

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**МАНПУЛЯЦІЇ ТЕМОЮ ВІЙНИ НА САЙТАХ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА
У 2022–2023 РР. («УКРАЇНСЬКА ПРАВДА», «ТСН», «ОБОЗРЕВАТЕЛЬ»,
«ЗНАЙ.UA»)**

Кваліфікаційна робота
студентки 4 курсу, групи ЛЖ-41,
першого (бакалаврського) рівня
вищої освіти
спеціальності 061 «Журналістика»
Краснікової Софії Сергіївни

Науковий керівник:
Нечаєва Наталя Володимирівна,
кандидат філологічних наук, доцент

Харків – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ I	6
МАНІПУЛЯЦІЇ ТА ЇХНЕ ВИКОРИСТАННЯ В ЗМІ	6
1.1. Сутність поняття «маніпуляція» в ЗМІ	6
1.2. Різновиди маніпуляцій в ЗМІ.....	11
1.3. Стратегія розпізнавання маніпуляцій на новинних сайтах	23
РОЗДІЛ II	28
ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯЦІЙ НА САЙТАХ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ	28
2.1. Українська правда	30
2.2. ТСН	35
2.3. Обозреватель	42
2.4. Знай.ua	48
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62
ДОДАТКИ	68
Додаток.....	68

ВСТУП

Засоби масової інформації (ЗМІ), такі як газети, радіо, телебачення та Інтернет-ресурси, були створені з метою донесення певної інформації відразу до великої кількості людей. Проте, коли мова починає йти не про розповсюдження серед громадян суспільно значущих новин, які стосуються різних питань життєдіяльності держави та соціуму, а про просування думок, які вигідні конкретним людям або групам, то ЗМІ, аби прискорити процес переконання громадськості у правильності чи не правильності даних ідей, привернення до них суспільної уваги або блокування інших точок зору, вдаються до таких методів впливу на свідомість людини як маніпуляції. Крім того, в світі, де в режимі реального часу будь-яка людина без залучення великих бюджетів може поширювати інформаційні повідомлення на власних сторінках в соціальних мережах чи Інтернет-сайтах, зростає конкуренція за споживацьку увагу, а маніпуляції в цьому випадку виступають допоміжними засобом для журналістів «заманити» читачів на свої ресурси, про моральну складову чого можна вести окремі дискусії.

В сучасному світі, де інформаційні технології і соціальні мережі займають все більше місця у нашому житті, маніпуляції можуть призводити до різних наслідків, таких як втрата авторитету медіа, вплив на поведінку людей, зміна думок та ідей мас, загроза для демократії та прав людини тощо. На сьогодні проведено достатній обсяг досліджень, пов'язаних з вивченням маніпуляцій та їхнім застосуванням в ЗМІ. Цією тематикою займалися багато як зарубіжних, так і вітчизняних авторів: Б. Бессонов, Д. Волкогонов, Р. Гудін, Є. Л. Доценко, О. Йокояма, С. Г. Кара-Мурза, Г. Г. Почепцов, Л. Прото, В. Різун, У. Рікер, П. Робінсон, Дж. Рудінов, В. Сагатовський, П. Фрейре, Г. Шиллер, Е. Шостром, М. Чукас та інші.

Актуальність теми дослідження маніпуляцій в медіа для України наразі ще й зумовлена соціально-політичною ситуацією в країні. 24 лютого 2022 року президент Російської Федерації Володимир Путін проголосив про початок так званої «спеціальної військової операції» на території нашої держави. Це стало загостренням

військового конфлікту, який триває між Україною та Росією з 2014 року, з анексії Криму та окупації частини територій Донецької та Луганської областей.

Паралельно з військовими діями РФ веде інформаційну війну. Її складовими є розповсюдження через ЗМІ маніпуляцій, фейків, дезінформації та пропагандистських повідомлень. Ключовим в протидії подібній інформації є швидке реагування на неї, спростування та роз'яснення поточної ситуації. Для розвінчання міфів, створених пропагандою ворога, українські медіа мають користуватися фактами, а не маніпуляціями. Проте подібні технології в українському інформаційному полі все ж існують і можуть стосуватися, зокрема, і теми війни.

Використання маніпуляцій в українських медіа може пояснюватися кількома речами: повідомлення належить до пропагандистської компанії Росії; повідомлення є пропагандою України задля дискредитування ворога та введення його в оману; ЗМІ хоче залучити більшу аудиторію, спекулюючи на актуальних темах та використовуючи лексичні методи привернення уваги; ЗМІ репрезентує та просуває думки, ідеї та переконання свого власника або інших зацікавлених осіб; ЗМІ розповсюджує рекламу без відповідного маркування; ЗМІ не дотримується стандартів журналістики, що призводить до ефекту маніпулювання інформацією; людський фактор (неуважність і т.д.). Виявлення та аналіз маніпуляцій дає суспільству змогу аналізувати свій інфопростір задля власної інформаційної гігієни, виховувати медіаграмотність та відповідально ставитися до розповсюдження різних меседжів через газети, радіо, телебачення та Інтернет.

Мета та завдання дипломної роботи: виявити маніпуляції на темі війни на новинних сайтах українських медіа («Українська правда», ТСН, «Обозреватель», «Знай.ua»).

Об'єкт дослідження: новинні сайти українських медіа («Українська правда», «ТСН», «Обозреватель», «Знай.ua»).

Предмет дослідження: маніпуляції на темі війни.

Хронологічні межі дослідження: 2022 – 2023 рр.

Для досягнення поставленої мети, в роботі зазначені наступні **завдання:**

- 1) розглянути існуючу теоретичну базу теми маніпуляцій в медіа;

- 2) описати різновиди психологічного впливу на свідомість людини, які можуть бути застосовані в ЗМІ;
- 3) дослідити способи розпізнавання маніпулятивних повідомлень;
- 4) проаналізувати контент новинних сайтів українських медіа («Українська правда», «ТСН», «Обозреватель», «Знай.юа») на предмет наявності маніпуляцій.

Емпірична база: матеріали українських новинних сайтів «Українська правда», «ТСН», «Обозреватель», «Знай.юа», які були опубліковані в період від 24 лютого 2022 року до початку травня 2023 року та знаходяться в розділі «Новини».

Методи дослідження: контент-аналіз новинних сайтів українських ЗМІ, аналіз матеріалів на сайтах на наявність маніпуляцій.

Структура роботи: робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ І

МАНІПУЛЯЦІЇ ТА ЇХНЄ ВИКОРИСТАННЯ В ЗМІ

1.1. Сутність поняття «маніпуляція» в ЗМІ

В українську мову термін «маніпуляція» прийшов з французької і в дослівному перекладі означає «вміння поводитися» [21]. Проте найзагальніше його визначення подає Оксфордський словник англійської мови, де *manipulation* – це «поводження з об'єктами зі спеціальним наміром, особливою метою; ручне управління; рухи, що виробляються руками» [6]. Українські словники містять приблизно такий самий варіант прямого значення, як наводить Оксфордський, а ось переносним або розмовним вважають ототожнення маніпуляцій з «махінаціями» або «шахрайством» [4]. Однак Оксфордський словник також визначає маніпуляції як «акт впливу на людей або управління ними чи речами зі спритністю, особливо зі зверхнім підтекстом, як приховане управління чи обробка» [6, с. 44].

Дане поняття вивчається в різних галузях, таких як політологія, соціальна психологія та соціологія. Так, «Словник сучасної соціології», виданий в 1969 році, визначає маніпуляцію як «таке застосування влади, при якому той, хто володіє нею, впливає на поведінку інших, не розкриваючи характеру поведінки, яку він очікує від них» [4]. «Короткий Оксфордський політичний словник» обмежує маніпуляцію парламентською сферою і визначає її як «використання певної ситуації на свою користь із застосуванням процедурних механізмів (зміна порядку денного або правил голосування) та шляхом подання нових пропозицій (без урахування їхньої цінності, а з метою розколоти коаліцію, якій інакше дісталася б перемога)» [4].

Соціолог С. Кара-Мурза говорить про маніпуляції, як про спосіб панування шляхом духовного впливу на людей. Відбувається це через програмування їх поведінки. Він також робить акцент на тому, що завдання маніпулятора в цьому впливі – змінити думки, переконання та цілі людей у потрібному напрямі [11]. Американський медіакритик Герберт Шиллер своєю чергою підкреслює, що для

досягнення найбільшого успіху той, ким маніпулюють, має вірити, що все, що відбувається, – природне та неминуче. Тобто маніпулятору потрібно створити фальшиву дійсність, у якій присутність маніпуляції не буде відчуватися [37]. Згідно з визначенням бразильського психолога Пауло Фрейре, маніпуляція розумом людини – «засіб її поневолення». Дослідник зазначає, що це технології, з допомогою яких «панівні еліти намагаються підпорядкувати маси своїм цілям» [37]. Доповнюючи слова Фрейре, Шиллер пише, що «використовуючи міфи, що виправдовують, часом навіть оспівують існуючі умови життя, маніпулятори забезпечують широку підтримку такому соціальному ладу, який не відповідає справжнім довгостроковим інтересам більшості» [37]. В такому ж контексті маніпуляції розглядає соціолог М. Чукас. Він вважає, що причиною маніпулювання є зіткнення інтересів соціальних груп, а «прагнення заручитися підтримкою широких верств населення зумовлюється, насамперед, загальною стратегією прихованого й непрямиго маніпулювання громадською думкою – стратегією обману» [24, с. 13].

Сформульованих же конкретних визначення цього поняття дослідниками, які його вивчають, існує не так багато. Доктор психологічних наук Є. Доценко наводить їх у вигляді таблиці:

Табл. 1. Визначення терміну «маніпуляція» різних дослідників.

	Автор	Визначення
1.	Б. Бессонов	Форма духовного впливу прихованого панування, здійснювана насильницьким шляхом.
2.	Д. Волкогонов	Панування над духовним станом, управління зміною
3.	Р. Гудін	Приховане застосування влади (сили) всупереч передбачуваній волі іншого.
4.	О. Йокояма	Оманливий непрямий вплив на користь маніпулятора.
5.	Л. Прото	Прихований вплив на здійснення вибору.

6.	У. Рікер	Така структуризація світу, яка дає можливість вигравати.
7.	Дж. Рудінов	Спонування поведінки за допомогою обману або гри на передбачуваних слабкостях іншого.
8.	В. Сагатовський	Ставлення до іншого як до засобу, об'єкта, знаряддя.
9.	Г. Шиллер	Приховане примушення, програмування думок, намірів, відчуттів, взаємин, установок, поведінки.
10.	Е. Шостром	Управління й контроль, експлуатація іншого, використання в ролі об'єктів, речей.
11.	П. Робінсон	Майстерне управління або використання.

Базуючись на цих описах Доценко вивів сім груп ознак, які мають бути притаманні впливу, аби називати його маніпуляцією:

1. вплив має бути психологічним, тобто дії маніпулятора мають бути направлені на підсвідомість людини;
2. маніпулятор повинен сприймати іншу людину, як засіб досягнення власних цілей;
3. вигода від маніпуляції - одностороння, її отримує лише той, хто її здійснює;
4. сам факт впливу та його спрямованість мають відбуватися приховано;
5. маніпулятор грає на слабкостях;
6. маніпулятор використовує спонування та мотиваційне привнесення,
7. для здійснення маніпуляцій треба володіти певною майстерністю та вправністю [4, с. 42].

Таким чином, Доценко склав власне визначення, в якому «маніпуляція – це вид психологічного впливу, майстерне виконання якого веде до прихованого збудження в іншої людини намірів, що не збігаються з його актуальними бажаннями» [6, с. 59] Автор зазначає, що головне в термінології саме позиціонування маніпуляцій як

психологічного впливу. Під останнім поняттям, у випадку з маніпуляціями, він каже, що мова йде «лише про односторонню інтенцію, про присвоєння маніпулятором права вирішувати за адресата, що йому належить робити, про прагнення вплинути на його мету» [6, с. 62]. Обов'язковою умовою дієвості маніпуляції буде приховування факту впливу та намірів маніпулятора [6]. Український вчений в галузі соціальних комунікацій Володимир Різун своєю чергою визначає поняття «масова маніпуляція». В його трактуванні це «прихований вербальний, зображальний, жестово-руховий вплив на членів маси, метою якого є поширення масових настроїв, формування громадської думки, її корекція серед членів маси» [28, с. 151]. В такому випадку маніпуляція буде пов'язана зі зміною установок, цінностей, орієнтацій або вчинків аудиторії, а ефективність таких дій буде оцінюватися ступенем несвідомого наслідування, рефлексії і саморегуляції, які отримали індивіди. Різун також робить акцент на тому, що не будь-який вплив є маніпуляцією. Для цього статусу він має бути неконтрольованим, неусвідомлюваним, прихованим для адресата та відбуватися поза його волею та бажанням. Крім того, маніпуляція обов'язково планується і контролюється комунікантом, а її успіх залежить від довіри комуніката. Це твердження виливається в наступну закономірності:

- чим менше знає людина, тим більш вона маніпульована;
- чим більш аполітична людина, тим більш вона маніпульована;
- чим більш довірлива людина, тим більш вона маніпульована [28, с. 152].

Варто зазначити, що маніпуляції в медіа не завжди є негативним явищем. Дослідник комунікаційних технологій Олександр Холод поділяє їх на мутаційні (позитивні зміни моделей поведінки) та інмутаційні (негативні зміни моделей поведінки). У його дослідженнях позитивні маніпуляції це ті, що призвели до позитивних змін поведінки людини або залишили поведінку незмінною [36]. Про те, що до маніпуляцій варто підходити більш нейтрально, ніж негативно, говорить і Доценко. З його міркувань, все залежить саме від цілей застосування таких технологій [6]. Так, якщо використовувати маніпуляції при розмові з терористом, то можна врятувати багато життів, а переконування в правильності здорового образу життя ніяк не нашкодить суспільству.

Тут також важливо розрізняти маніпулювання як процес і власне маніпулятивні методи, тобто техніку впливу. Технікою можна користуватися несвідомо [24]. Для того, щоб стверджувати, що індивід потрапив під вплив маніпулятора, потрібно довести, що дії останнього були навмисними, а це майже неможливо без його розкаянням. З іншого боку, маніпулятивні методи – це конкретні прийоми, які можна розпізнати інтуїтивно або вивчаючи їхні складові.

Оскільки основною функцією засоби масової інформації є донесення певних повідомлень відразу до великої кількості людей, для маніпуляторів такі платформи стають зручними майданчиками для розповсюдження своїх ідей та переконань. Інтернет та соцмережі збільшили можливості маніпуляторів в декілька разів, адже інформація стала більш доступною та легшою для розповсюдження. Крім того, постійна боротьба за увагу аудиторії призвело до ширшого розповсюдження несвідомих маніпуляцій.

Автори книги «Маніпуляції на ТБ» серед причин існування маніпуляцій в засобах масової інформації вказують суб'єктивізм людей, які працюють у сфері мас-медіа, конкуренцію за увагу аудиторії та політичні, соціально-економічні та організаційні умови існування ЗМІ. Так, велика частина спотворень у подачі інформації спричинена індивідуально-психологічними особливостями журналістів, їх особистими політичними симпатіями тощо. Також тут варто враховувати відсоток неточностей в текстах, що призводить до створення маніпуляцій, які виникають в результаті помилок журналістів. Крім того, більшість видань належать певним фізичним або юридичним особам, які через подібні канали хочуть просувати свої ідеї в маси. Здебільшого це стосується політиків, які хочуть потрапити в парламент або інші високі посади. Також варто враховувати відсоток відведених на помилки журналістів [19, с. 7].

