсно розповсюджуватися ще до початку повномасштабного вторгнення. Однак, у більшості випадків, Телеграм канали публікували інформацію про наявність таких об'єктів на “території пострадянського простору”. Тому цікаво, що меседжі про біолабораторії також спрямовані проти таких країн як Казахстан (2 згадки) та Грузія (4 згадки).

Після початку повномасштабного вторгнення більшість каналів не перестали публікувати дезінформацію про пандемію коронавірусу, водночас, почали пов'язувати ту та іншу подію у різноманітних контекстах. Також змінилася лексика подання інформації про коронавірус. Наприклад, описуючи введення в Україні законопроекту 4142, один з каналів називає це “медичним терором”, надаючи семіотичного інтерпретування цієї події як чомусь насильницькому, примусовому, агресивному.

Один з каналів пише:

“Мы прекрасно знаем, кто главные спонсоры, определяющие политику ВОЗ – все те же правительства и частные фонды, ныне спонсирующие убийства русских в СВО.” (канал №11)

У цьому тексті прослідковується як звинувачення Заходу, так і російської влади у “фінансуванні” вбивства російського населення під час обох подій. Канал із назвою “Серый Ферзь” пише:

“Если вы думаете, что био оружие коронавирус распространили туристы из Китая — вы ошибаетесь. Картина заражения была очаговая. Связана ли пандемия с военными лабораториями — покажет время.” (9 березня, 2022 року).

Деякі канали почали адаптувати свою агенду під реалії воєнних подій на території України. Наприклад, в одному з Телеграм-чатів відкритого доступу проти ковід-вакцинації користувачі почали публікувати інформації щодо документів, які необхідно зібрати російським солдатам, що не хочуть вакцинуватися. Інший Телеграм-канал “Свободные люди” написав:

“солдатам начали вкалывать эти чудо-сыворотки [прим. вакцины], как обязательное условие прохождения обязательной службы.” (1 жовтня 2022 року).

Головний меседж цього повідомлення полягає у тому, що вакцина виступає технологією контролю не тільки над цивільним населенням, а також у війні задля досягнення певних геополітичних цілей. В багатьох постах також проводяться паралелі із романом Джорджа Орвелла “1984” як у відношенні війни проти України, так і пандемії. .

Що цікаво — в обох кейсах можна відмітити характер логічної непослідовності. Більшість каналів публікують теорії, які є дуже різними у характері опису пандемії. Одночасно можна знайти пости як про те, що пандемії та вірусу не існує, і також про те — що вірус було створено штучно та він стає дедалі небезпечнішим. Лише один канал притримувався однієї версії про оксид графена, яким начебто заміняють вакцину.

Щодо інших теорій, які співпадають в обох випадках — це теорії, пов’язані із цифровою економікою та глобалізацією суспільства. Канал “Хочу дышать свободно!” пише:

“Элитные планы по цифровому удостоверению личности, цифровым валютам центрального банка (CBDC) и “зеленой” послевоенной экономике распространяются в Украине (как и в остальном мире) по мере того, как бушует конфликт” (17 травня 2022 року).

Є дописи, які пов’язують цілі війни проти України та коронавірус. Наприклад, канал “Анти Вакцинация” опублікував повідомлення про те, що так звана СВО потрібна через введення в Україні законопроекту 4142. Ще два дописи роблять акцент на застосуванні вакцин для українських та російських військових.

Загалом, 30% з тих каналів, які розповсюджують конспірологічну інформацію про коронавірус публікували інформацію про біолабораторії в Україні чи інших країнах, що межують з Росією ще до початку

повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Все ж, не усі Телеграм-канали, які публікують інформацію про біолабораторії в Україні зараз робили це під час початку пандемії до 24 лютого 2022 року.

Було цікавим виявити, що більшість каналів підтримували дискримінаційну риторику (таких як сексизм, гомофобія, трансфобія, антисемітизм). Про-лайф та релігійні меседжі також були характерними для більшості каналів. 51% каналів мали релігійний нахил дописів, 15% — пролайф, 60% містили анти-ЛГБТ контент, 60% — трансфобний контент, і 30% підтримували ідеологію антисемітизму (див. Додаток Б). Також 90% каналів публікували теорії змови, пов'язані із іншими темами.

Що стосується методів інформаційного впливу на аудиторію, у нашому дослідженні домінують такі категорії як “шокуюча новина” (378 дописів), залякування (375) та емоційність (349). Дані механізми “прикрашання” інформації та створення емоційного ефекту також є елементами конспірологічного подання інформації, що можна спостерігати в російськомовних спільнотах.

Висновки до Розділу 3.

Отже, ми встановили що більшість російськомовних Телеграм-каналів, що публікують дезінформацію про коронавірус конспірологічного характеру також схильні публікувати інформацію такого ж спрямування про війну в Україні та інші теорії змови. Повертаючись до теми нашого дослідження, у першому розділі ми визначили різницю між “конспірологією” та “конспірологічним мисленням”. Дослідники визначають останній термін скоріше як спосіб мислення, ніж послідовна прихильність певній теорії змови. Саме тому циркуляція різноманітних міфічних упереджень в російськомовних антивакцинаторських спільнотах може бути визначена як приклад конспірологічного мислення, а не просто конспірологією.

Таким чином, нами було підтверджено три гіпотези з чотирьох. Нам здалося цікавим, що у дописах про біолабораторії до початку війни в Україні згадувалася не лише Україна, але й інші країни пострадянського простору (крім Білорусі та Росії). Також цікаво, що основним методом впливу на аудиторію серед таких дописів було викликання шоку (в основному, у дописах про коронавірус), у той час коли при зображенні подій в Україні домінують категорії “емоційність” та переконання за допомогою статистики, що є типовими маркерами дезінформації та конспірологічного мислення.

Обмеження

Так як наша вибірка складається із російськомовних каналів у месенджері Телеграм, ми не можемо стверджувати що увесь контент був опублікований у Росії, однак більшість з цих каналів надають ідеологічну підтримку Росії у загарбницькій війні проти України. Також було досить складно займатися пошуком каналів за допомогою ключових слів, адже велика кількість з них була вже заблокована через розповсюдження дезінформації.

Ще одне обмеження, яке могло завадити валідності дослідження — ми зробили висновок про те, що конспірологічні спільноти мають певний спектр частоти застосування тих чи інших теорій до опису глобальних подій. Наприклад, у нашій вибірці були інформаційні канали, що публікували лише “сухі новини” (і таким чином, ми шукали конспірологічні меседжі у тих медіа, що цитуються), у той час як інші канали могли виступати вираженням позиції автора та майже не публікували ніяких новин (але розповсюджували більше дезінформації). Щодо рекомендацій для наступних досліджень — потрібно прагнути до вибірки більш однорідного контенту та вужчого спрямування.

