

## ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ

---

УДК 070(=162.1):004.738.5:355.4(470:477)"20"  
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.3/50>

**Більовська Н. Б.**

Львівський національний університет імені Івана Франка

**Війтович Т. Я.**

Львівський національний університет імені Івана Франка

### МАНІПУЛЯТИВНІ ТАКТИКИ У ПРОРОСІЙСЬКИХ ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛАХ ПЕРІОДУ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ: ЛЕКСИЧНИЙ І ЕКОНОМІЧНИЙ АСПЕКТИ

*У статті досліджено різноманітні методи подання дезінформації, що використовують в соціальних мережах і наведені конкретні приклади маніпуляції і дезінформації, які наявні на цій інформаційній арені. Важливим елементом публікації є метод спростування неправдивої інформації через візуалізацію, тобто за допомогою інфографіки, в порівнянні з офіційною інформацією розвінчується неправда.*

*Таке дослідження є актуальним, тому що цього вимагають сьогоденні реалії інформаційної сфери, адже медіа зобов'язані наголошувати на потребі активної підтримки позитивної репутації України як нації, що з 2014 року веде боротьбу за цінності та принципи свободи демократичних країн у жорстокій і несправедливій війні з росією. Тому, якщо проаналізувати інформацію, яку поширюють у світовому медійному просторі, то можна побачити, що зацікавленість до перебігу подій в Україні є неоднозначною і подекуди викривленою. Ігнорування інформаційної складової у підтримці репутації можна розглядати як недбалість у створенні та зміцненні позитивного міжнародного іміджу України.*

*Проблема поширення дезінформації в соціальних мережах має дуже динамічний характер. Російська пропаганда використовує усі методи і засоби для поширення своїх наративів. У час будь-якої кризи, в тому числі російсько-української війни, створюється інша війна – інформаційна, яка в свою чергу є ландшафтом для дезінформації. Соціальні мережі виявилися сприятливим середовищем для пропаганди та маніпуляції інформацією, адже ми не маємо на законодавчому рівні остаточно зафіксованих і затверджених правил функціонування медіа в Інтернеті.*

*Також в цій публікації наголошено на тактиці підміни понять як на одній з найдієвіших маніпулятивних стратегій у ході інформаційної війни. Цей метод ґрунтується на психологічному впливі та використовує логічні помилки. Його суть полягає у тому, щоб представити аудиторії будь-який об'єкт або явище в іншій інтерпретації, ніж є насправді. Через певний проміжок часу цей образ, який поданий в іншому світлі сприймається у свідомості суспільства як правдивий і правильно сприйнятий.*

**Ключові слова:** маніпуляція, дезінформація, підміна понять, пропаганда, економічна інформація, візуалізація, інтерактивність, телеграм-канали, лексичні маркери.

**Постановка проблеми.** У час інформаційної війни росії, яка використовує різні технології впливу, виявлення і протидія російській пропаганді є одним з основних завдань медіапростору

України, адже ця боротьба є важливою для перемоги. Для унеможливлення і протистояння маніпуляції України і міжнародній спільноті потрібно через критичний аналіз джерел, підтвердження