1.2. Різновиди маніпуляцій в ЗМІ

Автор практичного посібника «Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи» О. Гороховський наводить наступні причини поширення маніпулятивних технологій в наш час:

1. маніпуляційні методи впливу на свідомість і суспільну думку впроваджуються в інформаційно-комунікаційні процеси, ефект від яких багаторазово підсилюється потужним використанням новітніх інформаційних технологій і засобів комунікації;
2. суттєве збільшення кількості об'єктів маніпулятивного впливу внаслідок легкого доступу до засобів поширення інформації;
3. відсутність ефективної системи соціально-психологічного захисту від маніпулятивних впливів;
4. підвищена схильність значної частини населення до стороннього впливу у зв'язку із тривалим перебуванням у стресових умовах соціального/політичного/військового напруження;
5. неконтрольоване поширення та використання новітніх маніпулятивних технологій (витік інформації про них раніше суворо контролювався);
6. недолуге законодавство та неефективна нормативно-правова база, завдяки яким можна б було перешкоджати використанню маніпулятивних технологій чи притягати до відповідальності тих, хто ними користується [3, с. 56-57].

Основним механізмом, який використовується при маніпулюванні, є переконання або, якщо використовувати більш конкретний термін, сугестія. На думку В. Різуна, засоби масової комунікації неперевершеною володіють як нею, так і маніпулятивною силою [28]. Сугестія – «це процес впливу на психіку людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності при сприйнятті нав'язаного змісту, який не вимагає ні розгорнутого особистого аналізу, ні оцінки спонукань до психічних дій» [34, с. 45]. Навіювання впливає на відчуття людини, а вже потім на її думки та волевиявлення. Переконання, які були засвоєні через механізм сугестії, стають установками та вже дуже важко піддаються змінам [34].

Ступінь успішності маніпуляції значною мірою залежить від того, наскільки широкий арсенал засобів психологічного впливу використовуються маніпулятором і наскільки він гнучкий у їх використанні. Деякі з цих технологій включають:

1. спотворення інформації – це може бути відкрита брехня або часткове спотворення фактів, таке як підтасовування даних або зсув семантичного поля поняття;
2. втаємничення інформації – проявляється в приховуванні певних тем або вибіркового представленні матеріалу;
3. спосіб подачі інформації – надмірна кількість сирової та несистематизованої інформації або її обмежена кількість може заплутати та ускладнити пошук сенсу;
4. особливу структурування тем – метод, який спрямовує отримувача інформації на однозначні висновки шляхом спеціальної організації тематичної структури;
5. момент подачі інформації – включає в себе такі методи, як «підпорогова подача»;
6. лінгвістичні пастки – неявні обмеження на зміст інформації через вибір слів чи виразів, їх спосіб використання чи традиції;
7. риторичні трюки – використання різних риторичних прийомів для переконання;
8. символічну винагороду та ритуали – це застосування символічних нагород або проведення ритуалів для посилення впливу на індивідів;
9. пропаганду – використання комбінації різних прийомів, які паразитують на неістинності висловлювань, щоб створити ефект переконання та контролю над інформацією [6, с. 87].

Оскільки ЗМІ в першу чергу мають справу саме з інформацією, тому саме її журналісти можуть використовувати для переконання аудиторії у правильності, істинності, правдивості тих чи інших ідей та переконань. Інформацію можна приховати, спотворити, сфабрикувати, некоректно інтерпретувати, додати власні домисли та коментарі, вибірково навести факти, навести неточні цитати тощо. Крім того, матеріал можна проілюструвати не відповідними до події фото-, відео- або

аудіо-матеріалами, що спотворить сприйняття інформації або змінить її сенс та зміст [19]. Все це буде вважатися маніпуляціями, які були застосовані або свідомо для впливу на споживача, або несвідомо, наприклад, через неуважність журналіста.

Вичерпний перелік індикаторів маніпулювання в повідомленні наводить С. Кара-Мурза. В книзі «Маніпуляції на ТБ» дані індикатори пояснюють на прикладах, які пов'язані саме з медіа:

1. Мова. Коли журналіст вживає незрозумілі для більшості аудиторії терміни («секвестр», «ваучер», «дефляція», «дефолт») без їхнього системного пояснення, це може свідчити про маніпуляцію, адже якби автор хотів, то доносив би інформацію до широких мас максимально просто.
2. Емоції. Емоційна забарвленість в інформаційних та суспільно-політичних програмах практично завжди маскує проби маніпулювання.
3. Повторення. Виявляється в безкінечному обговоренні на телебаченні однієї і тієї ж теми, використовуючи при цьому однакові комбінації слів.
4. Вилучення з контексту. Ігноруючи ту чи іншу проблему, маніпулятор змушує аудиторію думати про потрібні йому речі.
5. Тоталітаризм джерела повідомлень. Виявляється у відсутності в повідомленні альтернативних думок, опозиції.
6. Змішування інформації та оцінки. Основана на висновках, що, сприймаючи факти, людині складно захиститися від нав'язаних ведучим чи диктором оцінок цих фактів.
7. Прикриття авторитетом. Спроби підтримати будь-яке політичне чи ідеологічне твердження авторитетом конкретної особистості, особливо в тому випадку, якщо вона не має жодного стосунку до тієї сфери, яка пов'язана з цим твердженням.
8. Некогерентність висловлювань. Невідповідність висловлювань, які стосуються однієї теми, достатньо легко вловлюється на рівні інтуїції [19, с. 52-53].

Українська громадська організація «Центр Медіареформи», яка займається виявленням та розвінчанням неправдивої інформації в ЗМІ, дає визначення саме медіа маніпуляцій. Так, вона сприймає їх як «повідомлення, частково істинні, але

представлені таким чином, щоб підштовхнути аудиторію зробити неправильний висновок» або «інформацію, де відсутні будь-які докази, які можуть довести чи спростувати правдивість». Серед ознаки такої інформації фактчекери виділяють:

1. емоційно забарвлена подача;
2. образність подання інформації без конкретних даних, цифр, аргументів;
3. відсутність балансу думок (матеріал висвітлює одну позицію);
4. відсутність фактів-підтверджень (посилань, свідчень офіційних осіб чи реальних свідків, фото чи відео підтверджень);
5. сумнівний ресурс, який розповсюджує інформацію;
6. анонімність чи сумнівність авторства тексту;
7. ознаки цифрового фальшування візуального контенту (фото, відео) [22].

Щоправда, такі самі ознаки має і «фейк», проте це поняття в «Центрі Медіареформи» визначають, як повністю вигадану інформацію або повідомлення, що будується на викривленому факті.

За багаторічну історію дослідження маніпуляцій в медіа різні експерти описали десятки технік та методів маніпулювання. Велику кількість таких прийомів зібрали та описали Віктор Сороченко у своїй роботі «Енциклопедія методів пропаганди (Як нас обробляють ЗМІ, політики та реклама)» та автори книги «Маніпуляції на ТБ» Наталія Лігачова, Сергій Черненко, Валерій Іванов, Сергій Дацюк, які зробили акцент на українському контексті. Нижче ми наведемо ті з них, створення яких залежить виключно від ЗМІ і безпосередньо стосується інформації, контекста, емоцій або авторитетів. Ми не розглядаємо маніпуляції: «тримай злодія», «ефект ореолу», «ефект первинності», «пробні кулі», «створення інформаційної хвилі», «випереджальний удар», бо вони є здебільше політичними; «голодування», бо тут сам факт голодування вже є маніпуляцією; «ефект бумерангу», бо це маніпуляція, яка спрацювала не так, як ЗМІ планувало.

Так, однією з найпоширеніших маніпуляцій, які можуть застосовувати медіа, дослідники називають **анонімний авторитет**. Метод полягає в тому, що ЗМІ цитують авторитетну особу або джерело без зазначення конкретного імені чи ідентифікатора [33]. Посилання на авторитет в матеріалі додає йому вагомості, а отже фразами

«експертний інформатор повідомляє», «наші джерела во ВРУ», «пов'язані з правоохоронними органами люди» журналіст створює уявну дійсність, в якій він має доступ до важливої інформації [19]. Більше того, журналіст не несе жодної відповідальності за хибне повідомлення, адже таке неідентифіковане джерело неможливо встановити. Метод відносять до «сірої» пропаганди, коли використовують наполовину достовірні факти, а з повідомлення незрозуміло, чий інтереси воно представляє [26]. Важливо пам'ятати, що не всі повідомлення, де автор посилається на анонімне джерело, є маніпуляцією. За Кодексом журналістської етики «журналіст має право не розкривати свої джерела інформації, крім випадків, передбачених законодавством України» [13]. Є життєві обставини, коли вказувати ім'я людини в ЗМІ є небезпечним для її життя. Під час війни це стосується, наприклад, військових або людей, які живуть в окупації. Тому тут варто дивитися на аргументацію журналіста, чому джерело залишили анонімним. Якщо аргументів немає, то достовірність повідомлення має ставитися під сумнів [2].

Різновидом попередньої маніпуляції є **узагальнення**. Така техніка використовує фрази на кшталт «науковці кажуть», «лікарі рекомендують», «депутати погоджуються», що створює ефект, ніби велика кількість експертів погоджується з наведеними фактами, ідеями, думками. Також в повідомленні можуть створювати контекст ніби певна проблема широко обговорюється в суспільстві. Для цього журналісти без використання соціологічних даних можуть писати «багато хто говорить», «більшість знає» [2].

Інша маніпуляція, яка також впливає на людей за допомогою авторитетів, це **медіатори**. Це і є той самий індикатор «прикриття авторитетом». Мова йде про ситуацію, коли ЗМІ використовує певну особу для коментування тих чи інших подій, незважаючи на те, чи має вона відповідний для цього фах [33]. Американський соціолог Пауль Лазарсфельд вважав, що ключовим фактором для сприйняття та розуміння інформації людиною є саме її соціальне оточення. Разом з колегами вони виявили, що ЗМІ діють на аудиторію не прямо, а опосередковано, тобто через людей, чия думка є для суспільства авторитетною. Так, дослідники виділили в соціальних

групах так званих «лідерів думки». Зазвичай такими авторитетними були неформальні лідери [45].

Для того, щоб адаптувати аудиторію до негативної інформації, ЗМІ використовують техніку **буденна розповідь**. Для цього журналісти подають новини, які можуть викликати шок, розпач або обурення, спокійним та діловим тоном, використовують нейтральну лексику, не роблять яскравих акцентів та підкреслень. Маніпуляція використовує психологічний ефект звикання: поступово громадяни звикають до трагедій, насильства, політичних та соціальних конфліктів, і надалі вже не сприймають такі події, як вагомі проблеми [33].

Ще одна маніпуляція, яка апелює до емоцій аудиторії – **емоційний резонанс**. Маніпуляцію використовують для того, щоб зняти зі споживачів медійного контенту психологічний захист, аби можна було нав'язувати їм вигідні наративи. Так, після новин, які подаються як максимально резонансні, більш важливі повідомлення сприймаються вже не так гостро або зовсім не отримують відгуку [33].

Різновидом емоційного резонансу, доведеного до абсолюту, є **психологічний шок**. Нецензурована демонстрація крові, понівечених трупів, жахливих вбивств, насильства, жорстокого поводження з людьми та тваринами викликає в аудиторії природний шок, який знімає психологічний захист. Частіше за все демонстрація подібного контенту буде пов'язана з політичним контекстом та нав'язуванням відповідних думок [19].

Також для зняття психологічного захисту з аудиторії маніпулятори використовують **сенсаційність чи терміновість**. Новини, які починаються з фраз «терміново» або «сенсаційно» викликають нервозність у споживачів та знижують їхню здатність критично оцінювати повідомлення. Іноді сенсації мають відвернути суспільну увагу від інших подій [19].

Для того, щоб прибрати новину з порядку денного або викликати негативну реакцію на неї використовують **забобтування**. Наприклад, зацікавлені ЗМІ починають масово публікувати компромат на конкретну людину або постійно хвалити її. Робиться це аби певне ім'я через постійну присутність в новинах почало викликати відразу та втому в аудиторії. Таку маніпуляцію складно виявити, адже

треба довести, що медіа навмисно постійно про когось говорить аби отримати негативну реакцію на персону. Інша мета використання цієї технології - створити «інформаційний шум» аби відвернути людей від головних або більш важливих подій [33].

Ще один поширений маніпулятивний метод – **інформаційна блокада**. Це свідоме обмеження або повне блокування доступу аудиторії до певної інформації. Інформаційну блокаду можуть використовувати як політичний інструмент, аби поширити контроль над населення, або для того, щоб запобігти розповсюдженню шкідливої інформації, наприклад, незаконного контенту [33].

Також ЗМІ часто використовують певні маніпуляції аби натякнути аудиторії, як треба ставити до того чи іншого об'єкта чи явища. Одна з них – **класифікатори**. Дослідник Віктор Сороченко пише, що «те, як об'єкт класифікується, та манера, в якій представляється образ її дії, спрямовують наші думки та емоційні реакції в певне русло» [33, с. 12]. Коли журналіст характеризує певний об'єкт, він бере до уваги одні його якості та ігнорує інші. Частіше за все описуються специфічні риси, які швидко відкладаються у людей в пам'яті. Особливо добре ця маніпуляція працює в порівнянні, коли згадуються виключно негативні риси одного об'єкта та позитивні риси іншого [19].

До маніпуляції, які апелюють до характеристик, також відноситься **використання стереотипів**. Стереотипами в цьому випадку буде сприйняття соціальних об'єктів у спрощеному вигляді. Таке уявлення фіксується в думках людей і його стає важко чимось перебити [19].

Помилкова аналогія. Маніпуляція базується на схильності людей мислити аналогіями та створювати логічні зв'язки. Метод використовує схожість між двома речами для створення переконання в тому, що їхні властивості або характеристики є аналогічними. При цьому можуть робити акцент на неправдивих або несуттєвих схожостях, що призводить до неправильних висновків або спотворення реальності [33].

Створення асоціацій. Цей метод створює позитивну або негативну асоціацію між певними об'єктами, ідеями або поняттями, які в очах громадськості прив'язують

до вже сформованих стереотипів масової свідомості. Часто для цього використовують метафори або відповідний відеоряд [33].

Констатація факту. Маніпуляція полягає в заміні фактів коментарями, коли ЗМІ подають бажане за наявну реальність. До маніпуляції відноситься, наприклад, цитування результатів соціологічних досліджень або новини зроблені з коментарів так званих «лідерів думок» [33].

Різновидом наведеної вище маніпуляції є **рейтингування**. Метод базується на висновках, що виборці хочуть голосувати за переможця. Сороченко пише, що «оголосивши напередодні виборів вищий рейтинг кандидата, можна реально збільшити кількість голосів, які за нього віддадуть» [33, с. 29].

«Спіраль замовчування». Маніпуляція працює наступним чином: журналісти використовують сфабриковані соціологічні опитування, аби переконати аудиторію, що думка, яка лідує, є правильною, правдивою, популярною тощо; люди ж з іншою думкою утримуються від її висловлювання через те, що бояться негативних реакцій або відвертої критики з боку інших. Маніпуляція торкається психологічної залежності мас від думок інших та небажання людей опинитися у соціально-психологічній ізоляції [33].

Зворотний зв'язок. Ця маніпуляція часто використовується під час політичних ток-шоу, коли створюється ілюзія залученості аудиторії завдяки голосуванню глядачів в прямому етері або дзвінків в студію. Сороченко в своїй роботі пише, що «ілюзія участі в дискусії щодо будь-якої актуальної проблеми призводить до більшої зміни думок та установок, ніж просте пасивне сприйняття інформації» [33, с. 14-15].