Висновки

1. У першому розділі нашого дослідження ми розглянули зв'язки між дезінформацією, пропагандою та конспірологічними наративами. Ми також розглянули можливості застосування теорії запланованої поведінки у медіа-дослідженнях, пов'язаних із темою нашого дослідження.

Ми зробили висновок про те, що теорія запланованої поведінки може застосовуватися в медіа-дослідженнях не тільки в контексті впливу на безпосередню поведінку індивідів, а також у системі формування цінностей, розповсюдженні та підтримки домінуючих наративів у суспільстві. У цьому плані можливе застосування також модель спіралі мовчання, яка пояснює яким чином формується сприйняття різних позицій медіа через взаємодію індивіда зі своїм соціальним оточенням.

2. Російські дезінформаційні наративи як про коронавірус так і про війну в Україні на усіх рівнях медіа мають схожі меседжі, серед яких звинувачення західних країн та ідеологічний центризм російського суспільства та медицини. У той час коли антивакцинаторські спільноти з Росії схильні критикувати дії уряду та чинити супротив національній програмі вакцинації, у більшості вони все ж таки поділяють позицію уряду стосовно війни в Україні та підтримують наративи російської пропаганди.

3. Ми зробили висновок про те, що антивакцинаторські спільноти в Росії займаються публікацією інформації, яка відповідає критеріям теорій змов, які ми зазначили у Розділі 1. Таким чином, найчастіше “ворогом” для російського населення постають західні держави, чи Україна, у той час коли “прихованим планом” постає як а) створення умов пандемії; б) розробка вакцини проти “неіснуючої” хвороби, або

захворювання з дуже незначним ефектом; в) шляхом використання війни в Україні (та підтримку України зброєю). До того ж, дані спільноти залучені у розповсюдження й інших конспірологій схожого контексту, включаючи зображення постаті бізнесмена Білла Гейтса як фігури таємної організації з управління світом, розповсюдження технологій 5G для контролю над поведінкою людини, пошук символічних зв'язків в елементах популярної культури і т.д. (що відповідає пункту про переконання у відсутності збігів та пов'язування багатьох подій єдиною “ціллю”).

4. Російські антивакцинаторські спільноти схильні до конспірологічного зображення як подій, пов'язані із пандемією, так і поточних подій в Україні. Такі групи також схильні пов'язувати різні події, символи та дати для пояснення причин тих чи інших подій. У нашому емпіричному дослідженні ми перевірили, що конспірологічне зображення тої та іншої події мають пояснення та методи впливу на аудиторію.

Також ми визначили, що у багатьох випадках в контенті антивакцинаторських груп є збіги із контентом американських праворадикальних медіа, так само як і ідеологічна підтримка політики Дональда Трампа. Однак, варто додати що конспірологічні контексти російських ЗМІ щодо пандемії та війни в Україні різняться за своєю природою. У той час, коли розробка російського “Супутника” та просування наративів підтримки “вітчизняної” медицини російськими медіа спровокувала досить впливовий та потужний антивакцинаторський рух, пропаганда проти України досягає своїх цілей у переконанні населення. Однак, цікаво що обидва дискурси поділяють ідеологію про те, що країни Європи та США є ворогами Росії та шукають нових просунутих засобів зі “знищення” російського населення.

5. Дане дослідження може стати основою для подальших спостережень за антивакцинаторськими спільнотами в Росії, а також за розвитком пропагандистських наративів у медіа-просторі держави-агресорки. Ще одним важливим висновком з нашої емпіричної частини стало те, що як у кейсі з антивакцинаторським рухом, так і у підтримці загарбницької війни проти України, конспірологічні наративи російської пропаганди є непослідовними та несистематичними.
- Відтак, існує привід припустити, що таким чином дезінформаційна кампанія Росії (у тому ж числі та, яка підтримується та розповсюджується звичайними користувачами як в Росії, так і в інших країнах) намагається виявити найбільш ефективні меседжі для впливу на аудиторію.

Список джерел

1. Bergmann E. Conspiracy and populism: The politics of misinformation / E. Bergmann. // Springer. – 2018.
2. Bullough O. Inside Russia Today: Counterweight to the Mainstream Media, or Putin’s Mouthpiece [Електронний ресурс] / O. Bullough // New Statesman. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <http://www.newstatesman.com/world-affairs/world-affairs/2013/05/inside-russia-today-counterweight-mainstream-media-or-putins-mou>.
3. Byford J. Conspiracy theories: A critical introduction. / J. Byford., 2011.
4. Cari R. Vaccine Myth-Busting Can Backfire [Електронний ресурс] / Romm Cari // The Atlantic. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.theatlantic.com/health/archive/2014/12/vaccine-myth-busting-can-backfire/383700/>.
5. Cheung M. Service co-creation in social media: An extension of the theory of planned behavior / M. Cheung, W. To. // Computers in Human Behavior. – 2016. – №65. – С. 260–266.
6. Cohen S. Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers , / Stanley Cohen. – London : MacGibbon & Kee, 1972. – 212 с.
7. Conspiracy in the time of corona: automatic detection of emerging COVID-19 conspiracy theories in social media and the news / [S. Shahsavari, P. Holur, T. Wang та ін.]. // J Comput Soc Sci.. – 2020.
8. George A. Quantitative and Qualitative Approaches to Content Analysis / A. George. – 2009.
9. Gordon M. R. Russian Disinformation Campaign Aims to Undermine Confidence in Pfizer, Other Covid-19 Vaccines, U.S. Officials Say [Електронний ресурс] / Michael R. Gordon // The Wall Street Journal. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.wsj.com/articles/russian-disinformation-campaign-aims-to->

[undermine-confidence-in-pfizer-other-covid-19-vaccines-u-s-officials-say-11615129200.](#)

10. Grimes D. Medical disinformation and the unviable nature of COVID-19 conspiracy theories / David Grimes. // Plos One. – 2021.
11. Development and evaluation of a mass media Theory of Planned Behaviour intervention to reduce speeding / M. Stead, S. Tagg, A. MacKintosh, D. Eadie. // Health Education Research. – 2005. – №20. – С. 36–50.
12. Does the platform matter? Social media and COVID-19 conspiracy theory beliefs in 17 countries / [Y. Theocharis, A. Cardenal, S. Jin та ін.]. // New Media & Society. – 2021.
13. Dwoskin E. Social platforms' bans muffle Russian state media propaganda [Электронный ресурс] / E. Dwoskin, J. Merrill, G. Vynck // The Washington Post. – 2022. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.washingtonpost.com/technology/2022/03/16/facebook-youtube-russian-bans/>.
14. Hellsten I. Bird flu hype The spread of a disease outbreak through the media and Internet discussion groups / I. Hellsten, B. Nerlich. // Journal of Language and Politics. – 2010. – №9. – С. 393–408.
15. Ho, S. Applying the Theory of Planned Behavior and Media Dependency Theory: Predictors of Public Pro-environmental Behavioral Intentions in Singapore / S. Ho, Y. Liao, S. Rosenthal. // Environmental Communication. – 2014. – №9. – С. 77–99.
16. Holt E. Countries split from EU on COVID-19 vaccines / E. Holt. // Elsevier - PMC COVID-19 Collection. – 2021.
17. Fitzpatrick N. Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media on News, Competition, and Accuracy / Neill Fitzpatrick. // Athens Journal of Mass Media and Communications-. – 2017. – №4. – С. 45–62.
18. Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.