## Популярність соціальних мереж в Україні

аналіз двох опитувань за 2022 рік

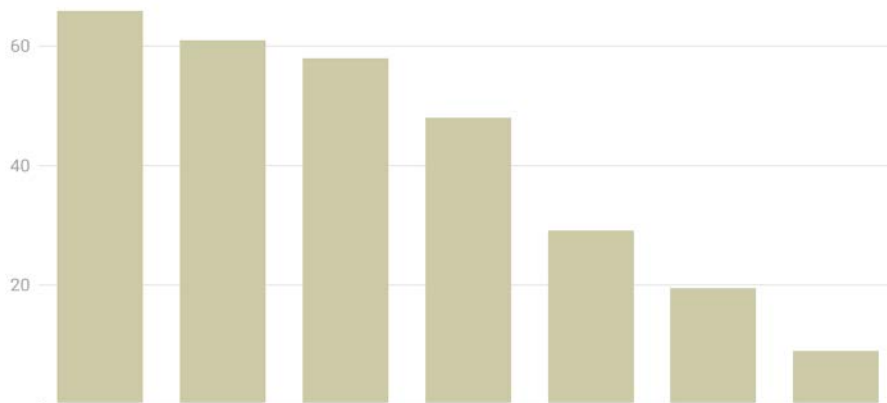


Chart: Тетяна Війтович • Source: Onopa, GlobalLogic • Created with Datawrapper

Рис. 1. Популярність соціальних мереж в Україні

інформації, візуалізацію доказів і поширення правдивої інформації демонструвати світу «брудні» прийоми країни-агресора в інформаційній війні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Явище дезінформації є поширеним у всьому світі і має значний вплив на суспільство, медіа та політичні процеси, а тому постійно перебуває у колі наукових інтересів багатьох дослідників. Серед них польська дослідниця А. Мержинська вивчає інструменти протидії дезінформації, моніторить онлайн-ресурси, які сіють ненависть, а також оцінює, як працює російська пропаганда в Україні. Група учених з Франції Дж. Посетті, Ч. Іретон, К. Вардл, М. Абу-Фаділ, Т. Тревінард аналізують перетин дезінформації з соціально-комунікаційними стратегіями; німецький політолог, професор Т. Рід у праці «Інформаційна війна» описує методи і засоби поширення дезінформації, які поширюють наративи в інформаційному просторі. Маніпулятивний вплив мовних засобів у медійних текстах виокремлено у працях О. Гриценко, Т. Монахова, Л. Чік. Науковиця Х. Юськів концентрує свою увагу на наративах кремлівської пропаганди. Окремі праці торкаються проблеми використання соціальних мереж та платформ на шкоду українським національним інтересам: С. Гуржій, К. Козаченко, В. Кротюк. Однак якщо говорити про маніпулятивні тактики у сегменті телеграм-каналів, зокрема й у досліджуваному питанні, вони й досі залишаються мало вивченими й потребують додаткового аналізу.

**Метою статті є** проаналізувати на конкретних прикладах, які засоби маніпуляції використовує росія і як можна це виявити і наочно продемон-

струвати, а також показати, як можна подати майже ту саму інформацію, але із зовсім іншим контекстом, використавши техніку підміни понять.

**Виклад основного матеріалу.** Кремлівський режим активно використовує не лише військову техніку, ракети та зброю масового ураження в своїй боротьбі, але й потужний і цінний інструмент – кремлівську пропаганду. Ця державна інформаційна політика російської федерації поєднує спеціальні інформаційні засоби з діями відповідних державних органів та установ, які маскуються під суспільне інформування, а насправді займаються психологічною маніпуляцією населення росії. Однак сьогодні ця психологічна обробка все частіше націлена на населення інших країн, а не лише внутрішню російську аудиторію [8].

Розглядаючи вплив російської пропаганди, особливо увагу слід звернути на її руйнівний вплив на українськомовний інформаційний простір. Російська антиукраїнська пропаганда була ретельно розроблена в росії на початку 2000-х рр. [5]. Цей інформаційний вплив має на меті змінити сприйняття українського народу, порушити його єдність та створити негативний образ України, сприяючи впровадженню російських інтересів.

Соціальні мережі в Україні стали невід’ємною частиною отримання новин та інформації про життя в країні та за кордоном, особливо в період війни. Вони не лише служать джерелом інформації, але й створюють майданчик для обговорення подій і висловлення громадської думки. Проте, з’явилися проблеми, пов’язані з поширенням дезінформації, пропаганди та зміни значень понять.



Сьогодні соціальні мережі є важливим джерелом інформації про ситуацію на сході України та військовий стан, а також стали платформою для пошуку інформації для переміщених осіб та шукачів роботи. За словами Аксені Крикун, пресекретарки UMDI: «Оскільки життя "переноситься в інтернет", то багато подій транслюються одразу сюди. Тому пошук інформації в інтернеті та соціальних медіа є важливим інструментом для збору інформації» [13].

Наразі проводять численні дослідження щодо популярності соціальних мереж. Згідно з аналізом, проведеним Київським міжнародним інститутом соціології на замовлення Громадянської мережі ОПОРА, а також опитуванням, яке було проведено компанією GlobalLogic (*рис. 1*), найпопулярнішою серед соціальних мереж є Телеграм. Обидва опитування були здійснені у липні 2022 року, але є актуальними й донині і популярність Телеграму як засобу отримання інформації не змінилася (<https://datawrapper.dwcdn.net/OI4W3/1/>).