Соціальне схвалення. За допомогою аплодисментів чи вигуків живої аудиторії в телевізійній студії маніпулятор створює ілюзію соціального схвалення тих чи інших ідей [33].

«Очевидці» події. Для цієї маніпуляції журналісти використовують людей з вулиці. Вуличні опитування - не є соціологічним дослідженням і їх не можна вважати такими, що ретранслюють думки мас. Троте такий ефект можна створити, якщо вибрати для опитування випадкових перехожих, а потім з фрагментів їх відповідей сформувати вигідний маніпулятору смисловий ряд. Крім того, «очевидці» події не

можуть бути єдиним джерелом інформації в повідомленні, адже, якщо крім них ніхто не може підтвердити або прокоментувати факт події, то можливо «очевидці» «підставні» [33].

Ефект присутності. Маніпуляцію часто використовують у кримінальній хроніці або для репортажів з «гарячих точок». Глядачу кажуть, що кореспондент ніби знаходиться на місці подій або має звідти унікальні кадри. Ефект присутності досягається завдяки розфокусу картинки, постійного смикання камери, фонових криків, вибухів тощо. Цією ж маніпуляцією буде вважатися використання реальної хроніки, але змонтованої таким чином, що змінюється контекст події [33].

Обхід з флангу. Маніпулятор має змусити аудиторію себе слухати, аби вплинути на її переконання. Проте люди схильні уникати повідомлень, які суперечать їхнім життєвим принципам. Техніка обхід з флангу має декілька проявів, аби обійти блокатор та змусити людей дослухати інформацію:

- маніпулятор починає говорити з аудиторією про ідеї та теми, які їй цікаві, а заволодівши її увагою вплітає в розмову вигідні йому наративи;
- маніпулятор повідомляє аудиторії факти, які легко довести, а потім подає інформацію, яка йому вигідна;
- маніпулятор подає матеріал так, ніби подані в ньому думки є розвитком ідей, прийнятих в цієї аудиторії [33].

Відволікання уваги. Маніпуляція працює на те, щоб відвернути споживача від суті повідомлення та не дати йому знайти власні докази. Для цього у новини додають музику, особливий відеоряд, плітки, сенсації, рекламу тощо. Інший прояв цієї технології – «інформаційний шум», створений з менш важливих повідомлень для того, щоб зсунути акцент уваги аудиторії з певної новини [33].

Переписування історії. Це довгострокова маніпуляція, яка передбачає поступове формування вигідного маніпулятору світогляду. За допомогою мас-медіа, кінематографу, літературі, рекламі тощо, маніпулятор замінює історичний досвід людей на придуманий ним [33].

Повторення. Сороченко, описуючи цей метод, наводить слова найвідомішого пропагандиста Третього Рейху Йозефа Геббельса про те, що «маси називають

істиною інформацію, яка найбільш знайома» [33, с. 24]. Отже, якщо повторювати одне і те саме повідомлення декілька разів, в один момент можна переконати аудиторію в його істинності. Крім того, споживачі поступово забувають про зміст повідомлень. Тобто, якщо ЗМІ не будуть постійно про щось нагадувати, проблему будуть вважати не актуальною або просто забудуть про неї [33].

Напівправа. Методика полягає в дозуванні об'єму фактів, який отримує аудиторія. Тобто, інформація, яку озвучує маніпулятор є правдивою, проте не повною, із замовчуванням певних аспектів справи або з фальшивою інтерпретацією [33].

Принцип контрасту. Маніпуляція знаходить місце в процесі порівняння опонентів, коли одних маніпулятор змальовує умовно хорошими, а інших - поганими. Технологія використовується для того, щоб уникнути прямих звинувачень [33].

Зміщення акцентів. Суть маніпуляції полягає у вигідному інтерпретуванні подій. Під час такої маніпуляції загальні факти про проблему можуть подаватися правдиво, але зі зміщенням уваги аудиторії на певні аспекти справи. Робиться це для того, щоб виправдати чи дискредитувати одну зі сторін конфлікту чи дискусії [33].

Створення інформаційної хвилі. Техніка полягає в створенні таких інформаційних приводів або повідомлень, які будуть потребувати додаткового коментування в ЗМІ. Основна мета такої техніки - створити так звану «вторинну інформаційну хвилю» для того, щоб з'явилися чутки, обговорення, оцінки тощо. Чим довше про новину не забувають медіа, тим довше вона буде впливає на думки та погляди аудиторії [33].

Створення проблеми. В 80-х роках 20 століття політичні психологи Дональд Кіндер і Шанто Айенгар провели експеримент, спрямований на вивчення впливу ЗМІ на формування політичних переваг у глядачів. Дослідники монтували декілька випусків вечірніх новин, в кожному з яких робили акцент на різні соціальні та політичні проблеми США. Учасники експерименту випадковим чином були розподілені між групами, в яких їм показували різні версії новин. У результаті дослідження аудиторія сформуvala свої політичні погляди та установки, ґрунтуючись на інформації, яку отримали через вечірні новини [44]. Відповідно до експерименту,

маніпуляція «створення проблеми» націлена на підлаштування відповідного порядку денного. Так, медіа можуть свідомо проігнорувати одну подію, але яскраво висвітлити іншу, незалежно від того, наскільки ці проблеми насправді актуальні та важливі для суспільства [33].

Створення загрози. Це метод штучного створення загрози для аудиторії. Головна задача маніпулятора в цьому випадку - змусити споживачів боятися, адже налякані люди краще піддаються зовнішньому впливу та швидше йдуть на поступки в своїх принципах та змінюють переконання, що може бути їм зовсім не вигідними [33].

Пропозиції, що зрослися. Методика направлена на те, щоб обійти критичне мислення людини. Декілька повідомлень подаються як один смисловий ряд. Всі вони окремо є правдивими, проте інформація в цих новинах між собою ніяк не пов'язана. Подаючи такі повідомлення разом маніпулятор створює спотворене уявлення про подію [33].

Отруйний сандвіч. Журналіст приховує позитивну думку чи інформацію між негативним вступом і негативним висновком. Це знищує позитивне враження і за умови вдалого використання робить його практично непомітним. У даної маніпуляції є зворотний варіант – **цукровий сандвіч**. В цьому випадку негативну інформацію розміщують між позитивним вступом та висновком [33]

Коментарі. Мета застосування цієї маніпуляції – створити такий контекст, в якому думки людини будуть формуватися у потрібному напрямі. Так, інформаційний матеріал про факт супроводжується інтерпретацією коментатора, який пропонує аудиторії кілька розумних варіантів пояснення [33].

Існує також ряд технік маніпулювання, які притаманні саме журналістам-коментаторам. Існує також цілий ряд технік, які використовують журналісти-коментатори для формування певної громадської думки. Їх структурувала американська дослідниця Едіт Ефрон ще у 1972 році:

1. **читання думок**, коли коментатор робить узагальнення та висновки, які базуються на декількох заявах людини, ніби він може прочитати приховані сенси її слів та думок;

2. **виключення інформації**, коли коментатор ігнорує в етері думки, які йому не потрібні. Ця маніпуляція своєю чергою поділяється ще на декілька:
 - **перспектива**, коли журналіст подає матеріал з перспективи тільки однієї сторони конфлікту чи дискусії;
 - **підміна**, коли коментатор використовує пом'якшену термінологію або сприятливі визначення для коментування незаконних дій. Прикладом маніпуляції є називати найманих військових «добровольцями», а бандитів «борцями за свободу» [33];
 - **останнє слово**, коли після журналіст закінчує дискусію цитатою однієї зі сторін полеміки;
3. **схвалення**, коли журналіст ідеалізує свій об'єкт. Є шість видів схвалення: похвала; пригнічення негативу; найменування та схвалення негативу; найменування та ігнорування негативу; збільшення значущості; атака на опонента;
4. **приниження**, коли журналіст засуджує свій об'єкт. Альтернативна до схвалення маніпуляція також поділяється на декілька видів: пряма атака; непряма атака (коли коментатор атакує не сам об'єкт, а його оточення); подвійні стандарти;
5. **гумор, сарказм, сатира та іронія** також будуть вважатися маніпуляцією, адже завдяки їм коментатор демонструє своє відношення до об'єкта;
6. **аргумент**, коли журналіст виступає голосом однієї зі сторін дискусії. В деяких випадках наочно видно, як коментатор дає одній стороні більше часу на висловлювання та трактує щойно сказане;
7. **звинувачення за асоціаціями**, коли на об'єкт постійно навішують негативні уявлення та стереотипи;
8. **фальшивий нейтралітет**, коли ніби об'єктивний журналіст насправді приймає одна зі сторін конфлікту чи дискусії. Маніпуляція поділяється на підвиди:
 - **фальшивий комплімент**, коли журналіст спочатку коротко хвалить одну зі сторін, а потім спрямовує на неї велику кількість критики;

- **фальшива критика**, коли журналіст спочатку починає критикувати одну зі сторін, а потім повністю перемикається на її похвалу;
- **фальшиві серії**, коли журналіст створює серії критики однієї зі сторін, але потім різко змінює тему;
- **фальшивий прототип**, коли журналіст представляє думку одного індивіда та постійно підвищує його значущість, але стверджує, що той виступає від імені серйозної політичної сили;
- **напівдебати**, коли журналіст надає аргументи однієї сторони та ігнорує аргументи іншої;
- **подвійна бесіда**, коли журналіст ніби дотримується нейтралітету, суперечить сам собі, а потім спростовує цю суперечність;
- **повна фальсифікація**, коли журналіст використовує цитати або проблеми із великою неточністю [19].

1.3. Стратегія розпізнавання маніпуляцій на новинних сайтах

Вище було детально розібрано, що таке маніпуляції та які їхні види можуть використовувати засоби масової комунікації. Інформація про те, як маніпуляції виглядають, допоможе створити стратегію, за допомогою якої їх можна розпізнавати на новинних сайтах українських медіа.

Для початку треба визначити, що таке новина та новинні сайти.

Медіаекспертка О. Голуб наголошує, що новина – це базовий жанр інформаційної журналістики, яка в сучасному гіперінформаційному світі зайняла головне місце. Центральною ознакою новини є факт. Крім того, новина має бути актуальною та достовірною, написаною зрозумілою для аудиторії мовою. В цьому жанрі зовсім не допускаються оціночні судження, а коментарі експертів та очевидців мають бути чітко відокремлені одне від одного і від фактів. Новина - це швидкий та короткий жанр. Необмеженість Інтернету та потреба в постійній боротьбі за аудиторію сформувала тенденцію, в якій українські національні новинні сайти за добу можуть випустити від 70 до 500 новин [2, с. 32].

Однією з характерних ознак мережевих медіа є мультимедійність. Так, онлайн-видання відрізняються від друкованих формою подачі інформації, с. вони поєднують властивості всіх ЗМІ та мають власну унікальну рису – гіпертекстуальність. О. Ситник визначає новинні сайти як «мережеві медіаресурси, які складаються із об'єднаних між собою (як за змістом, так і за навігацією) веб-сторінок, що спеціалізуються на новинному контенті й виконують функцію ЗМІ в Інтернеті» [32]. Дослідник визначає, що є як самостійні платформи, які існують і функціонують лише в Інтернеті, так і похідні, так звані інтернет-клони або інтернет-версії, – сайти створені задля представництва друкованого чи іншого традиційного ЗМІ в мережі, а також для розширення його функціональних і аудиторних меж [32].

Паралельно з поняттям новинних сайтів існують також новинні портали. Вони мають майже ті самі характеристики, що і попередні, проте є значно складнішими ресурсами, «функціональна платформа яких може вміщувати більше ніж один сайт, мати багато допоміжних сервісів, онлайн-послуг, акумулювати як власний, так і запозичений контент [32].

Так, однією з ключових характеристик новинних сайтів є їх швидкість і доступність. У сучасному світі інформація є цінним ресурсом, а новинні сайти надають можливість бути в курсі останніх подій по всьому світу у режимі реального часу. Однак, такі ресурси не просто поширюють інформацію, вони, як і інші медіа, впливають на формування громадської думки та свідомості. І тут важливу роль відіграє одна з основних проблем поширення інформації через сайти - достовірності. Новини - це жанр, в якому споживачу найскладніше виявляти маніпуляції, адже за добу таких повідомлень людина може прочитати кілька десятків. Зворотна проблема полягає і в тому, що журналіст сайту за робочий день створює десятки таких повідомлень, тому ознаки маніпулювання в деяких з них можуть бути зумовлені людським фактором. Крім того, новинні сайти також стикаються з проблемою фінансування та реклами. Інтернет-реклама є основним джерелом прибутку для багатьох медіа, але це може впливати на об'єктивність та незалежність інформації [32].

Аналізуючи текст новини на наявність маніпуляцій, перше, на що варто звертати увагу, – це заголовок. У 2016 році сайт сатиричних новин Science Post опублікував статтю з назвою «Дослідження: 70% користувачів Facebook читають тільки заголовки наукових статей, перш ніж їх коментувати». Цей допис у соціальних мережах поширили 46 000 людей, більшість з яких навіть не знали, що після в статті розмістили в буквальному сенсі беззмістовний текст, який використовують дизайнери для створення шаблонів. Згодом думку про те, що люди не читають повністю дописи, які розповсюджують, підтвердило спільне дослідження вчених з Колумбійського університету та Французького національного інституту, в рамках якого автори виявили, що 59% посилань, які поширили користувачі соцмереж, не були натиснуті, тобто, люди робили репости прочитавши тільки заголовок [41]. Через таку статистику та велику конкуренцію в Інтернеті журналісти схильні вдаватися до клікбейтів.

Дослівно клікбейт перекладається, як *click* – клікнути (перейти за посиланням) та *bait* – приманка. Центр протидії дезінформації, який є робочим органом Ради національної безпеки та оборони України, зазначає, що мета такого прийому – привернути увагу споживача та змусити його перейти за посиланням. Клікбейтний заголовок можна впізнати по словам «шок», «сенсація», «терміново». Він має викликати здивування чи обурення та найчастіше не відповідає змісту самого повідомлення [34]. Крім того, для привернення уваги в заголовках використовують: спрощення, вражальність, негативність, провокативність, відсилання до основного тексту, запитання та цифри. Для клікбейтів також притаманні перебільшення правди, інтрига, перефразування або виривання слів з контексту [39]. Клікбейт – лагідна форма маніпуляції, адже він не має на меті змінити свідомість людини, а просто хоче привернути її увагу. Проте за ним можуть ховатися й інші маніпулятивні техніки, адже маніпулятор уже заволодів увагою споживача завдяки яскравому заголовку.

Друге, чим треба керуватися для розпізнавання маніпуляцій, – це базові стандарти журналістики: баланс, оперативність, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, повнота [2]. І. Куляс та О. Макаренко додають до цього переліку ще й простоту сприйняття тексту [18]. Багато маніпуляцій просто виключають

дотримання стандартів. Так, коли в повідомленні використовують анонімний авторитет, то вже не можна казати про достовірність інформації, а коли коментатор створює перспективу, то зникає баланс думок.

Різні українські та міжнародні організації, які займаються виявленням фейкових або маніпулятивних повідомлень в мас-медіа («Центр Медіареформи» [22], Міжнародна організація IREX (Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів) [43], проєкт Центру публічної політики Анненбергського Університету Пенсільванії «FactCheck» [42]), також радять звертати увагу на наступні чинники:

- яка репутація у медіа, яке розповсюджує інформацію;
- хто є автором матеріалу;
- чи відповідає заголовок змісту тексту;
- чи відповідає фотографія чи відеоряд змісту повідомлення;
- на які джерела посилається автор;
- чи апелює подана інформація до емоцій споживача;
- чи використовує автор яскраві образи, ярлики, стереотипи, узагальнення;
- чи є конкретні дані, цифри, аргументи;
- чи всі позиції висвітленні;
- чи є коментарі реальних свідків, офіційних осіб;
- чи є ознаки цифрового фальшування візуального контенту (фото, відео);
- чи не замовчувалася у матеріалі інша загальновідома інформація;
- чи все було зрозуміло у викладеному матеріалі;
- коли була оприлюднена перша інформація;
- чи містить повідомлення сенсацію, шок, компромат.