19. Forster P. 'Bogus' AP tweet about explosion at the White House wipes billions off US markets [Электронный ресурс] / Peter Forster // The Telegraph. – 2013. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.telegraph.co.uk/finance/markets/10013768/Bogus-AP-tweet-about-explosion-at-the-White-House-wipes-billions-off-US-markets.html>.
20. Kautonen T. Predicting entrepreneurial behaviour: a test of the theory of planned behaviour / T. Kautonen, M. van Gelderen, E. Tornikoski. // Applied Economics. – 2011. – №45. – С. 697–707.
21. Legucka A. and M. Przychodniak, “Dezinformacja Chin i Rosji Podczas Pandemii Covid-19,” Polish Institute for International Affairs Bulletin No. 86 (2018), 21 April 2020 (in Polish; Disinformation by China and Russia during Covid-19 pandemic). https://pism.pl/publikacje/Dezinformacja_Chin_i_Rosji_w_trakcie_pandemii_COVID19
22. Lockdown named word of the year by Collins Dictionary [Электронный ресурс] // The Guardian. – 2020. – Режим доступа до ресурсу: <https://www.theguardian.com/books/2020/nov/10/lockdown-named-word-of-the-year-by-collins-dictionary>.
23. Methodology of Analysis of Pro-Russian and Occupation Telegram Channels in the Ukrainian Telegram Segment [Электронный ресурс] // Детектор медіа. – 2022. – Режим доступа до ресурсу: <https://en.detector.media/post/methodology-of-analysis-of-pro-russian-and-occupation-telegram-channels-in-the-ukrainian-telegram-segment>.
24. Mining Disinformation and Fake News: Concepts, Methods, and Recent Advancements / K. Shu, S. Wang, D. Lee, H. Liu // Disinformation, Misinformation, and Fake News in Social Media / K. Shu, S. Wang, D. Lee, H. Liu., 2020. – (Lecture Notes in Social Networks).

25. Moy, Wesley and Kacper Gradon. “COVID-19 Effects and Russian Disinformation” *Homeland Security Affairs* 16, Article 8 (December, 2020) www.hsaj.org/articles/16533.
26. Multifaceted Nature of Social Media Content Propagating COVID-19 Vaccine Hesitancy: Ukrainian Case / [О. Захарченко, Р. Авраменко, А. Захарченко та ін.]. // *Procedia Computer Science*. – 2022.
27. Noelle-Neumann E. Die Schweigespirale. Öffentliche Meinung – unsere soziale Haut. / Elisabeth Noelle-Neumann. – München: Langen Müller, 1980.
28. Jarynowski A. Conflicts driven pandemic and war issues in Social Media via multi-layer approach of German Twitter (Working Paper) / Andrzej Jarynowski. // IBI Wroclaw. – 2022.
29. Jozwiak R. EU Monitor Sees Drop In COVID-19 Disinformation, Urges Social Media To Take More Action [Електронний ресурс] / R. Jozwiak // Radio Liberty. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.rferl.org/a/covid-19-disinformation-eu-decrease-kremlin-china-bill-5g-gates/30625483.html>.
30. Pavlik J. The Russian War in Ukraine and the Implications for the News Media / John Pavlik. // *Athens Journal of Mass Media and Communications*. – 2022. – С. 1–17.
31. Phillips K. Report: Russian Disinformation Campaign Targeted Ukraine, Other Countries During Pandemic [Електронний ресурс] / Kimberly Phillips // University of Connecticut. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://today.uconn.edu/2022/03/report-russian-disinformation-campaign-targeted-ukraine-other-countries-during-pandemic/#>.
32. Polish Government Information Services, Polska Na Celowniku Dezinformacji. Report of the Minister-Coordinator for Special Services, Government of the Republic of Poland (in Polish; Poland in the crosshairs

- of disinformation), 2020 www.gov.pl/web/sluzby-specjalne/polska-na-celowniku-dezinformacji
33. Pundir V. Arresting fake news sharing on social media: a theory of planned behavior approach / V. Pundir, E. Devi, V. Nath. // Management Research Review. – 2021. – №44.
34. Richey, Mason. 2017; 2018;. "Contemporary Russian Revisionism: Understanding the Kremlin's Hybrid Warfare and the Strategic and Tactical Deployment of Disinformation." Asia Europe Journal 16 (1): 101-113.
35. Sazonov V. The Impact of Russian Anti-Western Conspiracy Theories on the Status-Related Conflict in Ukraine: The Case of Flight MH17 / V. Sazonov, H. Molder. // TalTech Journal of European Studies. – 2019.
36. Tandoc, EC (2019) The facts of fake news: A research review. Sociology Compass 13(9).
37. Telegram Users by Country 2023 [Электронный ресурс] // World Population Review. – 2023. – Режим доступа до ресурсу: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/telegram-users-by-country>
38. Terracciano B. Accessing to a “Truer Truth”: Conspiracy and Figurative Reasoning From Covid-19 to the Russia–Ukraine War / Bianca Terracciano. // Media and Communication. – 2023. – №11.
39. The Landscape of Disinformation on Health Crisis Communication During the COVID-19 Pandemic in Ukraine: Hybrid Warfare Tactics, Fake Media News and Review of Evidence / [S. Patel, O. Moncayo, K. Conroy та ін.]. // JCOM J Sci Commun.. – 2020.
40. Understanding conspiracy theories / [K. Douglas, J. Uscinski, R. Sutton та ін.]. // Political Psychology. – 2019.