На жаль, соціальні мережі в Україні також стали майданчиком для проросійських ресурсів, які використовують в інформаційній війні. Ці ресурси займаються пропагандою та поширенням дезінформації, а їхня мета – маніпулювати громадською думкою та дестабілізувати ситуацію в Україні. У зв'язку з цим, важливо бути обережними та критично ставитись до інформації, яку ми отримуємо з соціальних мереж. Варто перевіряти джерело інформації та переконатись в її достовірності, перш ніж поширювати далі, адже це може становити загрозу для національної безпеки. Багато каналів дезінформації з'явилися після 24 лютого 2022 року [14] і зараз активно діють на соціальних платформах, таких як, наприклад, Telegram.

Завжди слід пам'ятати про необхідність критичного мислення та аналізу інформації, зокрема, шляхом перевірки джерел та розуміння контексту. Це допоможе нам зрозуміти справжню картину подій і уникнути поширення дезінформації.

Згідно з дослідженнями української громадської організації «Детектор медіа» [15], компанії LetsData, публікаціями в українських медіа [20], ми виявили кілька ознак проросійських телеграм-каналів:

- канали, які мають доведений зв'язок з росією;
- канали, що поширюють дезінформаційні повідомлення та контент, що відповідає наративам та меседжам російської пропаганди;
- канали, що цитують російські та проросійські медіа, телеграм-канали, блогерів, а також ресурси, пов'язані з російськими спецслужбами, політиками, колаборантами, окупаційними адміністраціями, без критичного осмислення та аналізу;

– анонімні telegram-канали, що регулярно репостять (цитують) одне одного та мають дезінформаційну тональність. Найчастіше такими перепости можна спостерігати між групами «Легитимный», «Резидент», «Картель», «Сплетница», «Черный Квартал», «Mediakiller», «ЗеРада» [18];

– канали, що приховують свою спрямованість, представляючись як українські, але використовують типові для російської пропаганди лексичні маркери.

Ці ознаки допомагають ідентифікувати проросійські телеграм-канали та розрізнити їх від інших джерел інформації. Варто зазначити, що лексичними маркерами, які вказують на проросійськість, ми детермінуємо перелік маркерних слів, сформований на основі контент-аналізу російських пропагандистських телеграм-каналів та інформаційних ресурсів, щоб відслідкувати схожу риторику в українських вимірах соціальних мереж. Зокрема, російська пропаганда вдається до тактик підміни понять, віддзеркалення, маніпуляцій та інших. Ці стратегії, зокрема, передбачають використання певних маркерних слів/висловів. До них можна віднести навішування ярликів, знецінювальну, образливу лексику. Також до переліку маркерних включені слова, що вказують на маніпуляції, а також підміни в економічній площині.

Як стверджує науковиця Х. Юськів, сучасні російські наративи мають на меті дискредитацію влади України, її політики, економіки для дестабілізації країни та поширення ідеї, що Україна – це «держава, яка не відбулася» [19]. Російське керівництво розпочало проекти «Крим» та «Новоросія» з метою розколу українського суспільства і демонстрації Заходу неспроможності українського державотворення. Їхніми ідеологічними засадами стала концепція «розділеного народу», відновлення «історичної справедливості».

Наразі ідеологія пострадянського реваншу в РФ стала офіційною, що включає в себе образ росії як збирачки розділеного штучними кордонами «руського мира». Вона й надалі продовжує систему історичних маніпуляцій для обґрунтування своїх претензій до різних територій. Навесні 2014 р. особливо активно використовували концепцію «руського мира», що відображається у символічних поняттях «споконвічно російська земля», «місто російської військової слави». Історично неправдиві та логічно і правово помилкові аргументи служать, щоб переконати українців та міжнародну спільноту, що Крим завжди був російським, а його включення до складу України стало наслідком рішення без належної підстави та обґрунтування.



Тому для виправдання своїх дій російська федерація використовує тези, що це не вона напала на східні області України у 2014 р., а нібито Донецьку і Луганську області атакувала сама Україна. Після початку повномасштабного вторгнення цю тезу часто пропагували проросійських телеграм-каналах: «...По-третє, Гаазький суд не затвердив звинувачення росії в геноциді. Тим паче, за фактом подібних звинувачень переживати Україні варто набагато більше, враховуючи події в **Одесі в 2014 і на Донбасі. А такий позов і ми можемо ініціювати**» (MediaKiller, 17.03.2022).