Висновки до розділу 1

Із зазначеного в першому розділі можна зробити висновок, що в широкому розумінні маніпуляції – це психологічний вплив на свідомість людини задля зміни її думок, переконань та ідей, який проводиться приховано та контролюється маніпулятором. У медіа маніпуляції визначаються спотворенням, прихованням або

вигідним викладенням інформації. Для цього журналісти, ведучі та диктори можуть використовувати різні методи впливу, такі як емоції, контекст, авторитети, акценти, аналогії, узагальнення, повторення тощо. До таких засобів ЗМІ вдаються або для просування в маси власних ідей, ідей своїх власників та замовників, або для залучення більшої аудиторії споживачів, що під собою також може мати мету подальшого розповсюдження вигідних наративів. Місце має і несвідоме маніпулювання, яке виникає, наприклад, через помилки авторів текстів.

В еру цифровізації медіа отримали можливість розповсюджувати інформацію в режимі реального часу. Сайти дають медійникам змогу залучити велику аудиторію користувачів, використовувати різні інтертекстуальні засоби, не мати обмежень у розмірах текстів та наповнені повідомлень додатковими елементами (фото, відео, аудіо тощо), будувати прозору комунікацію зі споживачами тощо. Власне, з цих же причин Інтернет і є місцем поширення маніпуляцій. Тим паче, коли мова йде про такі короткі жанри як новина, адже на відміну від інтерв'ю чи статті, людина витрачає на її осмислення менше часу. За один день людина може прочитати десятки новин. Через те, що їх усвідомлення має відбуватися швидко, такий жанр найлегше піддається свідомим маніпуляціям, а через велику конкуренцію – і несвідомим. Саме тому, новинні сайти – одні з ресурсів, які найбільше схильні до поширення різних методів впливу на свідомість людини.

Виявити методи маніпуляцій в текстах можливо, вже просто знаючи про їх існування та характеристику. Крім того, варто звертати увагу на дотримання в матеріалах стандартів журналістики, адже деякі з маніпуляцій виключають їх дотримання. Також більш критично треба ставитися до новин з яскравими клікбейтними заголовками, емоційною лексикою, складними термінами тощо.

РОЗДІЛ II

ВИКОРИСТАННЯ МАНІПУЛЯЦІЙ НА САЙТАХ УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ

Для аналізу українських новинних сайтів на наявність маніпуляцій ми обрали чотири медіа: «Українська Правда», «Телевізійна Служба Новин» (ТСН), «Обозреватель» та «Знай.юа». Відповідний вибір було зроблено, враховуючи власні уподобання, дані веб-аналітики компанії SimilarWeb щодо мережевого трафіку та дослідження Інституту масової інформації (ІМІ) щодо дотримання базових стандартів журналістики. Так, кожен з цих сайтів за останні п'ять років був лідером переглядів серед українських онлайн-медіа або заявляє про це на своєму ресурсі. Однак основним критерієм для вибору стало саме дотримання журналістських стандартів, адже порушення деяких норм може бути першою ознакою наявності маніпуляцій. Ми обрали максимально різні результати: від більш як 90% дотримання стандартів «Українською Правдою» до 86% недотримання «Знай.юа». Варто зазначити, що в групі ЗМІ, які від самого початку були створені як онлайн-медіа, є сайт ТСН, який запустили під брендом вже існуючих та популярних на той момент новинних випусків «Телевізійної служби новин», що і сьогодні виходять на каналі «1+1». До того ж три з чотирьох сайтів були запуснені в один і той самий період з 2000 по 2007 рік. До них додався відносно молодий сайт «Знай.юа», який працює з 2015 року.

На кожному сайті ми відібрали по декілька матеріалів (максимальна кількість 14), які привернули нашу увагу, знаходилися в стрічці новин, були опубліковані в період 2022-2023 років, містили маніпуляції та напряду чи опосередковано пов'язані з темою війни в Україні. Публікації ми аналізували на дотримання журналістських стандартів, відповідність заголовків твердженням у текстах, відповідність фотографій у матеріалах їх змісту та ознаки методів маніпулювання.

Варто зазначити, що в своєму дослідженні ми будемо орієнтуватися на загальноновизнані журналістські стандарти, які стосуються формату новин. Крім того, до уваги не буде братися стандарт точності, адже матеріали з маніпуляціями від самого початку виключають його дотримання. Так, для аналізу сайтів українських

медіа ми будемо керуватися наступними принципами (базуючись на роботах І. Куляса, О. Макаренка [18] та О. Голуб [2]):

1. Баланс – в журналістських матеріалах повинні бути представлені всі сторони конфлікту або дискусії; в текстах має бути всебічне висвітлення події.

2. Оперативність – аби оцінити стандарт оперативності, в матеріалі має бути зазначена дата, коли наведена інформація стала відома громадськості; новини на сайті мають дату публікації, тож стрічка новин припускає, що інформація в новинах стала відома сьогодні.

3. Достовірність – посилання в матеріалах мають бути на ідентифіковані та надійні джерела; якщо джерело залишають анонімним – це має бути обґрунтовано. Медіакритики вважають соціальні мережі ненадійними джерелами інформації, однак наразі багато офіційних структур мають сторінки в Facebook, Instagram, Twitter тощо. Крім того, в умовах війни, соцмережі можуть бути єдиним способом отримати інформацію, тому ми будемо вважати їх допустимими джерелами, якщо сторінки є офіційними, ідентифікованими та відкритими. Зважаючи на те, що паралельно військовим діям Російська Федерація веде проти України інформаційну війну, посилання на російські медіа або спікерів будемо вважати таким, які потребують зазначення їх проблемності.

4. Відокремлення фактів від коментарів – в матеріалах недопустимі узагальнення; факти повинні бути чітко відокремлені від цитат героїв матеріалу та думок журналіста; в новинах взагалі немає бути коментарів автора, оцінок, яскраво забарвленої лексики, порівнянь тощо.

5. Повнота – новини мають відповідати на питання: що сталося, де сталося, коли сталося; якщо зміст потребує, то на новинних сайтах має бути дописаний бекграунд історії: передумови, контекст; терміни мають бути пояснені; посади розписані; експертність спікера доведена. Якщо в матеріалі не дотримуються стандартів балансу думок та достовірності, то стандарт повноти стає автоматично неможливим.

2.1. Українська правда

Видання «Українська правда» (УП) було започаткована як Інтернет-ЗМІ в квітні 2000 року журналістом Георгієм Гонгадзе, який активно піднімав питання про свободу слова та цензуру в Україні. Через півроку функціонування новоствореного медіа громадськість дізналася про вбивство Гонгадзе. Ця подія стала поштовхом до протестів проти тодішнього президента Леоніда Кучми, адже спливла інформація, що до трагедії може бути причетне вище керівництво країни та він особисто. На сьогоднішній момент замовників вбивства журналіста все ще не встановили [31].

Після смерті Георгія Гонгадзе «Українську правду» очолила співзасновниця видання Олена Притула. Вона також була головною редакторкою до 2014 року, коли передала ці повноваження Севгіль Мусаєвій [30]. В травні 2021 року Притула передала 100% корпоративних прав на «Українську правду» та всі його активи групі інвестиційних компаній Dragon Capital, які також володіють «New Voice» (до 30 грудня 2022 року медіа мало назву «Новое время»), «Радіо NV» та контрольним пакетом видань «Мінфін» та Finance.ua. Так, новим власником медіа став чеський бізнесмен та гендиректор Dragon Capital Томаш Фіала. Зазначається, що сторони домовились про збереження редакційної політики та незалежну роботу УП від NV [14]. На сайті видання також написано, що «Українська правда» є власністю ТОВ «УП Медіа Плюс» [35].

Компанія має багато пов'язаних проєктів, серед яких власне «Українська правда», «Економічна правда», «Українська правда. Життя», «Українська правда – форум», «ТаблоID», «Українська правда – блоги» та «Доступ до правди». Крім того, холдинг має партнерів, які з 2021 року не пов'язані з «Українською правдою» фінансово або через механізми власності та менеджменту, – це ресурси «Європейська правда» та «Історична правда» [10]. Матеріали на сайтах виходять українською, англійською та російською мовами. У стрічці новин УП трапляються новини з «Економічної правди» та «УП.Життя», при натиску на які споживача переносить на окремі сайти, проте в нашому дослідженні ми будемо і їх брати до уваги.

Крім сайту «Українська правда» також має соціальні мережі: Facebook, Instagram, Twitter, Tik-Tok. В Telegram у редакції два канали «УП. Стрічка» та «УП. Клятві питання». Також функціонує YouTube-канал, на якому виходять блоги, інтерв'ю, репортажі, розслідування, документальні фільми та подкасти.

За даними Інституту масової інформації (ІМІ), в першому кварталі 2022 року сайт «Українська правда» став лідером з кількості переглядів з рекордним середнім показником відвідуваності в 136 млн переглядів на місяць. Дослідження проводили з урахуванням даних порталу SimilarWeb, якій фіксує трафік відвідуваності сайтів. За рік повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну УП втратило 53,8% переглядів. В першому кварталі 2023 року середній показник відвідуваності становив 63,1 мільйон переглядів на місяць, однак ЗМІ все ще знаходиться на першому місці в рейтингу найпопулярніших українських онлайн-медіа [29].

Крім того, в березня 2023 року «Українська правда» увійшла до списку найякісніших і відповідальних українських онлайн-медіа, який підготували експерти ІМІ на основі моніторингових досліджень. За результатами аналізу, рівень дотримання професійних стандартів на ресурсах, які увійшли до так званого Білого списку, в середньому становив близько 95% [23].

На таблиці 2 можна побачити повний аналіз відібраних нами матеріалів новинного сайту «Українська правда». Таблиця 3 своєю чергою демонструє загальну кількість методів маніпулювання, виявлених в зазначених текстах.

Табл. 2. Аналіз матеріалів новинного сайту «Українська Правда»

		Стандарти журналістики*					Заголовок	Фото/відео	Маніпуляції	Рубрика
		Б.	О.	Д.	В.	П.				
1.	Окупанти перерізають горло полоненим після допитів – перехоплення СБУ	+	+	+	-	-	Заголовок вводить в оману	Нейтральна ілюстрація	Констатація факту, узагальнення, «очевидці» подій	
2.	НБУ вже переказав на потреби армії	-	+	+	+	-	Акцент на слові «вже»		Маніпуляція цифрами	

	20 мільярдів: скільки лишилось на спецрахунку									
3.	Поки спав, прилетіла ракета: у Львові провели складну операцію на черепі хлопчику з Харківщини	+	+	+	+	+	Емоційний заголовок = клікбейт	Фото мають вказані джерела	Емоційна забарвленість, оціночність	
4.	СБУ затримала «енергетика», який перенаправив світло військовим Росії	+	+	+	-	+	Порушено презумпцію невинуватості	Фото мають вказані джерела	Констатація факту	
5.	«Ми тут м'ясо»: окупанти скаржаться, що ЗСУ нищать їх "пачками" – перехоплення	-	+	+	+	+		Скріншот мас вказане джерело	«Очевидці» подій	
6.	«Ми оточені, дзвоню попрощатися»: окупант з «котла» скаржитья дружині – перехоплення	-	+	+	+	-		Нейтральна ілюстрація	Констатація факту, очевидці події	
7.	Порошенко все ще за кордоном, хоча відрядження вже закінчилось – джерела	-	+	-	+	-		Фото має вказане джерело	Анонімний авторитет	
8.	Налякані і деморалізовані: депутатка з Бучі розповіла про моральний стан загарбників міста	-	+	-	-	-			Констатація факту, узагальнення	
9.	«Будемо перепливати Дніпро»: ГУР опублікувало розповідь окупанта про «котел» на Херсонщині	+	+	+	+	+	Заголовок вводить в оману	Фото має вказане джерело	«Очевидці» подій	

*журналістські стандарти: баланс думок, оперативність, достовірність, відокремлення фактів від коментарів,
повнота

Табл. 4. Види та кількість маніпуляцій, які були знайдені в проаналізованих матеріалах новинного сайту ТСН

	Маніпуляція	Кількість
1	Констатація факту	5
2	Очевидці подій	4
3	Узагальнення	2
4	Анонімний авторитет	1

Так, на сайті «УП» ми знайшли 9 публікацій, які мають ознаки маніпуляцій. 6 з 9 новин були переписаними пресрелізами державних структур (ГУР, СБУ та НБУ), з яких 4 стосувалися перехоплених українською розвідкою розмов російських військових зі своїми рідними або друзями. «УП» публікує подібні новини регулярно [Додаток А. 1].

Для спецслужб перехоплення розмов – метод збирання інформації про ворога. Коли журналісти розповсюджують таку інформацію на новинних сайтах та беруть саме перехоплення за інфопривід – це стає маніпуляцією, адже зі слів однієї людини не можна зробити об'єктивний висновок про перебіг подій на фронті. Коли на перехоплених розмовах російські військові розповідають про свої поразки – це працює на деморалізацію ворога та заспокоєння українців, а коли розповідають про звірства – це працює, як мотивація мститися, а отже, і боротися. Окремо такі новини є маніпуляцією «очевидцями» подій, хоча коли подібні перехоплення додатково коментує СБУ або ГУР з додаванням інформації, наприклад, про те, що особу на записі вже встановлено, то навіть зберігається певний баланс думок. Крім того, іноді новини про перехоплені розмови поєднуються з маніпуляцією констатацією факту, як-от в матеріалі №1, де стверджується, що окупанти вбивають українських військовополонених, та №6, де мова йде про «котел», в який потрапили російській військові, однак немає його підтвердження з боку української сторони (що,

наприклад, є в матеріалі №9). В матеріалі №1 констатація факту з'являється через узагальнення.

Також одна новина, зроблена з пресрелізу СБУ (матеріал №4), стала констатацією факту через порушення презумпції невинуватості. Спецслужби часто подають інформацію в своїх текстах як доконаний факт, однак журналісти мають це фіксувати. Поки суд не визнав людину винною, вона не може подаватися в матеріалах ЗМІ як злочин, навіть якщо оперативники затримали його «на гарячому».

У новині, де джерелом є НБУ (матеріал №2), наявна маніпуляція цифрами. «Економічна правда» подається як аналітичний підрозділ УП, однак в цій новині видання просто опублікувало повний пресреліз, в якому перераховується скільки куди пішло грошей, без додаткових пояснень – це багато чи мало. Крім того, в заголовку є акцент у вигляді слова «вже», однак навіщо він був зроблений не зрозуміло.

Констатація факту також присутня в матеріалі №8. В той момент місто Буча в Київській області, про яке йде мова, було окуповане військами РФ. З посиланням на слова депутатки Бучанської міської ради від «ЄС» Катерини Українцевої у FB, в новині стверджують, що окупанти «налякані і деморалізовані». Знову ж таки, це не може бути об'єктивним фактом, а подається саме так. До того ж наразі пост депутатки не доступний, а отже, єдине джерело в новині – проблемне.