41. Ward P. R. A sociology of the Covid-19 pandemic: A commentary and research agenda for sociologists / Paul Ward. // *Journal of Sociology*. – 2020.
42. Yablokov I. Conspiracy Theories as a Russian Public Diplomacy Tool: The Case of Russia Today (RT) / Ilya Yablokov. // *Politics*. – 2015. – №35.
43. Zwaan R. Conspiracy thinking as situation model construction / R. Zwaan. // *Current Opinion in Psychology*. – 2022. – №47.
44. Антонова З. Особливості прояву паніки в умовах карантинної самоізоляції та розповсюдження COVID-19 / Зінаїда Антонова. // *Psychological journal*. – 2020. – №6. – С. 29–39.
45. Битюк І. Моральна Паніка Як Технологія Впливу Медіа / Інна Битюк. // *Медіапростір*. – 2014. – №6.
46. Бондарчук А. В. Медіа-простір: Роль І Аналіз Ефективних Технологій / А. В. Бондарчук, С. Г. Денисюк. // *Вінницький національний технічний університет*. – 2020.
47. Іваненко В. Прийоми російської пропаганди в умовах війни / В. Іваненко, В. Філіповіч. // *Modern Research in World Science*. – 2022.
48. Кара-Мурза С. Г. Маніпуляція свідомістю / С. Г. Кара-Мурза., 2000. – 864 с. – (Ексмо). – (Політичний бестселер).
49. Коваленко А. Страх як засіб маніпулювання свідомістю в засобах масової інформації / А. Коваленко, Д. Денісова. // *Збірник наукових праць*. – 2012. – №2. – С. 43–51.
50. Коваленко І. І. Конспірологічне мислення в динаміці сучасної культури: характерні риси та особливості прояву / І. І. Коваленко. // *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого*. – 2021.
51. Костенко Н. Досвід контент-аналізу. Моделі та практики / Н. Костенко, В. Іванов. – Київ: Академія української преси, 2003. – 141 с.

- 52.Павлов Д. М. Особливості технологій політичної пропаганди / Д. М. Павлов. // Political Science. – 2018. – №21. – С. 141–149.
- 53.Петришин Г. Російська пропаганда напередодні і під час широкомасштабної війни Росії проти України / Галина Петришин. // Київські філософські студії-2022. – 2022. – С. 352–357.
- 54.Приймак О. І. Соціальні мережі у сучасному конфлікті: семантика конспірологічного мислення / О. І. Приймак. // ОБ'ЄДНАНІ НАУКОЮ: перспективи міждисциплінарних досліджень. – 2022. – С. 202–203.
- 55.Петренко І. Які наративи насаджує російська пропаганда в Україні [Електронний ресурс] / Ігор Петренко. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://comments.ua/blog/yaki-narativi-nasadzhuje-rosiyska-propaganda-v-ukraini-820.html>.
- 56.Остроухов В. В. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти) / В. В. Остроухов. – Київ: КНТ, 2010. – 776 с.
- 57.Яковлєв М. Теорії змов. Як (не) стати конспірологом / Максим Яковлєв. – Київ: Віхола, 2023.

ДОДАТКИ

Додаток А. Вибірка Телеграм-каналів.

Лінк каналу	Кількість підписників (на момент дослідження)
https://t.me/ouzs_ru	45 640
https://t.me/anti_covid21	77 601
https://t.me/vitusevich30	3 047
https://t.me/nastikatube	62 934
https://t.me/orthogonals	1 143
https://t.me/Protestnarod	25 282
https://t.me/sensible_people	38 583
https://t.me/IgaEga84	1 906
https://t.me/imotvet	70 047
https://t.me/snemezkiego	2 266
https://t.me/be3ymHblu	1 351
https://t.me/Mister_x_1993insider0	8 372
https://t.me/freepeople2021	10 818
https://t.me/DichiSv	1 126
https://t.me/quantumfilm	11 066
https://t.me/svezhesti	84 959
https://t.me/neolginskie	14 483
https://t.me/n_w_order	147 010
https://t.me/apocalypseXXI	877
https://t.me/covidcabalvaccineworld	2 326
https://t.me/PRAVDASILNEE	18 986

https://t.me/voyager1970	44 867
https://t.me/VASpcfTV	604
https://t.me/sf_antiglobal	476
https://t.me/mirovoe_drevo_slavmir	4 141
https://t.me/SIRIUS_888	30 938
https://t.me/WakeUpPeople1	4 029
https://t.me/promirru	32 442
https://t.me/GenWake	17 300
https://t.me/protiv_rnk	711
https://t.me/Lets_better	11 398
https://t.me/MTMRFZ_SZ	2 741
https://t.me/qanonrus	57 526

Додаток Б. Приклади проаналізованих дописів.

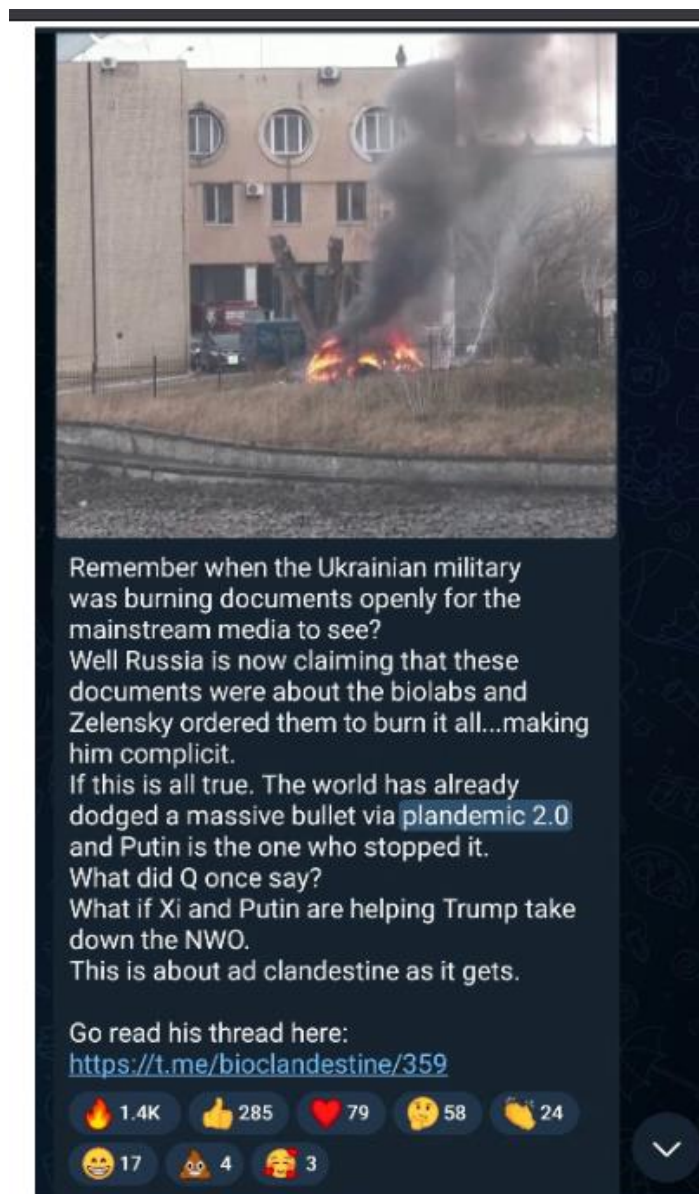


Рис. 1. ULTRA Пере Lives Matter: спалення українських документів. Даний канал не належить до вибірки, однак вираз “пандемія” (акцент на “запланованому” характері пандемії) є досить поширеним як серед англомовних, так і російськомовних антивакцинаторських груп.