Продовженням цього меседжу можна знайти у дописах проросійських телеграм-каналів. Пишучи про псевдореферендуми, незаконно проведені на окупованих територіях у вересні 2022 р., російські пропагандисти маніпулюють інформацією, проводячи паралелі між зрежисованим «волевиявленням» та референдумами про незалежність Словенії, Хорватії, країн після розпаду СРСР. Зокрема зазначають таке: «**Залишається незрозумілим одне – чим ці випадки волевиявлення відрізняються від волевиявлення громадян народних республік і звільнених областей?**» (MediaKiller, 26.09.2022). Фіктивні псевдореферендуми на окупованих землях України не можуть бути показником волевиявлення народу, адже «голосування» відбувалось під дулами автоматів окупантів. Більше того, велика кількість людей, зокрема й проукраїнськи налаштованих, через присутність російських військових була змушена виїхати з тимчасово окупованих територій на частини, підконтрольні Україні. Ці так звані «референдуми» міжнародна спільнота також не визнала, а переважна більшість країн ООН рішуче засудила ці дії РФ та оцінила як кричущий випадок порушення територіальної цілісності та суверенітету іншої країни й ухвалила відповідну резолюцію.

Наступна теза: «**Безумовно, пішов у хід аргумент про Берлінську стіну і серце Європи, але не надто зрозумілий наратив Зеленського: "Ви знову опинилися за стіною. Не за Берлінською стіною, але в серці Європи, де свобода". Стіною між ким і ким? А Німеччина розташована хіба не в центрі Європи?**» (MediaKiller, 17.03.2023). У цих двох прикладах застосовано так звану тактику «вотєбаутизму» – відповіді на критику чи поставлене запитання у формі «А як щодо Х?» [1]. Варто зауважити, що після початку збройної агресії Росії та окупації Криму 2014 року цей термін знову повернувся в активний вжиток [4]. Доцільно пригадати постійно повторюваний наратив російської пропаганди «*А де ви були ці вісім років?*».

Якщо говорити саме про випадок в Україні у 2022 році, то дії російської федерації в ході повномасштабного вторгнення правильно кваліфікувати саме як спробу анексії окупованих територій – насильницьке протиправне тимчасове відторгнення РФ суверенних територій, розташованих на Півдні та Сході України, яке відбулося після невизнаних цивілізованим світом псевдореферендумів на окупованих територіях. Росія ж цю спробу захоплення чужих теренів називає «**присоединением**» («**приєднанням, возз'єднанням**»): «*Результати референдумів про приєднання до РФ неподконтрольных Україні територій можуть мати «лякаючі наслідки в реальному світі»*» (MediaKiller, потім перепост на Легитимный, 22.09.2022). Однак жодних історичних, суспільно-політичних та юридичних підстав для цього немає.

Внаслідок повномасштабного вторгнення в нашу країну російські пропагандисти здійснюють маніпуляції з географічною назвою держави Україна. У соціальних мережах вони з їхніми підставними особами перекладають назву як *окраїна*, *кордон* або ж навіть прикметник *украдена*: «*Україна означає прикордонну землю (стосовно Російської імперії). Це не нація*» (Сплетница, 01.03.2022). Для поширення таких повідомлень російська пропаганда також створює і використовує фейкові фейсбук-акаунти, «користувачі» яких вдають із себе громадян країн Африки, Середнього Сходу, Північної Америки, щоб поширювати антиукраїнські наративи, спрямовані на дискредитацію влади України та її громадян [16, с. 161].

Під час війни економічна тема стає однією з найважливіших для населення. Кризові ситуації, зокрема війна, призводять до зниження рівня життя, збільшення безробіття та зменшення доходів населення. Крім того, такі конфлікти можуть змінити структуру економіки країни, вплинути на важливі галузі та виробництво товарів.

Україна, перебуваючи у російсько-українській війні, стикається з викликами, такими як збільшення рівня безробіття, погіршення фінансової стабільності та зниження рівня життя населення. Втрата 29,2% реального ВВП (валового внутрішнього продукту) свідчить про серйозні економічні наслідки війни [6].

У таких умовах доступ до актуальної інформації про економічну ситуацію стає надзвичайно важливим. Громадськість повинна розуміти, як війна впливає на економіку та які заходи влада приймає для забезпечення економічної стабільності. Медіа, як основне джерело інформації, мають відігравати важливу роль у наданні широкого доступу до новин та інформації під час війни.