В матеріалі №7 є ознаки маніпуляції анонімним авторитетом. Інформацію про те, що депутат Петро Порошенко 6 червня 2022 року все ще перебував за кордоном, хоча його закордонне відрядження повинно було закінчитися ще 2 червня, «УП» надали анонімні джерела, а конкретно «поінформовані співрозмовники». Причину анонімності в матеріалі не обґрунтовують. Крім того, не зазначається чи є «співрозмовники» соратниками, чи опонентами Порошенка, що робить неможливим оцінити упередженість джерела щодо політика. Однак, в новині є і відкрите джерело, – Facebook-сторінка Порошенка, де він 6 червня повідомив, що виступив на Європейському Фінансовому Конгресі у польському місті Сопот. Це відео підтверджує заяви анонімних джерел «УП», однак об'єктивних причин для їх приховання все ще немає. В цьому випадку це додає виданню статусу, створюючи

уявне враження, що воно має вагомі зв'язки в політиці. Наприкінці матеріалу також є посилання на відео, яке ніби має підтвердити, що Порошенка помітили в Лондоні, однак посилання на нього немає.

А от матеріал №3 містить ознаки реклами без відповідного маркування. По-перше, це прес-реліз Першого медичного об'єднання Львова. По-друге, наприкінці тексту на медзаклад робиться особливий акцент та навіть наводиться його мета: «Лікування та реабілітація Стаса відбувається в межах UNBROKEN Ukraine – Національного реабілітаційного центру «Незламні» на базі Першого медоб'єднання Львова. Наша мета – рятувати, протезувати та реабілітувати українців в Україні». Крім того, в матеріалі є оціночність та емоційне забарвлення: «завдяки копіткій роботі фахівців», «складну операцію на черепі», «ледь живою». Однак зазначимо, що подібні публікації є важливими для висвітлення, адже тут мова також йде про висвітлення злочинів РФ.

2.2. ТСН

В першу чергу ТСН або «Телевізійна служба новин» – це щоденні випуски новин, які з 1997 року виходять в прямому етері або записі на телеканалі «1+1». З 24 лютого 2022 року програма виходить в трансляції телемарафону «Єдині новини». В 2007 році був запущений новинний сайт під брендом ТСН, який працює в цілодобовому режимі [15].

Новини на порталі публікують українською, англійською та російською мовами. На сайті, крім новинних публікацій, статей та інтерв'ю, виходять всі телевізійні випуски ТСН, а також онлайн-трансляції найпопулярніших передач «1+1» та футбольних матчів. Крім того, проекти видання широко представлені в соціальних мережах: шість сторінок в Facebook (ТСН, «Ledy.TSN», «ТСН ПРОСПОРТ», «ТСН.Тиждень», «ТСН Live», «ТСН Авто»), по дві сторінки в Twitter («ТСН.ua» та «ТСН Тиждень») та Instagram («ТСН вражає» та Ledytsn), окремі канали на YouTube для ТСН та «ТСН.Тиждень», новинні канали у Telegram та Vider [15].

Сайт TSN.UA входить до складу групи 1+1 Media, кінцевим бенефіціаром якого є український олігарх та політик Ігор Коломойський [25]. Керівником проекту сайту ТСН наразі є Світлана Панюшкіна, заступниками шеф-редактора – Роман Бойко та Тетяна Василенко [15].

В розділі «Контакти» на сайті ТСН стверджується, що він посів першу позицію в Україні за відвідуваністю серед новинних ресурсів – понад 10 млн унікальних відвідувачів, згідно з Gemius [15]. За даними ж Інституту масової інформації, які засновані на цифрах SimilarWeb, середній показник відвідуваності сайту за перший квартал 2023 року становить 41,1 млн, а це 4 позиція рейтингу найпопулярніших українських онлайн-медіа. Зазначимо, що в першому кварталі 2022 року в цьому ж рейтингу ТСН посів 2 місце з середнім показником 113,8 млн переглядів на місяць [29].

Крім того, за даними моніторингу ІМІ, який проводили в грудні 2021 року, сайт ТСН зайняв 8 сходинку рейтингу дотримання професійних журналістських стандартів. Без порушень було написано 68% публікацій. Також зазначалося, що у 26% матеріалів ресурсу було порушено стандарт відокремлення фактів від коментарів. Переважно це були матеріали із сексизмом і об'єктивацією жінок [6]. У 2022 році ІМІ зафіксував на сайті ТСН найнижчий показник дотримання стандарту відокремлення фактів від коментарів серед інших проаналізованих медіа. Порушення містили 38% матеріалів [7]. В 2023 році ІМІ аналізував контент тільки медіа-лідерів дотримання журналістських стандартів, тож даних про ТСН в звітах немає.

На таблиці 4 можна побачити повний аналіз відібраних нами матеріалів новинного сайту ТСН. Таблиця 5 своєю чергою демонструє загальну кількість методів маніпулювання, виявлених в зазначених текстах.

Табл. 4. Аналіз матеріалів новинного сайту ТСН.

		Стандарти журналістики*					Заголовок	Фото/відео	Маніпуляції	Рубрика
		Б.	О.	Д.	В.	П.				
1.	Чи варто Україні боятися нових погроз Путіна: експерт про ядерний шантаж Кремля	-	+	-	+	-	Питання в заголовку = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Медіатор, створення загрози, повторення	Війна
2.	Гучні дискотеки та забиті пляжі: в Одесі розпочався курортний сезон під час війни (фото, відео)	-	-	+/-	-	-	перебільшення, акцент на війні = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Перспектива, констатація факту, принцип контрасту, узагальнення	Ексклюзив ТСН
3.	В Росії символ вторгнення до України зробили логотипом виборів 2023	-	+	-	+	-		Головне фото не відповідає змісту	Відволікання уваги	Війна
4.	«Він – боягуз»: російський опозиціонер спрогнозував, чи застосує Путін ядерну зброю	-	+	-	-	-	Не той експерт для коментування = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Медіатор, констатація факту, створення загрози, повторення	Політика
5.	«Ядерний потенціал полетить у бік Росії»: політтехнолог навів причину, через яку Захід відповідь тотальним ударом	-	+	-	+	-	Не той експерт для коментування = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Медіатор, створення загрози, повторення	Війна
6.	Мріяв про громадянство РФ і допомагав атакувати Львів:	-	+	+	+	-		Ілюстрації мають джерела та підписи	Класифікатори	Львів

	коригувальник росіян отримав довічне ув'язнення										
7.	«Захід хоче добити Росію»: Лавров пригрозив відповіддо «за законами воєнного часу»	-	+	-	+	-	Створення загрози = клікбейт	Немає джерела фото	Створення загрози, відволікання уваги	Війна	
8.	У Росії можлива громадянська війна: чи зможе РФ тоді виплачувати Україні репарації	-	+	+	-	-		Ілюстрації мають джерела та підписи	Констатація факту, узагальнення,	Війна	
9.	«Карта вже побита»: Піонтковський розповів, чим Захід пригрозив Путіну за використання ядерної зброї	-	+	-	-	-	Не той експерт для коментування = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Констатація факту, медіатор, створення загрози, повторення	Світ	
10.	Є лише одна людина, яка може вбити Путіна – Піонтковський	-	+	+	-	-	Побудова заголовку створює додаткові сенси	Немає джерела фото	Медіатор, констатація факту	Світ	
11.	«Ми в д*пі»: колишній міністр РФ заявив про економічну катастрофу	-	+	-	+	-	Немає фактів для підтвердження = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Відволікання уваги, констатація факту,	Світ	
12.	Піонтковський пояснив провал армії РФ в Україні та назвав головну помилку Путіна	-	+	+/-	-	-	Не той експерт для коментування = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Констатація факту, медіатор, коментарі,	Війна	
13.	Як «бавовна» на аеродромах РФ вплине на планування ворогом	-	+	-	-	-	Не той експерт для коментування = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Констатація факту, медіатор	Ексклюзив ТСН	

	ракетних ударів по Україні									
14.	<u>Армія Путіна втратила наступальний потенціал.</u> <u>Жданов розповів, чого очікувати далі</u>	-	+	-	+	-	Не той експерт для коментування = клікбейт	Ілюстрації мають джерела та підписи	Медіатор, констатація факту, створення загрози	Війна

*журналістські стандарти: баланс думок, оперативність, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, повнота

Табл. 5. Види та кількість маніпуляцій, які були знайдені в проаналізованих матеріалах новинного сайту ТСН

	Маніпуляція	Кількість
1	Медіатори	8
2	Констатація фактів	6
3	Узагальнення	4
4	Створення загрози	5
5	Відволікання уваги	3
6	Повторення	3
7	Коментарі	1
8	Перспектива	1
9	Принцип контрасту	1
10	Класифікатори	1

Наше дослідження показало, що найчастіше в проаналізованих матеріалах на сайті ТСН зустрічається маніпуляція медіаторами. Вона присутні у 8 з 14 відібраних

нами новинах. Так, російський публіцист та соціолог Андрій Піонтковський, колишній депутат Держдуми РФ український підприємець Ілля Пономарьов, ізраїльський політтехнолог Михайло Шейтельман та український військовий експерт Дмитро Снегирьов чомусь коментують ядерну загрозу з боку РФ та ймовірність того, що Путін піде на цей крок. Очевидно, що вони не експерти в ядерній сфері та не є найближчим оточенням президента країни-окупанта. В ЗМІ взагалі чомусь часто вважається, що якщо певний фахівець десь колись зустрічався з Путіним (чи іншим лідером), то він вже може прогнозувати його поведінку та давати характеристику його діям. Також важливо те, що проаналізовані нами новини, які стосувалися ймовірного ядерного удару по Україні з боку Росії, були опубліковані в період з 21 по 24 вересня. Тобто цю тему активно висвітлювали на сайті та залучали багато різних експертів. Всі ці спеціалісти нічого конкретного з теми не говорять, але заявляють, що ймовірність є. Серед відібраних нами матеріалів ядерної загрози стосувалися 4, однак на сайті ТСН таких набагато більше. Крім того, новини з цієї тематики регулярно викладають на сайт і зараз [Додаток А. 2]. Тож це маніпуляція «повторення». Така масштабна присутність у новинах говорить людям про актуальність та важливість теми, а з урахуванням, що матеріали стосуються загрози, то вони створюють паніку в суспільстві. Під такі настрої можна просувати певні політичні погляди, рекламу ліків тощо.

Той же Піонтковський робив оцінку «хто може вбити Путіна» (матеріал №10) та пояснював провали російської армії (матеріал №12), хоча, знову ж таки, не має відповідної кваліфікації. Те, що ТСН доволі часто використовує цього експерта у своїх матеріалах, ще раз доводить, що він є медіатором. Крім того, медіатором є і військовий експерт Олег Жданов. Жданов – полковник запасу ЗСУ і має експертний фах у певній сфері, однак навряд чи він знає, які будуть подальші дії російських військових (матеріал №13 та №14). Жданов переважно коментує матеріали про поразки армії РФ, тобто новини працюють на дискримінацію ворога та заспокоюють суспільство. З іншого боку, вони малюють не зовсім об'єктивну картину, а це може спрацювати таким чином, що українці будуть недооцінювати ВС РФ. Є і третя сторона. Новини з прогнозами від Жданова, які наступні удари може нанести Росія та

коли піде в наступ, супроводжуються ще й маніпуляцією констатацією факту, а це також створює паніку в суспільстві. Однак вони також можуть відволікати увагу, наприклад, від проблем державного управління України або українського контрнаступу.

Констатація факту в проаналізованих нами новинах зустрічається в 6 матеріалах з 14. З аналізу видно, що дана маніпуляція, зокрема, присутня в новинах, де є медіатори. Інша категорія текстів ТСН, в яких вона зустрічається, – це новини про Росію. Так, в одній з новин (матеріал №11) йде посилання на колишнього міністра економіки Росії Андрія Нечаєва, який заявив, що після запровадження західних санкцій проти РФ ситуація в російській економіці стала дуже скрутною. Однак в матеріалі не наведено жодного факту, який це може підтвердити, тобто фактично ця новина просто відволікає увагу від українських проблем.

Також констатація факту є в матеріалі №8, де в заголовку з посиланням на голову Офісу президента Михайла Подоляка пишуть, що: «У Росії можлива громадянська війна», а вже в наступному реченні констатують: «Громадянська війна в РФ може тривати до восьми місяців». У цій же новині є узагальнення, адже про неминучість громадянської війни в Росії нібито говорять в «ОП». Подоляк може репрезентувати думку всього Офісу в певних питаннях, але ймовірні прогнози – не той випадок.

Також констатація факту є в матеріалі №2, де стверджується, що в Одесі розпочався курортний сезон. Подібний висновок журналісти зробили з факту, що в одному з нічних клубів влаштували вечірку на честь «відкриття літнього сезону». Однак далі в новині говориться, що офіційно пляжі відвідувати не можна та відкривати їх поки не збираються, а отже, констатація про початок сезону дуже сумнівна. В цій же новині є маніпуляція перспективою, адже різко засуджується проведення вечірок під час війни. В матеріалі є натяк на баланс думок у фразі «однак є й ті, хто пишуть, що відпочивати таким чином – нормально», але її не достатньо для збалансування коментаря зворотної точки зору. Більше того, в новині використали явний принцип контрасту та узагальнення у фразі «поки на сході військові щодня

віддають життя, захищаючи країну від російського ворога, на півдні гуляють на гучних дискотеках».

Загалом маніпуляцію узагальненням ми виявили у 4 матеріалах з 14. Відволікання уваги наявне в 3 новинах, кожна з яких стосується росіян і ніяк не впливає на життя українців. По одному разу були знайдені маніпуляції коментарями, створенням загрози, перспективою, принципом контрасту та класифікаторами.

2.3. Обозреватель

«Обозреватель» був започаткований в 2001 році саме як Інтернет-видання. Наразі існує українська, англійська та російська версії сайту. В 2017-му компанія запустила телеканал Oboz TV. Згодом він отримав ліцензію на цілодобове супутникове мовлення та був перейменований на Obozrevatel TV. В 2019 році холдинг також почав видавати друкований журнал [27].

Медіа має комерційну форму власності. Воно оформлене на ТОВ «Золота середина». Кінцевими бенефіціарами холдингу є два сини політика та підприємця Михайла Бродського (він є головою редакційної ради «Обозревателя») Юрій та Ростислав, а також його друга дружина Світлана Бродська [6]. Посаду шеф-редактора «Обозревателя» обіймає журналіст Орест Сохар, а директора – Михайло Кривда [27].

В розділі «Про компанію» на сайті видання зазначено, що, за даними Google Analytics, щодня «Обозреватель» відвідують близько 1,5 млн унікальних користувачів, а за місяць ця кількість складає 21 млн [27]. Інститут масової інформації, проаналізувавши дані сайту SimilarWeb, пише, що до 24 лютого 2022 року «Обозреватель» мав показник 38,64 млн переглядів на місяць. Повномасштабне вторгнення підняло його аудиторію до 51,64 млн, але, за результатами першого кварталу 2023 року, онлайн-ресурс має аудиторію в 12,6 млн переглядів на місяць [29].

Важливо також зазначити, що звіт ІМІ щодо дотримання журналістських стандартів на сайтах українських медіа за четвертий квартал 2021 року показав, що нормам відповідає 64% матеріалів «Обозреватель». Найкраще на ресурсі

дотримуються стандарту достовірності, таке порушення знайшли лише у 8% матеріалів. 20% матеріалів містили порушення стандарту відокремлення фактів від коментарів [8]. У 2022 та 2023 роках ІМІ надав менш конкретні деталі щодо порушення журналістських стандартів на сайті, тому ми навели дані саме за 2021 рік.

На таблиці 6 можна побачити повний аналіз відібраних нами матеріалів новинного сайту «Обозреватель». Таблиця 5 своєю чергою демонструє загальну кількість методів маніпулювання, виявлених в зазначених текстах.