Дональд Трамп для предотвращения стрельбы в школах предложил вооружить американских учителей.

"Если хотя бы 5% учителей добровольно вооружатся и научатся использовать оружие для противодействия преступникам, мы сдержим проблему, и она исчезнет", - сказал экс-президент США.

Вооружить нужно каждого учителя, который захочет, и за государственный счет провести ему необходимые тренировки, а обойдется это дешевле поддержки Украины, - отметил Трамп.

Рис. 2. Підтримка дискурсу легалізації зброї в Америці одним з антивакцинаторських каналів “Mister_x_1993 insider”.



Рис. 3. Зображення музичного кліпу американської співачки Katy Perry як “передвісника апокаліпису” в антивакцинаторському каналі.

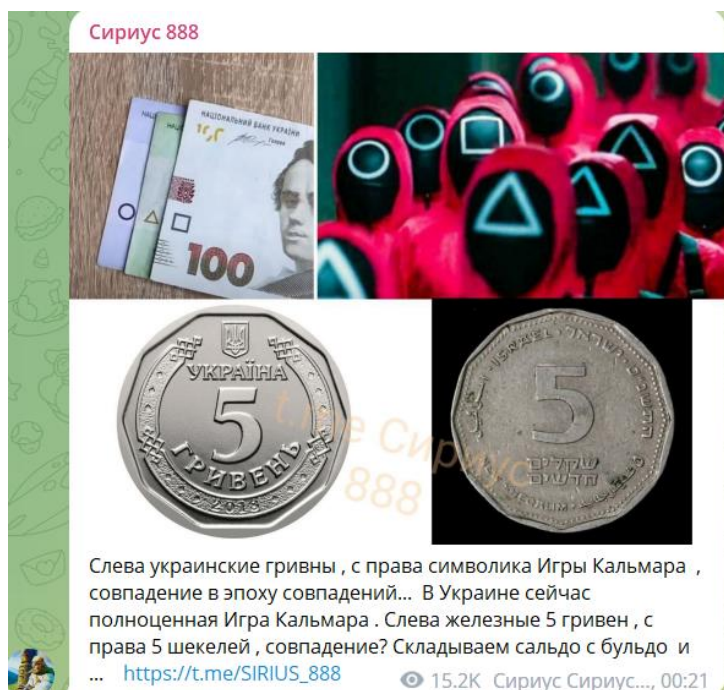


Рис. 4. Порівняння війни в Україні із сюжетом та візуалізацією популярного серіалу “Три в кальмара”.

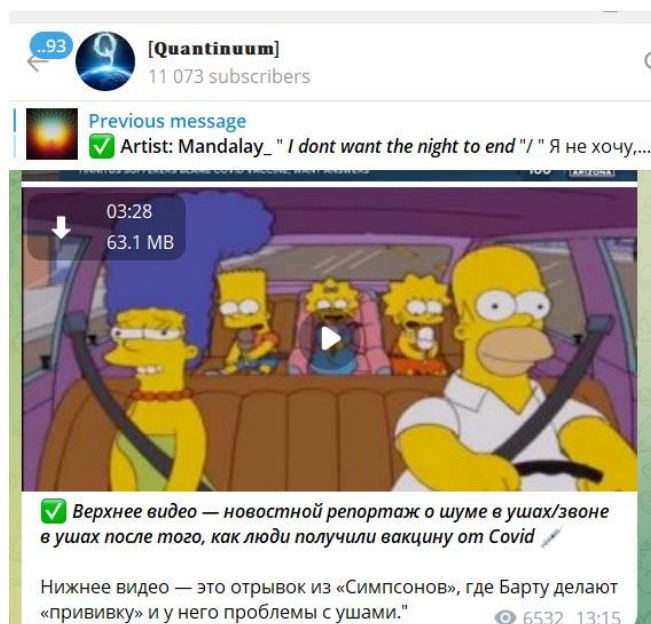


Рис. 5. Демонстрація епізод із серіалу “Сімпсони” як “передвісника” пандемії.



Рис. 6. Порівняння графічних елементів української гривні із символікою масонів.

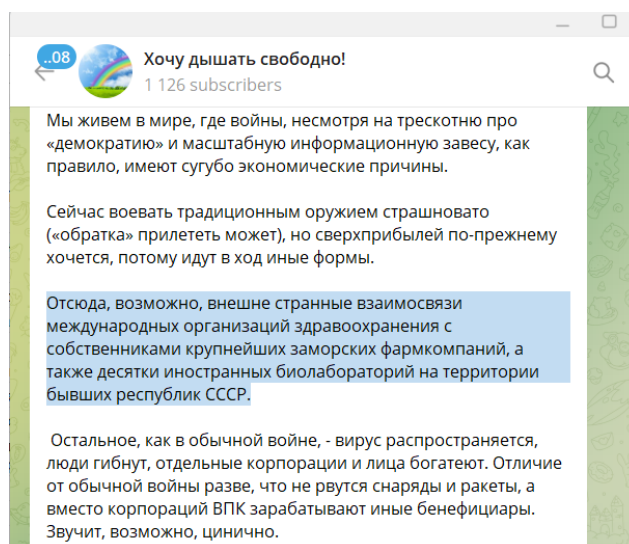



Рис. 7. Згадка про біолабораторії в країнах пост-радянського простору.

ГЕРОЙ ВСЕМИРНОГО АНТИФАШИСТСКОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ (ВАС) - КАТЯ КОВАЛЕНКО, ОТКРЫВАЕТ ФРОНТ - ОБЩЕСТВО, ЛЮДИ, ОТЕЧЕСТВО ПРОТИВ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФАШИЗМА



Джордж Орвелл:
"Люди, которые голосуют за неудачников, воров, предателей и мошенников, не являются их жертвами. Они соучастники."