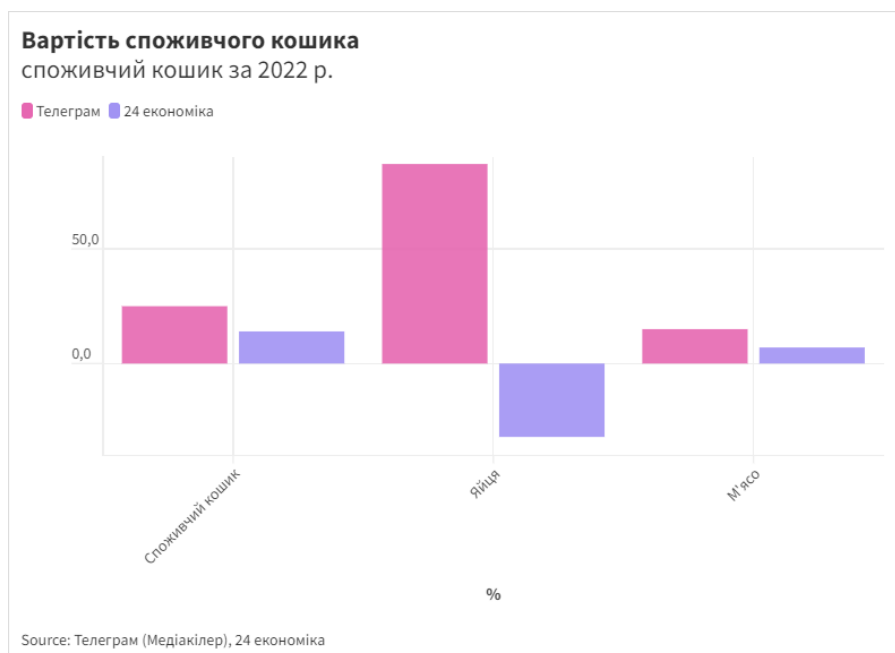


Рис. 2. Вартість споживчого кошика

Однак, варто бути обережними та критично ставитись до інформації, особливо в соціальних мережах та на проросійських ресурсах, які можуть поширювати дезінформацію та пропаганду. Надійність джерела інформації та перевірка фактів є важливими аспектами при сприйнятті економічної інформації.

Під час воєнного часу інформація може бути спотвореною та виступати засобом маніпуляції, оскільки реалії змінюються, а поширення дезінформації може мати серйозні наслідки. Коли розглядаємо економічну тематику, медіа можуть мати власні погляди та інтереси, що впливає на спосіб подання фактів. Крім того, соціальні мережі, хоча широко використовуються для поширення новин та інформації, також стають сценою для дезінформації та фейкових новин. У цьому контексті важливо розрізняти достовірні джерела та перевіряти інформацію, щоб уникнути сприйняття неправдивої або спотвореної інформації про економіку та інші аспекти війни.

Особливо важливо враховувати, що доступ до різних джерел інформації є необхідним для отримання різноманітної та об'єктивної інформації. Це дасть змогу отримати більш повне уявлення про економічну ситуацію та її зв'язок з війною.

Проаналізуємо і порівняємо інформацію про вартість споживчого кошика для українців у 2022 році, яка змінилася через індекс інфляції, яку подає один з телеграм-каналів *MediaKiller* [2] і медіа *24 економіка* [10]. Аналіз цього кейсу є дуже важливим, адже споживчий кошик, який залежить від такого поняття

як «інфляція», дійсно має велике значення для суспільства, особливо під час війни. Журналістські публікації, які використовують цей термін, можуть впливати на сприйняття громадськістю економічної ситуації та соціальної стабільності.

Використання недостовірних даних або маніпуляційних методів, таких як підміна понять, може спотворити розуміння у суспільства справжньої економічної ситуації. Підміна понять полягає в тому, що використовують терміни або поняття, які мають схожі звучання або асоціації, але мають різні значення. Це може мати негативні наслідки, включаючи збільшення бідності, безробіття та соціальну незадоволеність. Тому важливо мати доступ до достовірної інформації та добре оцінювати журналістські матеріали, що стосуються інфляції та інших економічних показників. Це дасть змогу громадськості отримати об'єктивне уявлення про економічну ситуацію та її вплив на суспільство під час воєнного конфлікту. Крім того, важливо сприяти фінансовій грамотності населення, щоб люди могли самостійно розбиратися в економічних питаннях та визначати недостовірні дані. Використання різних неточностей, включаючи підміну понять, може бути використано для впливу на суспільство. Це може бути зроблено з метою формування певного образу або перекручування фактів, щоб спрямувати думку громадськості у певний спосіб, а це в свою чергу призводить до спотворення інформації та створення неправильного розуміння певного питання чи проблеми.

