

*В.М. Васильченко, кандидат філологічних наук, Д.В. Зотенко
(Національний авіаційний університет, Україна)*

Медіавіруси та фейки як складники інформаційної війни

Концепція медіавірусів має виключно прикладний характер, але в той же час вона не отримала жодного теоретико-методологічного обґрунтування. Існує багато прикладів, де застосування медіавірусів є успішним, зокрема так можна сказати про інформаційну війну в соціальних мережах. Мета фейків – дискредитувати відносини між постраждалою в інформаційній війні державою та її партнерами в різних сферах.

Високий рівень технологізації та інформатизації суспільства, виформування єдиного світового інформаційного простору поряд із очевидними перевагами стали серед іншого підґрунтям для появи такого поняття, як «інформаційна війна», де основною зброєю є інформація. Використання цієї зброї виконує одне з головних завдань інформаційної війни: шляхом пропаганди вплинути на свідомість ворога у сфері емоцій та ідеологічного світогляду, привести, з одного боку, до послаблення його в моральному та матеріальному плані, а з іншого, – зробити сильнішим за цими параметрами власне суспільство. Цей різновид війни є компонентом боротьби у галузі ідеології. Одним із найголовніших інструментів інформаційної війни є використання медіавірусів.

Медіавіруси – це інформаційні носії (події, чутки, діяльність організацій чи окремих осіб), що доносять у прихованому вигляді завуальовані ідеї та меседжі. Науковці виділяють декілька типів медіавірусів:

- цілеспрямовані віруси – реклама, передвибірчі гасла, штучно детоновані «інформаційні бомби»;
- віруси-тягачі – спонтанно виникають та миттєво підхоплюються, а також наповнюються певним змістом, спрямованим на виконання конкретних завдань;
- спонтанні віруси – народжуються та поширюються без конкретної мети, у разі успішності можуть бути використані для виконання певних завдань [1].

Найбільш вдалою формою приховання для медіавірусів є події, винаходи, інноваційні технології, наукові теорії, філософські системи та культурологічні концепції. Використання згаданих форм найлегше проникати в конкретне інформаційне середовище, не привертаючи увагу суспільства та не створюючи підстав для підозри. Становлення медіавірусів позначене появою специфічної сукупності прийомів ведення інформаційної війни, яку практикують деякі медіаактивісти або їхні групи – тобто медіаактивізму. Використання цього методу має на меті створення широко розрекламованих окремих медійних персон або організаційних структур, які є авторами і які несуть у світ тематичні медіавіруси. Цей вид діяльності спрямований на створення резонансу в соціумі через створення альтернативних джерел новин.

Формами його вираження можуть бути блоги, стрімінг, онлайн-петиції, відео- та аудіорозслідування. Успішний медіавірус, який отримує широку підтримку з боку користувачів, переходить в режим існування, що ґрунтується на правилах та принципах, які характерні для процесів внутрішньогрупового спілкування.

Головна мета функціонування медіа вірусів – вивчити навколишнє середовище, перевірити певні ідеї та потенційний ефект від їхнього застосування, створити й консолідувати власні інформаційні платформи для подальшої агресії. Найагресивніші операції подаються як вимушені, спрямовані на боротьбу зі «світовим злом», на захист обраних (наприклад, на захист російськомовного населення Криму та Донбасу від українських «фашистських націоналістів») [2].

На другому етапі поширення медіавірусів і фейків забезпечує формування атмосфери розладу духовного життя, провокування конфліктів, руйнування довіри й пошани до влади в державі; простежується дестабілізація політичної ситуації (конфлікти, репресії, терор); провокування соціальних, політичних, національних, релігійних зіткнень; ініціювання масових протестних акцій та безладів на вулицях тощо. Медіавіруси можуть стати поштовхом до масових заворушень. У соціальних мережах роль медіаактивістів відіграють тематичні групи або окремі блогери, які діють як своєрідні кібердиверсанти.

Медіавіруси можна визначити як поліваріативні засоби інформаційно-психологічної експансії, наділені стандартними параметрами інформаційної війни другого покоління, що мають ознаки асиметрії. Їхні засадничі характеристики дають змогу відносити їх до інформаційної зброї. Поряд з виразними перевагами медіавірусів необхідно зазначити й певні технологічні недоліки, які виходять насамперед із того, що це явище має суб'єктивний характер. Реакція на такий меседж, що виявляється в підтримці його чи ігноруванні, абсолютно детермінується персональним сприйняттям, яке демонструє кожний конкретний реципієнт. Водночас варто пам'ятати, що вірусний контент, поширюваний у соціальних онлайн-мережах, може мати неконтрольований характер. Продуктивний медіавірус, що активно підтримується адресатами, інколи може рухатися, спираючись на принципи й алгоритми ройового інтелекту, який функціонує як інструмент, що використовується у процесах саморегулювання інформаційних потоків, характерних для у певних соціальних груп, до яких також входять і соціальні онлайн-мережі [3].