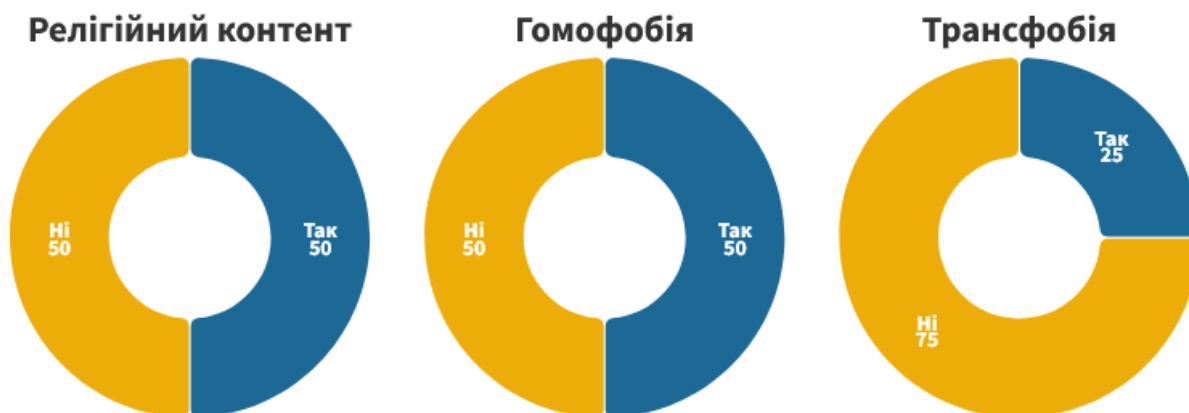
- ВСЯ СУТЬ МИРОУСТРОЙСТВА, ФУНКЦИЯ ГОСУДАРСТВ, ЭЛИТ И РАБОВ, ПРЯМЫМ ТЕКСТОМ! ДЖОРДЖ ОРУЭЛЛ, АНТИУТОПИЯ 1984.
- ВОЙНА, КАК СРЕДСТВО КОНТРОЛЯ И УПРАВЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ ЭЛИТАМИ.
- КАТЯ, ЗАЧИТЫВАЯ ТЕКСТ КНИГИ ОРУЭЛЛА, ОБЪЯСНЯЕТ ЗАЧЕМ ПУТЛЕР НАЧАЛ ВОЙНУ В УКРАИНЕ.
- ПУТЛЕР НАЧАЛ ВОЙНУ В УКРАИНЕ НЕ ДЛЯ ПОБЕДЫ, А ДЛЯ ТОГО, ЧТОБЫ ВЕСТИ ВОЙНУ.
- ТЕМЫ - ПАТРИОТИЗМ, БЕЗОПАСНОСТЬ РОССИИ, БОРЬБА С НАЦИЗМОМ В УКРАИНЕ - ЭТО СПОСОБЫ УПРАВЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЕМ РОССИИ И СПОСОБ ПОСТРОЕНИЯ НОВОГО МИРОВОГО ФАШИСТСКОГО ПОРЯДКА.

ГЕРОЙ ВСЕМИРНОГО АНТИФАШИСТСКОГО СОПРОТИВЛЕНИЯ (ВАС) - КАТЯ КОВАЛЕНКО, ОТКРЫВАЕТ ФРОНТ - ОБЩЕСТВО, ЛЮДИ, ОТЕЧЕСТВО ПРОТИВ ГОСУДАРСТВЕННОГО ФАШИЗМА. ВИДЕО:

- ВСЯ СУТЬ МИРОУСТРОЙСТВА, ФУНКЦИЯ ГОСУДАРСТВ, ЭЛИТ, РАБОВ, ПРЯМЫМ ТЕКСТОМ! ДЖОРДЖ ОРУЭЛЛ, АНТИУТОПИЯ 1984.
- ВОЙНА, КАК СРЕДСТВО КОНТРОЛЯ И УПРАВЛЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ.
- КАТЯ, ПО КНИГЕ ОРУЭЛЛА, ОБЪЯСНЯЕТ ЗАЧЕМ ПУТЛЕР НАЧАЛ ВОЙНУ В УКРАИНЕ.

Рис. 8. Повідомлення одного з російськомовних Телеграм-каналів із засудженням російської влади.

Додаток В. Результати (графіки та діаграми).



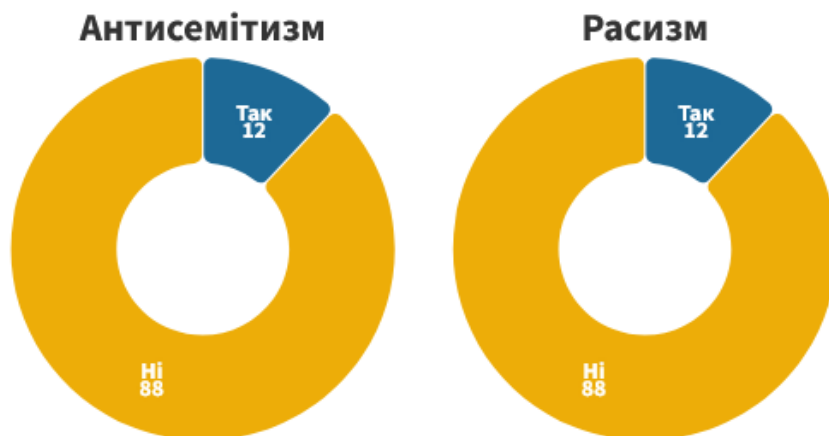


Рис. 1. Особливості контенту проаналізованих Телеграм-груп.

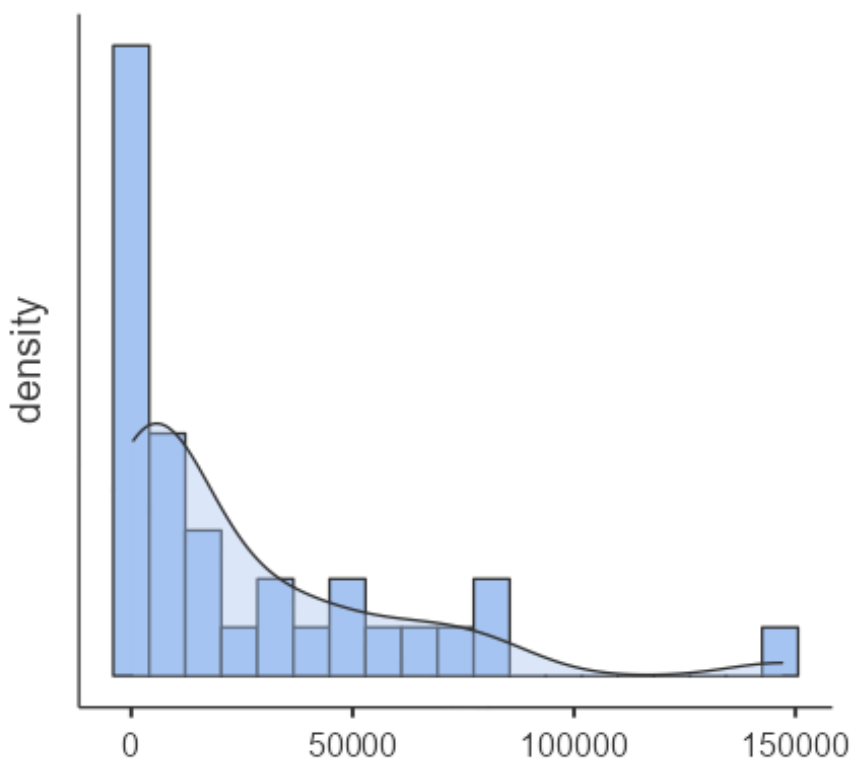


Рис. 2. Розподіл кількості підписників антивакцинаторських груп. Середня кількість — 25 364, медіана — 11 066.