Табл. 6. Аналіз матеріалів новинного сайту «Обозреватель».

		Стандарти журналістики*					Відповідність заголовка	Відповідність фото	Маніпуляції	Рубрика
		Б.	О.	Д.	В.	П.				
1.	США застосовують руйнівні ракети Tomahawk, якщо Росія завдасть ядерного удару: що вони вміють	-	+	-	-	-	Клікбейт	Немає джерела фото	Констатація факту, підміна, створення загрози, повторення	War
2.	«Ми знищимо всі сили, які зможемо побачити»: ексголова ЦРУ розповів, якою буде відповідь США на ядерний удар РФ по Україні	-	+	+/-	-	-	Не той експерт для коментування = клікбейт	Немає джерела фото	Констатація факту, медіатор, коментарі, створення загрози, повторення	War
3.	Україну приймуть в НАТО без жодних проблем: експерт назвав головну умову	-	+	+/-	-	-	Введення в оману в заголовку	Немає джерела фото	Констатація факту, коментарі, медіатор	War
4.	«Ми вийдемо на наші кордони»: Зеленський заявив, що з українським прапором у Крим прийде Європейський Союз	-	+	+	-	-		Немає джерела фото	Констатація факту, коментарі, створення асоціацій, принцип контрасту, узагальнення	Новини політики

5.	Реформа облэнерго дозволяє ремонтувати пошкоджені під час війни електромережі – Deloitte	-	+	+/-	-	-	Введення в оману в заголовку	Немає джерела фото	Коментарі, медіатори, узагальнення	Економіка
6.	«Спочатку хотіли відсунути кордони НАТО, вийшло якось не так»: Скабєєва засумувала через хід війни проти України	-	+	-	-	-		Немає джерела фото	Відволікання уваги, коментарі	Новини Росії
7.	У Росії на війну проти України хочуть кидати сиріт: замановати на фронт збираються отриманням житла	-	+	-	-	-	Введення в оману заголовком	Немає джерела фото	Констатація факту, коментарі, відволікання уваги	Новини Росії
8.	«Україна є щитом Європи»: Резніков пояснив, чому Росію потрібно зупинити, і вказав на наслідки війни	-	+	+	-	-		Немає джерела фото	Повторення, коментарі	War
9.	Росіян хочуть обкласти новим податком для фінансування війни: що придумав депутат-комуніст	-	+	-	+	-		Немає джерела фото	Відволікання уваги, класифікатори	Макроекономіка
10.	Українців переманюють на роботу в Польщі: що зміниться після перемоги у війні та якими будуть зарплати	+	+	+	-	+	Введення в оману заголовком	Немає джерела фото	Констатація факту, коментарі, узагальнення, анонімний авторитет, некоректне цитування соціологічних даних	Макроекономіка
11.	«До кінця війни або поки не здохнете»: окупант розповів другу про мотивацію в армії РФ. Перехоплення	-	+	+	-	-		Немає джерела фото	Класифікатори, коментарі, узагальнення	War

12	«Навіть не встигають доїхати»: окупант розповів, як ЗСУ накривають вогнем загарбників на Донецькому напрямку. Аудіо	-	+	+	-	-		Немає джерела фото	Коментарі, констатація факту, узагальнення	War
13	Зеленський: затверджено п'ять санкційних пакетів проти РФ і її поплічників, окупанти вже готові до поразки	-	+	+	-	+	Введення в оману заголовком	Немає джерела фото	Констатація факту, коментарі	Новини політики
14	ЗСУ готові до контрнаступу на 90%: Арестович розповів, чого не вистачає українській армії. Відео	-	+	+	+	-	Введення в оману заголовком	Немає джерела фото	Констатація факту, медіатори	War

*журналістські стандарти: баланс думок, оперативність, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, повнота

Табл. 7. Види та кількість маніпуляцій, які були знайдені в проаналізованих матеріалах новинного сайту «Обозреватель»

	Маніпуляція	Кількість
1	Коментарі	11
2	Констатація фактів	9
3	Узагальнення	5
4	Медіатори	4
5	Відволікання уваги	3
6	Класифікатори	2
7	Створення загрози	2

8	Повторення	2
9	Підміна	1
10	Принцип контрасту	1
11	Анонімний авторитет	1
12	Повторення	1
13	Створення асоціацій	1

Наше дослідження показало, що часто в матеріалах «Обозреватель» зустрічаються маніпуляції коментарями (в 11 з 14 проаналізованих матеріалах) та констатація фактів (в 9 з 14 проаналізованих матеріалах). Маніпуляція коментарями напряму пов'язана з недотриманням базового стандарту журналістики щодо відокремлення фактів від коментарів. У новинах «Обозреватель» часто не зрозуміло: пише автор свою власну інтерпретацію подій чи продовжує цитувати героя свого матеріалу.

П'ять разів у відібраних новинах видання було використано узагальнення. Яскраво ця маніпуляція помітна у матеріалах, які пов'язані з цитуванням перехоплених розмов російських військових з їхніми друзями або родичами, які на своїх інформаційних ресурсах публікує Головне управління розвідки України, а журналісти «Обозреватель» переписують їх собі на сайт. Розмова однієї людини не може транслювати події на всій лінії фронту, однак саме так сприймаються подібні матеріали, особливо коли в них немає відокремлення суджень автора від суджень осіб, яких цитують. У таких перехоплених розмовах немає фактів, а виключно коментарі, а отже, журналісти не можуть стверджувати, що всі російські військові деморалізовані та не хочуть продовжувати воювати. Подібних заміток на «Обозреватель» багато [Додаток А. 3]. Крім того, часто вони ілюструються реальними фотографіями військових, проте в тексті не зазначається, що світлини є лише ілюстраціями, а це спотворює сприйняття тексту.

Узагальнення наявне і в інших матеріалах «Обозреватель». Так, наприклад, в новині про ринок праці для українців в Польщі (матеріал №10) узагальнення поєднується з констатацією факту і виходить, що автор стверджує ніби всі польські роботодавці зацікавлені в співробітниках українцях та «заманюють» їх до себе на роботу. В самій новині не наведено жодного факту, який це може підтвердити таку гіперболізацію. Крім того, в цьому ж матеріалі використали маніпуляцію анонімним авторитетом. Автор процитував «демографів», у яких немає ідентифікації. Тут же некоректно були наведені соціологічні дані, адже не зрозуміло, звідки журналіст взяв інформацію, що «в Україну не планують повертатись близько 45% біженців із Польщі». Крім того, матеріал значно ширший за новину, це радше стаття, проте він також знаходився в стрічці.

Чотири рази в новинах інтернет-ресурсу була зафіксована маніпуляція медіаторами. Наприклад, як медіатор був використаний колишній директор ЦРУ Девід Петреус (матеріал №2). Петреус коментує, якою буде реакція США в разі застосування Російською Федерацією ядерної зброї проти України, однак він обіймав посаду директора ЦРУ в 2011-2012 роках, тобто ще до того, як РФ анексувала Крим та окупувала частини Донецької та Луганської областей. Що більше, відставку генерала приймав ще президент Барак Обама. Наразі Петреус не має посади в уряді або збройних силах США, тобто його думку не можна вважати такою, яка передає офіційну позицію Білого дому, а отже, його заяви не можна сприймати, як реальний факт.

Всі матеріали, які входять в рубрику «Новини Росії» або розповідають про суспільне життя росіян, їхню реакцію на події в Україні та не мають значущості для українців, будуть вважатися маніпуляцією відволіканням уваги, адже подібні матеріали зміщують акцент з проблем України та концентруються на висміюванні сусідньої держави або затверджені думки, що у них ситуація в певних аспектах державотворення ще гірша. Подібні новини періодично публікуються на сайті «Обозреватель» [Додаток А. 4].

В матеріалі №4 наявні відразу дві маніпуляції: створення асоціацій та принцип контрасту. В публікації автор цитує президента України Володимира Зеленського,

який стверджує, що «з українським прапором у Крим прийде Європейський Союз». Тут створена приємна асоціація, що Україна – це Європа, проте Україна все ще не є країною ЄС, а отже, подібна заява – лише гарний образ. Принцип контрасту ж виявляється у моменті, коли Зеленський порівнює, що разом з Україною до Криму «повернуться ... безпекова, соціальна, культурна, зокрема захист прав людини, свобода для всіх спільнот півострова», а наразі на півострові цього немає, адже «Росія позбавила ... розвитку».

Також ми знайшли на «Обозревателе» маніпуляцію повторенням. Твердження «Україна є щитом Європи» повторюється на сайті мінімум 4 рази [Додаток А. 5]. Цю тезу повторюють різні люди, а отже, є підстави вважати, що це певний наратив, який хочуть зафіксувати в головах людей.

Два рази зустрічається маніпуляція класифікатори. В матеріалі №11 автор описує російського військового як «загарбника, якого країна-агресор відправила в Україну мародерити, вбивати та захоплювати міста». Така яскрава характеристика або класифікація ворога має викликати в людей негатив та зневагу. Також класифікатором є «депутат-комуніст» (матеріал №9). Депутат Держдуми Михайло Матвеев, про якого йде мова, дійсно належить до Комуністичної партії Російської Федерації, однак після розвалу Радянського Союзу слово «комуніст» отримало негативні конотації, тож в цьому випадку є класифікатором.

У матеріалі №1 автор використовує в тексті підміну, називаючи акти застосування ракет – «успішно виконаним завданням», а озброєні конфлікти – «кампанією» або «операцією». Відповідною лексикою намагаються нейтрально висвітлити військові дії США та вигідно подати ефективність ракет Tomahawk.

2.4. Знай.ua

У 2015 році було започатковано Інтернет-ЗМІ «Знай.юа». На сторінках медіа зазначається, що воно є інформаційним порталом. Наразі функціонує сайт, а новинні матеріали також розповсюджуються через соціальні мережі: Telegram, Viber, Flipboard, Pinterest. Крім того, у видання є два YouTube-канали: «ЗнайUA» та

«Знай24». З цих каналів є посилання на сторінки в Facebook та Telegram, які мають однакові назви «Суть событий». На головних фотографіях цих акаунтів розміщений логотип Znaj.ua, що ідентифікує їх як проекти медіа. Telegram «Суть событий» не ведеться з 5 січня 2022 року, а остання публікація на Facebook-сторінці була 16 лютого 2023 року. Проте на обох YouTube-каналах відео виходять регулярно.

«Знай.юа» не є прозорим ЗМІ. На їхньому сайті у розділі «Контакти» написано, що воно входить до холдингу «Знай Медіа» [16], однак дізнатися більш детальну інформацію про форму власності та власників проблематично, адже відповідних документів там не опубліковано. У розділі «Редакція» є стисла інформація про авторів, від імені яких публікуються матеріали на порталі, однак немає жодного слова про головного редактора чи директора, тож дізнатися таку інформацію також неможливо.

Журналісти Liga.Tech у 2019 році за допомогою відкритих джерел змогли встановити, що власниками торгової марки znaj є ТОВ «Знай» та Людмила Погиба. ТОВ «Знай», за даними реєстру юридичних осіб, засноване в 2014 році та належить Вадиму Івановичу Якимцю. Раніше кінцевим бенефіціаром був Анатолій Чумак з адресою в Німеччині. Liga.Tech пише: «Прізвище Погиба відсилає до двох інших її носіїв – Олександра та Павла. Разом із Сергієм Думчевим, екс-кандидатом у мери Києва, вони очолюють партію «Рух за реформи». А власник ТОВ «Знай» Вадим Якимець – представник цієї партії» [38].

На сайті «Знай.юа» відмічається, що станом на травень 2020 року, за даними Інтернет асоціації України, медіа входило в топ-10 українських інтернет-ЗМІ за охопленням аудиторії (базою для висновків стали дані веб-сайту Similarweb) [16]. У березні 2023 року Інститут масової інформації опублікував актуальний рейтинг відвідуваності з 50 українських медіа. Дослідження ІМІ також базується на даних SimilarWeb. В цьому рейтингу сайт «Знай.юа» посів вже 20 позицію з показником у 5,6 мільйонів переглядів [29]. Примітним є і те, що, наприклад, в Телеграм-каналі «Знай UA» майже 44 тисячі підписників, проте публікації набирають до 50 реакцій та 3000 переглядів. Таке розходження може свідчити про «накрутку» аудиторії.

В 2019 році VoxUkraine та компанії Artelligence провели спільне дослідження найбільш популярних онлайн-медіа серед українських користувачів. В ньому сторінка «Знай.юа» у Facebook зайняла першу позицію за кількістю вподобань (враховувалась виключно кількість користувачів, які поставили сторінці «лайк»). Крім того, було виявлено, що серед уподобачів цього інформаційного порталу всього 0,1% підозрілих профілів, тобто ботів – акаунтів, які створені та ведуться не справжніми людьми, а алгоритмами. У дослідженні також посилалися на дані всеукраїнського соціологічного опитування «Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда», яке проводилося Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС) у тому ж році. За його результатами «Знай.юа» читали 2,3% опитуваних, а довіряли – 1,5%. Для порівняння наводяться результати лідера звіту КМІС, яким був «Обозреватель». Його читали 7,6% опитаних, а довіряли – 4,1% [17].

Дослідження VoxUkraine та Artelligence було проведене в липні, а 17 вересня 2019 року Liga.Tech, з посиланням на голову політики з кібербезпеки Facebook Натаніеля Глейхера, повідомило, що соціальна мережа призупинила в Україні діяльність акаунтів і груп, які керувалися фейковими обліковими записами та вели скоординовані кампанії з дезінформації. Серед видалених акаунтів була і сторінка Знай.юа. За словами Глейхера, видалені облікові записи були пов'язані з українським PR-агентством Pragmatico. «PR-компанія не працювала на якогось конкретного політика чи бізнес. За словами менеджера, фірма працювала з різними клієнтами з метою заробити гроші. І розкручувала такі теми, як спорт, знаменитості, шоу-біз, політика та економіка», – зазначає Liga.Tech [40]. Бюджет, який Pragmatico витратила на рекламу в Facebook та Instagram, Грейхер оцінив у 1,6 млн доларів США [40].

Редакція «Знай.юа» відреагувала на видалення акаунту офіційною заявою на сайті, в якій відкидала звинувачення. Крім того, в повідомленні акцентувалося на тому, що Facebook «став жертвою маніпуляцій з боку політичних сил України» [20]. Сам матеріал був написаний ніби від імені головного редактора сайту у чоловічому роді: «виявилось, що я – головний редактор порталу Знай.юа – фейк та бот, постійно змінював своє місце проживання для управління сторінкою та своє справжнє ім'я». Однак наразі стаття підписана іменем Марини Лонської, чия посада зазначається, як

головний начальник першої зміни [20]. До речі, в розділі з авторами такої людини немає. В описі Лонської на сайті «Знай.юа» є посилання на Facebook-сторінку жінки з таким ім'ям. Акаунт має всього декілька публікацій та не ведеться з 2014 року.

Цікаво і те, що ще одним медіа, профіль якого було видалено через фейки та дезінформацію, стала Politeka. Це ЗМІ також опублікувало на своєму сайті офіційну відповідь щодо скандалу. Як зазначила «Українська правда», заяви сайтів були схожі одна на одну за змістом і формою, а окремі фрази були сформульовані майже однаково [46].