Фейк – це свого роду шахрайство, вигадана інформація про суспільні події, справжніх людей або ж про речі, явища, що подаються в мас-медіа під виглядом справжніх журналістських матеріалів; навмисно перекручений журналістський матеріал, що повідомляє неправдиву чи спотворену інформацію, яка завдає удару по репутації тої чи іншої особи чи групи людей перед очима реципієнта, дискримінує їх. У сучасних українських соціальних медіа фейкова інформація спрямована на дезінформацію, введення в оману аудиторії, що в результаті викликає не позитивні, а негативні емоції [4].

Основна мета фейкових повідомлень – посягти сумніви та переконати аудиторію в правдивості наданої інформації. Завдання – дезінформувати

аудиторію; просувати свої погляди, систему цінностей або політичну платформу; спричинити агресивність; похитнути позицію людини і змусити її засумніватися; сіяти паніку; змінити усталену думку в аудиторії; спонукати до певної дії; активізувати увагу та зацікавити аудиторію; переконати її з використанням вигаданих фактів; залякати аудиторію тощо. Фальшива інформація, медіавіруси та Твітер-шторми створюють і посилюють інформаційний шум – нефільтрований потік інформації, в якому корисність отриманих даних зменшується прямо пропорційно до кількості даних; другорядна, нерелевантна інформація, яка супроводжує або замінює основне повідомлення. В умовах інформаційного шуму важко прийняти раціональне рішення через швидке збільшення кількості надлишкової інформації. Складність полягає вже не у факті отримання інформації, а в можливості її якісної обробки [4]. Слід зазначити, що формат медіавірусу є одним з найзручніших для використання у форматі інформаційних війн, розв'язаних у соцмережах. Характеристики медіавірусу разом із його серйозним потенціалом при правильному та доречному використанні можуть дати результат, подібний до того, що забезпечує зброя масового знищення. Однак непередбачуваний характер, детермінований значною кількістю чинників, інколи може призвести до знецінення зусиль, спрямованих на його творчу підготовку. Через це перспективною щодо подальшого опрацювання теми визначимо потребу дослідження чинників ефективності медіавірусів та умови їхнього результативного застосування. Доцільно стверджувати, що найважливішими щодо цього є психологічний і медійний складники та особливості ситуативних обставин [5].

Держава-агресор дуже часто використовує фейки, які можуть завдати значної шкоди іміджу постраждалої державі, тобто завдання поширення неправдивої інформації полягає в руйнуванні авторитету й іміджу України, підриві довіри до неї з боку країн-партнерів. Скажімо, Російська Федерація запустила фейк про те, що українські військові негуманно поводяться з полоненими: Українське МЗС відповіло. Суть фейку полягала в тому, що Росія стверджує, що українська сторона начебто не планує виконувати положення Женевської конвенції про поводження з військовополоненими. Також раніше Росія заявляла, що багато українських військових просять притулку в Росії. Міністерство закордонних справ України заявляє, що поширення цього фейку – це ніщо інше, як дискредитування відносин, що існують між державою Україна та міжнародними гуманітарними організаціями, що надають допомогу постраждалим від російської військової агресії та роблять багато для повернення додому тих громадян, що зазнали депортації й опинилися в полоні. На початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну окупанти поширили інформацію про єврейські погроми на Житомирщині. Суть новини в нібито переслідуванні євреїв у Житомирській області. СБУ відразу ж спростувала дану інформацію. Як відомо, Україна – це демократична держава і на її території ніколи б не було здійснено якоїсь дискримінації чи приниження людей інших національностей [6].

Отже, фейки та медіавіруси – це найлегший формат ведення інформаційної війни, особливо в соціальних мережах. Якщо правильно і

грамотно вести таку боротьбу, вона може стати зброєю масового знищення в медіа.

Список літератури

1. Курбан О. Медіавіруси та їх використання як інформаційної зброї. URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/34.pdf>
2. Медіаосвіта та медіаграмотність: підручник. Київ: Центр вільної преси, 2012.
3. Дорошенко А.С. Гібридна війна в інформаційному суспільстві / А.С. Дорошенко // Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». 2015.
4. Світова гібридна війна: український фронт: монографія/за заг. ред. В. П. Горбуліна. Київ: НІСД, 2017.
5. Горбулін В. П. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу URL: http://www.niss.gov.ua/public/File/2015_book/012315_Gorbulyn.pdf
6. Ковальський Г. Інформаційна складова протистояння на Сході України // Гібридна війна: in verbo et in praxi: монографія / Донецький національний університет імені Василя Стуса / під. заг. ред. проф. Р. Додонова. Вінниця: ГОВ «Нілан-ЛІТД», 2017.