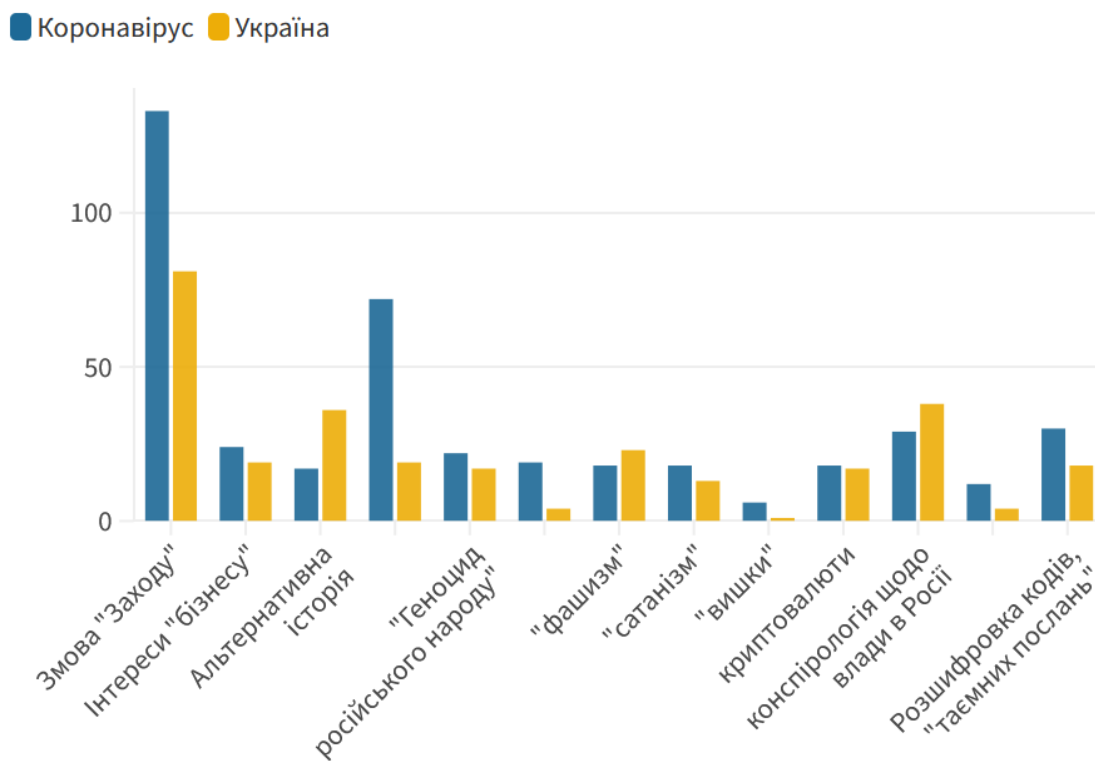


Рис. 3. Найбільш популярні конспірологічні наративи антивакцинаторських груп про війну проти України та пандемію.

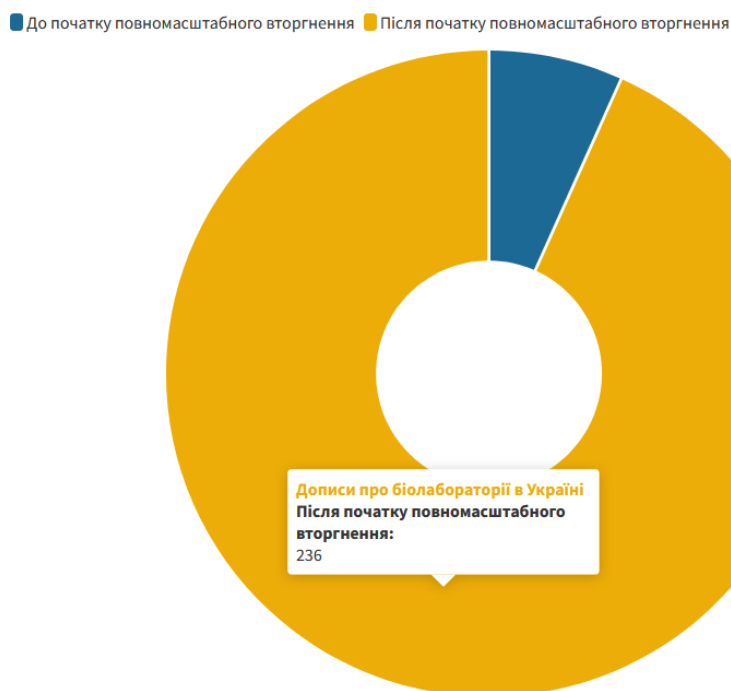


Рис. 4. Дописи про біолабораторії в Україні.