Крім того, «Знай.юа» критикують за абсолютне недотримання журналістських стандартів та поширення маніпуляцій. У 2018 році медіа зайняло третю сходинку антирейтингу новин, створеного ІМІ. Дослідження показало, що видання активно публікує недостовірні новини, матеріали з ненадійними джерелами інформації та маніпуляціями, а також фейки [1]. Крім того, «Знай.юа» мало найгірший показник дотримання журналістських стандартів за даними моніторингу, який проводився у вересні 2020 року. У звіті вказано, що таку позицію ресурс займає вже третій моніторинг поспіль. 86% проаналізованих ІМІ матеріалів сайту містили грубі порушення базових стандартів журналістики, а 14% новин, які пройшли перевірку, були переписані на сайт «Знай.юа» з інших національних онлайн-медіа [9]. В подальших моніторингах «Знай.юа» не згадується, тому інформація подана саме за 2020 рік.

Аналіз в рамках нашого дослідження також підтвердив, що «Знай.юа» не дотримується стандартів журналістики (таблиця №8). В цьому випадку виключенням є поодинокі дотримання одного-двох стандартів в декількох матеріалах.

Крім того, деякі матеріали видання не відповідають критеріям, аби називати їх новинами, адже в них банально немає фактів. Подібних повідомлень настільки багато, що здається ніби сайт спеціалізується на суб'єктивному висвітленні інформації, однак відповідних маркувань на порталі немає, тож ми розглядаємо це як акт грубого порушення журналістських стандартів.

Також «Знай.юа» часто використовує як єдине джерело інформації – соціальні мережі. Іноді за основу новини беруть публікації зірок, відомих суспільних та

політичних діячів, вузькопрофільних експертів або зовсім невідомих людей. У випадку останніх, через відсутність достатнього опису героя, якого медіа цитує, незрозуміло, чому ця думка є важливою для аудиторії. Крім того, виникає питання, ким зараз є ця особа – авторитетом, експертом чи очевидцем. Через це виникають труднощі у визначенні виду маніпуляції. У випадках, коли ім'я героя зазначене, але не зрозуміло, ким він є та який фах має для коментування певних подій, ми будемо визначати це як анонімний авторитет.

Автори «Знай.юа» активно використовують клікбейти, які вводять читачів в оману, розходяться зі змістом новини та використовують емоційно забарвлену лексику. Головний обман полягає в тому, що назви статей можуть звучати багатообіцяючими, але на практиці текст виявляється пустим. Також в заголовках містяться риторичні питання, фрази вирвані з контексту та цитати без авторства.

На таблиці 8 можна зокрема побачити, які маніпуляції були знайдені в 14 проаналізованих нами матеріалах новинного сайту «Знай.юа». Таблиця №9 своєю чергою демонструє загальну кількість кожного методу маніпулювання, виявлених в зазначених текстах.

На таблиці 8 можна побачити повний аналіз відібраних нами матеріалів новинного сайту «Знай.юа». Таблиця 9 своєю чергою демонструє загальну кількість методів маніпулювання, виявлених в зазначених текстах.

Табл. 8 Аналіз матеріалів новинного сайту «Знай.юа».

		Стандарти журналістики*					Заголовок	Фото/відео	Маніпуляції	Рубрика
		Б.	О.	Д.	В.	П.				
1.	Ціни на бензин та повернення дефіциту: як АЗС намагаються заманити клієнтів знижками на дороге паливо	-	+	-	-	-	Твердження в заголовку розходиться з вмістом тексту = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, анонімний авторитет, узагальнення	Суспільство

2.	Росіян може стати на півтора мільйона менше через путінську могилізацію, і це лише за рік	-	+	-	-	-	Заголовок – цитата, проте автор не вказаний = клікбейт		Констатація факта, коментарі, узагальнення, анонімний авторитет,	Суспільство
3.	Шольц зіскочив з «газової голки»? Пообіцяв ще три комплекси ППО IRIS-T від Німеччини	-	+	-	-	-	Риторичне запитання = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Коментарі, помилкова аналогія	Війна
4.	Росіяни продовжують регулярно здавати Херсон українським захисникам: пропагандисти здулися, а до міста повернулися гривні	-	+	-	-	-	В заголовку – припущення, адже в статті немає фактів = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, помилкова аналогія, узагальнення	Війна
5.	Пропагандисти дістали методичку з Маріуполя і готуються повністю стерти Херсон: "Розв'язує нам руки"	-	+	-	-	-	Залякування = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, узагальнення, створення загрози	Війна
6.	Вбивають наших громадян та дітлахів: імена всіх, хто наводить російські ракети на мирні міста	+	+	+/	-	-	Перша частина заголовку – коментар автора = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, узагальнення	Війна
7.	До кінця року Україну захлисне безробіття, але вихід є - як працевлаштовують українців	-	+	-	-	-	Гіперболізація = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, анонімний авторитет, узагальнення	Київ
8.	Росіяни більше не хочуть жити: у Кремлі наказали заблокувати сайт зі здачі окупантів	-	+	-	-	-	Помилкова аналогія в заголовку = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, помилкова аналогія, узагальнення	Війна

	в український полон									
9.	«Та мені пох**», завтра будеш у військкоматі»: в Одесі чоловік ледь не влаштував ДТП та пообіцяв усім повістки	-	+	-	-	-	Акцент на дії, якої не сталося = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, очевидці події	Суспільство
10.	Студент отримав повістку: що робити, куди йти і чому не можна ігнорувати ТЦК	-	+	+/	-	-	В тексті немає відповідей на питання в заголовку = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Створення проблеми, коментарі	Суспільство
11.	У ДТЕК попередили про повернення відключень: на коли готувати генератори та свічки	-	+	+	-	-	Твердження в заголовку розходиться з вмістом тексту = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, створення загрози	Київ
12.	Військовий Святослав Дубина розповів про філософію оподаткування: «Бажання одних людей жити за рахунок інших»	-	+	-	+	-	Безпідставний акцент на професії = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Анонімний авторитет	Життя
13.	Подробиці швидкої загибелі володимира путіна спливали в мережі: що буде написано на надгробній плиті	-	+	-	-	-	Твердження в заголовку розходиться з вмістом тексту = клікбейт	Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, коментарі, помилкова аналогія, анонімний авторитет	Війна
14.	«ЗСУ мають зайти до росії»: американський експерт пояснив необхідність цього кроку	-	+	-	-	-		Незрозуміле джерело фото	Констатація факту, медіатор, коментарі	Війна

*журналістські стандарти: баланс думок, оперативність, достовірність, відокремлення фактів від коментарів, повнота.

Табл. 9. Види та кількість маніпуляцій, які були знайдені в проаналізованих матеріалах новинного сайту «Знай.юа»

	Маніпуляція	Кількість
1	Коментарі	13
2	Констатація фактів	11
3	Узагальнення	7
4	Анонімний авторитет	5
5	Помилкова аналогія	4
6	Створення загрози	2
7	Медіатори	1
8	Створення проблеми	1
9	Очевидці подій	1

13 з 14 проаналізованих матеріалів сайту «Знай.юа» містять ознаки маніпуляції коментарями. Крім того, 11 з 14 матеріалів використовують констатацію фактів. Замість наведення бази аргументів журналісти даного медіа використовують узагальнення (маніпуляцію містить 7 з 14 матеріалів) та помилкові аналогії (маніпуляцію містить 4 з 14 матеріалів). Наприклад, стверджується, що «АЗС намагаються заманити клієнтів знижками на дороге паливо» (матеріал №11), однак в самому матеріалі мова йде про те, що ціни на бензин знизилися через стабілізацію ситуації на ринку. Заголовок «Подробиці швидкої загибелі володимира путіна спливли в мережі» (матеріал №13) натякає на те, що лідер країни-окупанта помер, хоча в самому тексті розповідається про смерті різних диктаторів. Матеріал «Росіяни більше не хочуть жити» (матеріал №8) заснований на узагальненні, хоча фактом в повідомленні є те, що в Російській Федерації заблокували портал «Хочу жити», через

який окупанти мали змогу здатися в полон. Матеріал «Пропагандисти дістали методичку з Маріуполя і готуються повністю стерти Херсон» (матеріал №5) створює загрозу, яка базується на здогадках та інтерпретації слів російських пропагандистів, що може призвести до паніки в суспільстві. Стаття «Студент отримав повістку: що робити, куди йти і чому не можна ігнорувати ТЦК» (матеріал 10) створює ажіотаж, ніби є проблема з ненормованим отриманням студентами повісток, хоча в матеріалі просто немає новини як такої.

Крім того, 5 матеріалів використали анонімний авторитет. Це було як класичне розуміння цієї маніпуляції («депутати кажуть» (матеріал №7), «за словами експертів» (матеріал №1), так і матеріали, в яких або просто не вказувалося ким є людина, яку цитують («повідомлення з'явилося на сторінці Павла Бойка у Фейсбуці» (матеріал 13№), або подію коментували маловідомий експерти не з цієї галузі (економіст коментує ймовірні втрати російських військ (матеріал №2), військовий розповідає про філософію оподаткування (матеріал №12).

Висновки до розділу 2

Ми проаналізували сайти українських медіа на наявність маніпуляцій в публікаціях стрічки новин, які пов'язані з війною в Україні. На всіх ресурсах були виявлені матеріали, які містили подібні методи, висвітлюючи актуальну тему та зловживаючи нею .

Загалом на чотирьох сайтах українських ЗМІ з різними вихідними даними щодо популярності та дотриманням журналістських стандартів була проаналізована 51 новина. У відібраних матеріалах ми знайшли 16 типів маніпуляцій. Нерідко в одній публікації можна було зустріти декілька таких методів. Частіше за все були зафіксовані «констатація факту» (у 31 матеріалі), «коментарі» (у 25 матеріалах), «узагальнення» (18), «медіатори» (13) та «створення загрози» (10). По одному прикладу були знайдені «перспектива», «створення проблеми», «підміна», «створення асоціацій». Загальна картина аналізу продемонстрована на таблиці 10.

Табл. 10. Види маніпуляцій та загальна їхня кількість на проаналізованих сайтах
новин

	Маніпуляція	Кількість
1	Констатація фактів	31
2	Коментарі	25
3	Узагальнення	18
4	Медіатори	13
5	Створення загрози	10
6	Анонімний авторитет	7
7	Відволікання уваги	6
8	Повторення	6
9	Очевидці подій	5
10	Помилкова аналогія	4
11	Класифікатори	3
12	Принцип контрасту	2
13	Створення асоціацій	1
14	Підміна	1
15	Створення проблеми	1
16	Перспектива	1

Ми виявили, що маніпуляції на темі війни в українських медіа є в різних сферах життя. Це і матеріали безпосередньо пов'язані з військовими діями, і публікації, в яких тема війни йде опосередковано. В текстах маніпуляції використовуються для висміювання та деморалізації ворога, заспокоєння або поширення тривожних настроїв серед громадян України, привернення уваги аудиторії до свого контенту, створення позитивного або негативного образу політика тощо.

Також аналіз показав, що медіа зі скандальною репутацією використовують більше різних методів маніпуляцій. В медіа з гарною репутацією такі маніпуляції складніше розпізнати. Наявність в матеріалах методів маніпулювання безпосередньо пов'язане з недотримання журналістських стандартів, а також наявністю в новині клікбейтного заголовку.

ВИСНОВКИ

В сучасному світі маніпуляції давно вийшли з-за межі сфери психології та використовуються в різних галузях діяльності соціуму. Так, засоби масової інформації використовують маніпуляції для формування громадської думки, поглядів, переконань або сприйняття подій. Метою їх застосування є просування певних інтересів чи поглядів, залучення аудиторії або збільшення прибутку. Такі методи психологічного впливу на новинних сайтах також сприяють збільшенню кількості переглядів, що є важливим для медійних платформ з комерційною метою. Такі ресурси використовуються для привернення уваги аудиторії, створення емоційно заряджених матеріалів та стимулювання взаємодії користувачів.

Маніпулятивний вплив на новинних сайтах українських медіа здійснюється шляхом використання різних засобів та методів. Серед них можна виділити «анонімний авторитет», «констатація факту», «коментарі», «медіатори», «узагальнення», «створення загрози», «відволікання уваги», «очевидці подій», «помилкова аналогія», «класифікатори», «принцип контрасту», «творення асоціацій», «підміна», «створення проблеми», «повторення», «перспектива». Так їх можна класифікувати на інформаційні маніпуляції, емоційні маніпуляції, маніпуляції контекстом, маніпуляції соціальним статусом та маніпуляції мовою. Кожен з цих видів має свої особливості та впливає на аудиторію по-різному, але всі вони спрямовані на керування увагою, переконаннями та реакції людей.

Розподіл маніпуляцій за використанням в проаналізованих нами публікаціях на різних новинних сайтах українських медіа виглядає наступним чином: «констатація факту» – 31, «коментарі» – 25, «узагальнення» – 18, «медіатори» – 13, «створення загрози» – 10, «анонімний авторитет» – 7, «відволікання уваги» – 6, «повторення» – 6, «очевидці подій» – 5, «повторення» – 6, «помилкова аналогія» – 4, «класифікатори» – 3, «принцип контрасту» – 2, по одному разу були застосовані «перспектива», «створення проблеми», «підміна», «створення асоціацій». Так, маніпуляції медіа використовували для дискредитації та висміювання ворога, заспокоєння або створення тривожних настроїв серед української громадськості, створення галасу

довкола актуальної теми задля отримання більшої кількості переглядів, створення позитивного або негативного образу політика тощо.

Найчастіше в проаналізованих нами матеріалах українських медіа використовували маніпуляцію «констатація факту». Це одна з двох маніпуляцій, яка була виявлена на всіх проаналізованих сайтах (друга – «узагальнення»). Вона з'являється, зокрема, в заголовках, коли журналісти хочуть його скоротити за допомогою спрощень, адже так він буде легше сприйматися аудиторією. В таких випадках заголовок стає клікбейтом, привертає увагу, але розходиться з твердженнями, наведеними вже безпосередньо в «тілі» новини. Використання таких розбіжностей несе за собою загрозу, що споживач запам'ятає наведену інформацію вже як доконаний факт, навіть якщо всередині новини мова буде йти лише про ймовірність: по-перше, бо частина людей просто не прочитає далі заголовку, а по-друге, бо прийме за дійсність те з запропонованих журналістом формулювань, яке викликає більше емоцій. Такі маніпуляції часто з'являються в результаті створення новин, за основу яких беруть коментарі експертів, які розповідають про ситуацію на фронті (не завжди це військові експерти), або перехоплень розмов російських військових. У випадку, коли подібні маніпуляції стосуються ймовірних поразок ворога та констатують його пригнічений стан – це працює на деморалізацію ворога, проте може спотворювати реальну картину перебігу дій на фронті і для української спільноти також. Це погано тим, що українці можуть перестати сприймати російську армію як серйозного ворога, чекати ранньої перемоги та знецінювати здобутки Збройних сил України. Як результат – пригнічений стан через розходження бажаного з дійсним, менша допомога армії, зневіра в державному управлінні тощо. Крім того, як бачимо, маніпуляція «констатація факту» в контексті висвітлення війни в Україні з'являється разом з «коментарями» та «медіаторами».