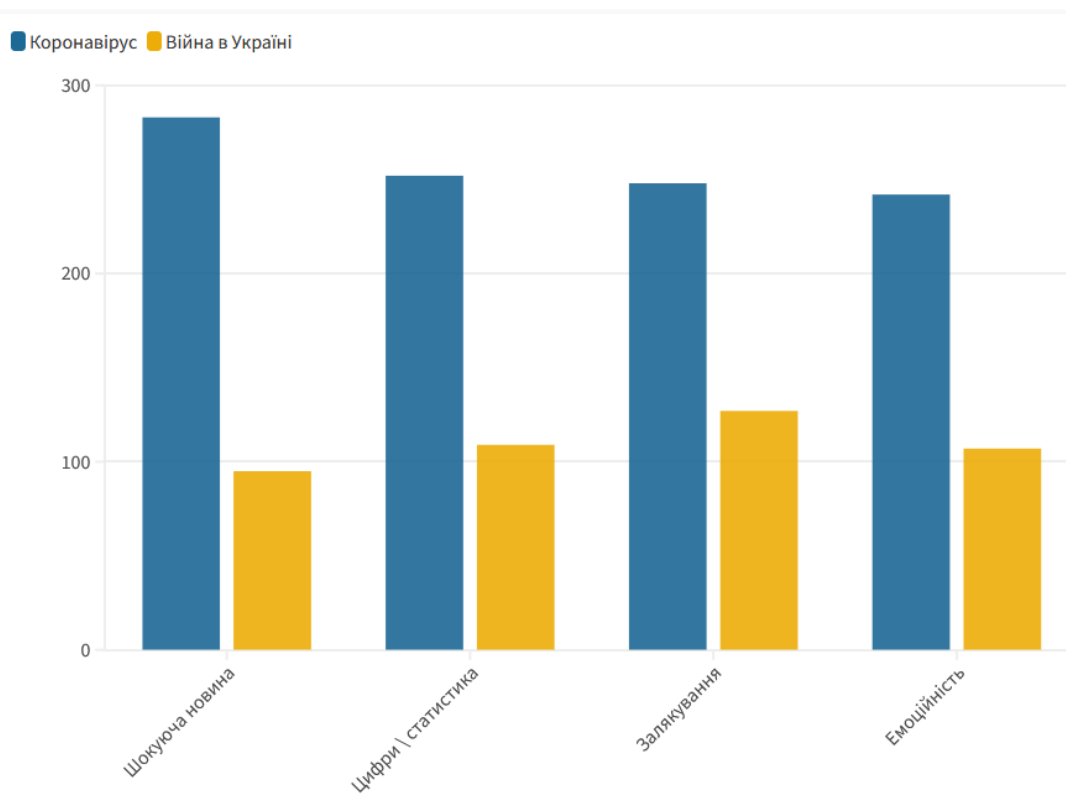


Рис. 5. Методи впливу на аудиторію (кількість дописів).

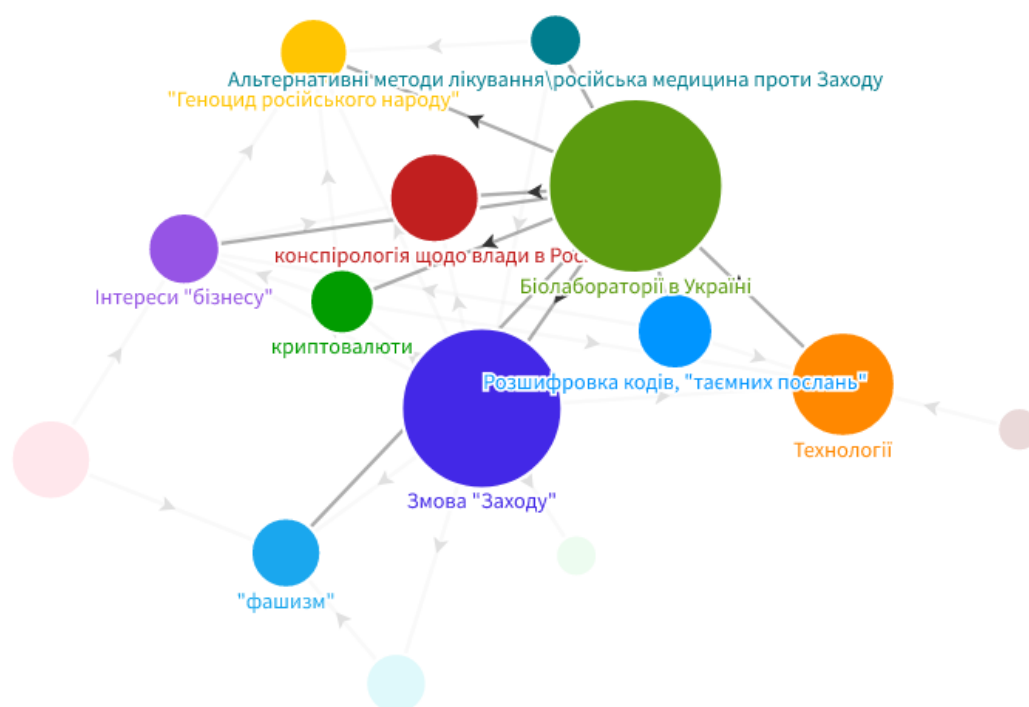


Рис. 6. Зв'язок конспірологічних наративів про біолабораторії в Україні з іншими темами.

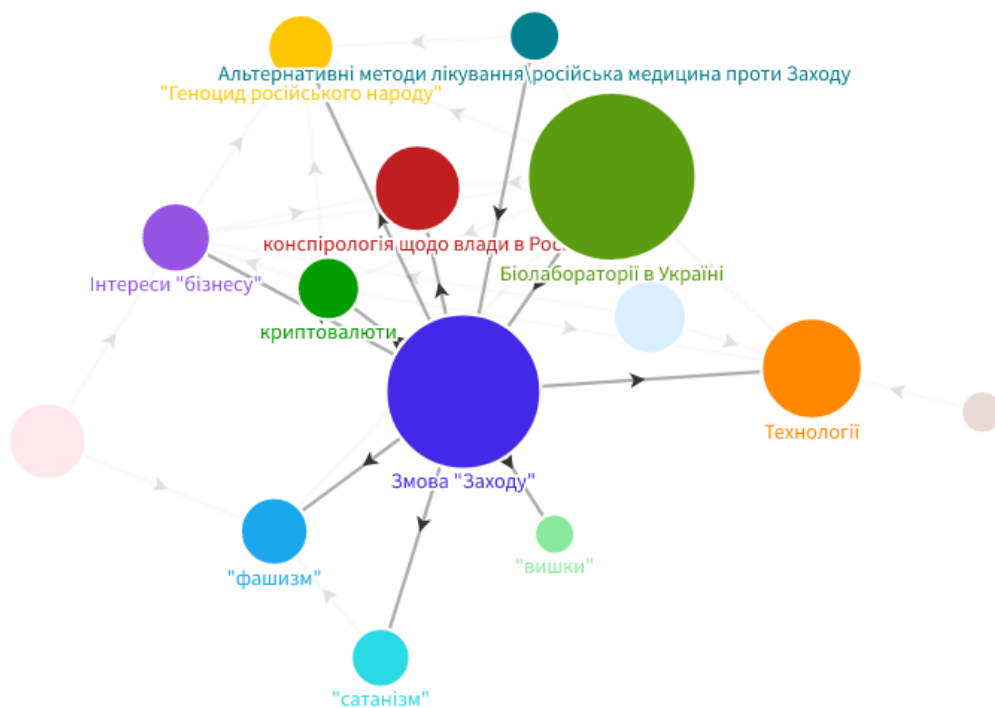


Рис. 7. Зв'язок конспірологічних наративів зі згадками "Заходу" як "ворога" та інших конспірологічних наративів.