По одному разу були використані маніпуляції «перспектива», «створення проблем», «підміна» та «створення асоціацій». Ми не можемо оцінити з чим це пов'язано. Однак тут важливо зауважити, що за маніпуляцію «перспектива», яка була використана на сайті «Українська правда» у внутрішньополітичному контексті, не можна вважати той факт, що українські медіа в набагато меншому об'ємі

висвітлюють сторону Російської Федерації в цій війні. Це зумовлено тим, що українські журналісти послуговуються українським законодавством, за яким Крим, Донецька та Луганська області – території України, а дії Російської Федерації на них – незаконна окупація, а отже будь-яке висвітлення військового конфлікту між Україною та Росією буде передбачати сприйняття останньої, як країни-агресора. Якщо українські медіа не будуть дотримуватися цього правила, то їх дії можна буде розцінювати, як прийняття сторони ворога в інформаційні війні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антирейтинг новин. Аналіз топ-50 українських сайтів – дослідження ІМІ та «Текстів». Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. – URL: <https://imi.org.ua/news/antyre-tynh-novyn-analiz-top-50-ukrains-kykh-sa-tiv-doslidzhennia-imi-ta-tekstiv-i21849> (дата звернення:20.05.2023).
2. Голуб О. П. Медіакомпас: путівник професійного журналіста. Практичний посібник / Інститут масової інформації. – Київ: ТОВ «Софія-А», 2016. – 184 с. [Електронний ресурс] – URL: <https://imi.org.ua/wp-content/uploads/2017/06/Mediakompas.pdf> (дата звернення:20.05.2023).
3. Гороховський О. Фактчек як тренд розслідувань: можливості та перспективи: практичний посібник. Дніпро: ЛПА, 2017. – 133 с. https://www.amo.cz/wp-content/uploads/2017/06/AMO_Factchecking-jako-trend-v-investigativni-zurnalistiche-moznosti-a-perspektivy.pdf
4. Грабовський С.І. Маніпуляційні технології. *Енциклопедія Сучасної України: онлайн-версія* / редкол.: І. М. Дзюба та ін.; НАН України, НТШ. Київ: Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2018. [Електронний ресурс] – URL: <https://esu.com.ua/article-63455> (дата звернення:20.05.2023).
5. Документи. Obozrevatel [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.obozrevatel.com/documents.htm> (дата звернення:20.05.2023).
6. Доценко Е. Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы, защита. Москва: МГУ, 1997. – 334 с.
7. Звіт з дотримання професійних журналістських стандартів в онлайн-медіа. Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. – URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z-dotrymannya-profesijnyh-zhurnaliststskyh-standartiv-v-onlajn-media-i49868> (дата звернення:20.05.2023).
8. Звіт з моніторингу дотримання професійних журналістських стандартів в онлайн-медіа. Четверта хвиля моніторингу у 2021 році. Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. – URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z->

- monitoryngu-dotrymannya-profstandartiv-v-onlajn-media-chetverta-hvylyya-monitoryngu-u-2021-i43157 (дата звернення:20.05.2023).
9. Звіт з моніторингу дотримання профстандартів в онлайн-медіа. Третя хвиля моніторингу у 2020 році. Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. – URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z-monitoryngu-dotrymannya-profstandartiv-v-onlajn-media-tretya-hvylyya-monitoryngu-u-2020-rotsi-i35331> (дата звернення:20.05.2023).
- 10.«Історична правда» та «ЄвроПравда» повідомили, що не є сторонами угоди про продаж УП. Детектор медіа [Електронний ресурс]. – URL: <https://detector.media/rinok/article/188465/2021-05-27-istorychna-pravda-ta-ievroppravda-povidomyly-shcho-ne-ie-storonamy-ugody-pro-prodazh-up/> (дата звернення:20.05.2023).
- 11.Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. Москва: Медиа Кн., 2005. – 500 с.
- 12.Карпенко М. П. Суть поняття «маніпуляція», її характеристика та методи нейтралізації. Засоби навчальної та науково-дослідної роботи, 2015. Вип.45. – с. 26-34.
- 13.Кодекс етики – Комісія з журналістської етики. Комісія з журналістської етики [Електронний ресурс]. – URL: <https://cje.org.ua/ethics-codex/> (дата звернення:20.05.2023).
- 14.Комарова О. «Але є одне але»: реакції на продаж «Української правди». Радіо Свобода [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/ukrainska-pravda-tomash-fiala-reakciyi/31277042.html> (дата звернення:20.05.2023).
- 15.Контакти. ТСН.ua [Електронний ресурс]. – URL: <https://tsn.ua/contacts> (дата звернення:20.05.2023).
- 16.Контакти. знай.ua [Електронний ресурс]. – URL: <https://znaj.ua/contacts> (дата звернення:20.05.2023).
- 17.Крючок М., Vox Ukraine. Викривлена реальність українського фейсбуку: які онлайн-ЗМІ читають українці на фейсбуці?. Детектор медіа – [Електронний ресурс]. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/169027/2019-07-16->

- vykryvlena-realnist-ukrainskogo-feysbuku-yaki-onlayn-zmi-chytayut-ukraintsi-na-feysbutsi/ (дата звернення:20.05.2023).
- 18.Куляс І., Макаренко О. Ефективне виробництво теленовін: стандарти інформаційного мовлення; професійна етика журналіста-інформаційника: практичний посібник для журналістів. Київ: ХББ, 2006. – 120 с.
- 19.Лігачова Н., Черненко С., Іванов В., Дацюк С. Маніпуляції на ТБ. Маніпулятивні технології в інформаційноаналітичних телепрограмах українського телебачення: моніторинг, рекомендації щодо захисту від впливу та запобігання застосуванню. Принципи відкритої редакційної політики телеканалів. Київ: Телекритика, Інтерньюз-Україна, 2003. – 218 с. – URL: https://detector.media/php_uploads/files/books/kniga_tb_teror.pdf (дата звернення:20.05.2023).
- 20.Лонская М. Офіційна заява Знай.ua з приводу блокування сторінки у мережі Facebook: ми живі люди, а не «боти та тролі». znaj.ua [Електронний ресурс]. – URL: <https://znaj.ua/society/262748-oficiyna-zayava-znaj-ua-z-privodu-blokuvannya-storinok-u-merezhi-facebook-mi-zhivi-lyudi-a-ne-boti-ta-troli> (дата звернення:20.05.2023).
- 21.Маніпуляція // Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. – Київ : ВЦ «Академія», 2007. – Т. 2 : М – Я. – С. 11.
- 22.Методологія. *Stopfake.org*. [Брошура]. – https://drive.google.com/file/d/1YmXwQFA_ewwjkv0tYsH5J-kK-Oex-qhm/view
- 23.Онлайн-медіа, що стали найякіснішими: моніторинг ІМІ. Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. – URL: <https://imi.org.ua/monitorings/onlajn-media-shho-staly-najyakisnishymy-monitoring-imi-i51820> (дата звернення:20.05.2023).
- 24.Остроухов В. В., Петрик В. М., Присяжнюк М. М. Інформаційна безпека (соціально-правові аспекти): підручник. Київ: КНТ, 2010. – 776 с.
- 25.Офіційний сайт каналу 1+1. 1plus1.ua [Електронний ресурс]. – URL: <https://1plus1.ua/ru/struktura-vlasnosti> (дата звернення:20.05.2023).

26. Почепцов Г. Г. Пропаганда и контрпропаганда / Г. Г. Почепцов. – Москва: Центр, 2004. – 252 с.
27. Про компанію. Obozrevatel [Електронний ресурс]. URL: <https://www.obozrevatel.com/story/about-company-ua/> (дата звернення: 20.05.2023).
28. Різун В. В. Теорія масової комунікації: підруч. для студентів галузі 0303 «Журналістика та інформація». Київ: Вид. центр «Просвіта», 2008. – 260 с.
29. Рік великої війни: різке зростання, падіння і стабілізація аудиторії онлайн-медіа. Аналіз даних SimilarWeb. Інститут масової інформації [Електронний ресурс]. – URL: <https://imi.org.ua/monitorings/rik-velykoyi-vijny-rizkyj-rist-padinnya-i-stabilizatsiya-audytoriyi-onlajn-media-analiz-danyh-i52018> (дата звернення: 20.05.2023).
30. Севгіль Мусаєва стала головним редактором «Української правди», туди ж переходить Марія Жартовська. Детектор медіа [Електронний ресурс]. – URL: <https://detector.media/rinok/article/99545/2014-10-23-sevgil-musaieva-stala-golovnym-redaktorom-ukrainskoi-pravdy-tudy-zh-perekhodyt-mariya-zhartovska/> (дата звернення: 20.05.2023).
31. Семенова И. 22 года назад был убит Георгий Гонгадзе. Как изменило Украину самое громкое преступление первых десятилетий независимости. NV [Електронний ресурс]. – URL: <https://nv.ua/ukraine/events/21-god-so-dnya-ubiystva-zhurnalista-georgiya-gongadze-podrobnosti-video-novosti-ukrainy-50112394.html> (дата звернення: 20.05.2023).
32. Ситник О. Становлення новинних порталів як новітньої платформи українського медіапростору. Вісник Книжкової палати. – 2015. – № 5. – С. 45-48. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vkp_2015_5_16
33. Сороченко В. Энциклопедия методов пропаганды. Как нас обрабатывают СМИ, политики и реклама [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.psyfactor.org/propaganda.htm>
34. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навчальний посібник. / В. М. Петрик та ін. ; ред. Є. Д. Скулиша. Київ: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. – 248 с.


35. Українська правда. Українська правда [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.pravda.com.ua/> (дата звернення:20.05.2023).
36. Холод О. М. Інмутація суспільства в гіпермаркеті свідомості: монографія. Київ: Київ. міжнар. ун-т, 2012. Т. 3 : Інмутація сучасного суспільства. – 250 с.
37. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием. Москва: Мысль, 1980. – 326 с.
38. Шишацкий Е., Юрасов С. Узнай про Знай. Кто стоит за крупнейшим медиахолдингом Уанета, ставшим жертвой Facebook. LIGA [Електронний ресурс]. – URL: <https://tech.liga.net/technology/article/uznay-pro-znaj-kto-stoit-za-krupneyshim-mediaholdingom-uaneta-stavshim-jertvoy-facebook> (дата звернення:20.05.2023).
39. Що означає «фейк-клікбейт». Центр протидії дезінформації | Головна сторінка. URL: https://cpd.gov.ua/glossary/terms/czpd_poyasnyuye-termin-fejk-klikbejt/ (дата звернення:20.05.2023).
40. Юрасов С. Facebook обезвредил в Украине фабрику троллей. Главные жертвы – сайты Znaj.ua и Politeka. LIGA [Електронний ресурс]. – URL: <https://tech.liga.net/technology/article/facebook-obezvredil-v-ukraine-krupnyuyu-fabriku-trolley-ona-zarabatyvala-na-vyborah> (дата звернення:20.05.2023).
41. Dewey C. 6 in 10 of you will share this link without reading it, a new, depressing study says. Washington Post [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/06/16/six-in-10-of-you-will-share-this-link-without-reading-it-according-to-a-new-and-depressing-study/> (дата звернення:20.05.2023).
42. Eugene K., Robertson L. How to Spot Fake News – FactCheck.org. FactCheck.org [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.factcheck.org/2016/11/how-to-spot-fake-news/> (дата звернення:20.05.2023).
43. IREX in Ukraine. [Маніпуляції та фейки в соцмережах]. Facebook. – URL: <https://www.facebook.com/irexinukraine/photos/pcb.2150842161647702/2150841118314473> (дата звернення:20.05.2023).
44. Iyengar, S., & Kinder, D. R. News that matters, Chicago: University of Chicago Press. – 1987.

45. Katz E., Lazarsfeld P. Personal influence: the part played by people in the flow of mass communications. 2nd ed. New Brunswick, N. J. : Transaction Publishers, 2006. – 400 p.
46. Znaj.ua и Politeka однаково відповіли на блокування у Facebook: Ми не боти. Українська правда [Електронний ресурс]. – URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2019/09/17/7226573/> (дата звернення: 20.05.2023).

ДОДАТКИ

Додаток А

1)

 pravda.com.ua
<https://www.pravda.com.ua> > ... · [Перевести эту страницу](#) ⋮


Окупантів почали розстрілювати за пияцтво

23 дек. 2022 г. — У новому перехопленні розвідки окупант розповідає, що росіяни отримали наказ розстрілювати на місці за пияцтво в російській армії.

 pravda.com.ua
<https://www.pravda.com.ua> > ... · [Перевести эту страницу](#) ⋮

СБУ опублікувала перехоплену розмову окупанта

17 апр. 2023 г. — Служба безпеки України опублікувала перехоплену розмову російського солдата з дружиною, яке свідчить про те, що загарбники отримують накази ...

 pravda.com.ua
<https://www.pravda.com.ua> > ... · [Перевести эту страницу](#) ⋮

"Хохлів скоро не буде, ще трохи": ГУР опублікувало ...

2)

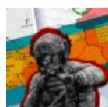
TCH

УСІ ПУБЛІКАЦІЇ КРАЩЕ З YOUTUBE ЕКСКЛЮЗИВ TCH УКРАЇНА ПОЛІТИКА ВІЙНА ГЛАМУР ПРОСПОРТ



Світ
 Близько 30% росіян хочуть, щоб Путін завдав ядерного удару по Україні

11:32, 15.05.23  3671



Ексклюзив TCH
 Контрнаступ і туман тривалої війни: основні ставки Путіна і Заходу до кінця 2023 року

21:30, 11.05.23  11к



Світ
 Знайдені у Польщі уламки належать російській ракеті X-55, яка може нести ядерний заряд - Інститут ВПС

12:46, 10.05.23  8841



Зброя
 У США оцінили ризик застосування Росією ядерної зброї

19:59, 09.05.23  4813



Ексклюзив TCH
 Парад програву в Москві: музейні танки, весільні генерали та аналогів дійсно "нет"

14:00, 09.05.23  20к



Війна
 Україну відмовляють від деокупації Криму через ядерну загрозу: чи наважиться Путін натиснути на "червону" кнопку

3)

"З такою армією фіг переможеш": російські окупанти починають щось підозрювати. Перехоплення

Багато солдатів армії РФ незадоволені катастрофічно маленькими виплатами

War  20,8 т.  87



"Спеців не залишилось, переклацали всіх": окупант розповів матері новини з війни. Перехоплення

Дехто із загарбників не витримує на фронті й 5 хвилин

War  17,3 т.



"Вас на забій відправили": дружина окупанта усвідомила справжнє призначення мобілізації.



4)



06:22
7 листопада

Погані новини для Росії та хороші для України

Польща допоможе Україні адаптувати бомбардувальники Су-24 для перенесення ракет НАТО "Storm Shadow"

Новини політики  130,9 т.  86  1



09:39
28 червня

"Загони Путіна" пригрозили "покарати США рублем" після новини про дефолт Росії. Відео

Пенсіонери закликали світ "не купувати ці долари"

Новини Росії  6,6 т.  3



15:30
16 липня

Новини з Росії нагадують зведення з фронту

Великий графоман Таврійський написав чергову нісенітницю, продершись крізь нетри імперської маячні. Історик з Путіна нікакушій, як, власне, і політик

Новини Росії  45,3 т.  345  54



12:47
21 травня



У Туреччині повідомили хороші новини про улюблену "фішку" туристів з Росії


Раніше ходили чутки про її скасування

Журнал  59,9 т.



5)









14:30
11 травня

"Україна є щитом Європи": Резніков пояснив, чому Росію потрібно зупинити, і вказав на наслідки війни

Він вважає, що альтернативи Україні в НАТО немає



War  4,4 т.  29




10:43
25 березня

Рибчинський: Україна – живий щит та меч усієї Європи. Путін "зламає тут свої зуби"

Поет вважає, що Росія тренувалася на інших країнах, перш ніж напасти на Україну




Люди  2,7 т.  1




14:14
20 лютого

Україна – не буфер. Україна – щит Європи

Путін не зупиниться в Україні, якщо його не зупинять в Україні




Суспільство  17,9 т.  108  19




13:42
4 квітня

Хомчак назвав ЗСУ щитом Європи

Головнокомандувач зробив заяву в річницю створення НАТО




Розслідування  19,1 т.  274  14



22:22
11 лютого

Європарламент закликав заборонити "Миротворець": творці бази нагадали, що Україна – щит Європи

В ЄС сайт назвали екстремістським

(Архів) Політика  59,7 т.  654  150