Наприклад, в контексті інфляції, можуть використовувати терміни, які мають схоже значення,



але відрізняються своєю конкретною економічною дефініцією. Це може призвести до плутанини та неправильного сприйняття суті проблеми інфляції. У таких випадках важливо бути уважним до інформації, яку ми отримуємо, особливо під час війни. Щоб зрозуміти справжню ситуацію та уникнути впливу недостовірної інформації, потрібно навчитися розпізнавати маніпулятивні методи та перевіряти достовірність даних.

Проаналізуємо і наочно покажемо, як подають неправдиву інформацію способом візуального спростування. Для цього візьмемо два матеріали: один з телеграм-каналу *MediaKiller* [2] (подає багато дезінформації) і матеріал з медіа *24 економіка* [10], який в подачі матеріалів орієнтується на офіційні джерела інформації.

Як видно з графіків (<https://public.flourish.studio/visualisation/14262315/>), реальні дані відрізняються від недостовірних, які мають на меті дезінформувати суспільство (рис. 2). Дуже часто інформація, яка є важливою для суспільства та має значення для його фінансової та соціальної стабільності, може бути представлена неправдиво або викривлена. Втім, показники, які матимуть менший вплив на громадян, можуть бути надані більш достовірно. Такий підхід до подачі інформації має можливість впливати на прийняття неправильних рішень та спричинити негативні наслідки для країни. Тому особливо важливо, щоб дані, які мають суттєвий вплив на громадян, були максимально точними та достовірними.

Один зі способів виявлення дезінформації та підміни понять є використання візуалізації даних. Візуалізація включає в себе використання графіків, діаграм, карт та інших візуальних зображень для демонстрації інформації. Цей метод може допомогти показати достовірність даних та їхній зв'язок з реальними явищами та процесами. Візуалізація також може допомогти виявити недостовірні дані, сприяти прийняттю обґрунтованих рішень та наочно проілюструвати різницю між правдивою та неточною інформацією. Використання числових даних та цифр є одним з ефективних засобів для написання і пояснення тих чи інших економічних явищ.

Журналісти часто користуються числовими даними у своїх матеріалах, оскільки це додає публікаціям чіткості, конкретності та авторитетності. Особливо це стосується матеріалів, що займаються економікою, соціальними показниками та статистикою. Використання чисел допомагає зробити інформацію більш доступною та зрозумілою для аудиторії. Числа можуть ілюструвати тренди, порівнювати показники, вказувати

на розмір економічних чи соціальних змін. Вони додають об'єктивності та обґрунтованості журналістським матеріалам. Також через цифри можна інтерактивно представити бюджет, і це дуже часто роблять BBC та Financial Times [12].

Завдяки числовим даним журналісти можуть підкріплювати свої твердження фактами і статистикою, що сприяє більш повному розумінню теми статті чи репортажу. Однак важливо, щоб використані числа були достовірними і добре дослідженими, оскільки некоректна інтерпретація або вибір неправильних даних можуть призвести до спотворення інформації та створення неправдивого образу ситуації. Тому при роботі з числовими даними потрібно дуже ретельно перевіряти їх джерела та достовірність перед використанням.

У сучасний період, коли війна має великий вплив на суспільство, значно зростає використання числових даних у журналістських матеріалах. Це допомагає зрозуміти та проаналізувати інформацію більш ефективно. Як зазначено в дослідженні [17, с. 92], дані легше сприймаються та інтерпретуються, оскільки вони можуть бути легко перекладені та адаптовані до різних контекстів. Зокрема, це особливо важливо для людей, які були змушені тимчасово мігрувати, будь то внутрішні переселенці чи біженці. Багато медіаорганізацій та громадських організацій, а також волонтери, забезпечують комунікаційні сервіси для цих осіб. У багатьох матеріалах, що стосуються інформації для переселенців, активно використовуються журналістика даних для більш точного та зрозумілого подання інформації.

Війна призвела до фінансових труднощів для медіа, оскільки воєнні дії можуть призвести до зменшення рекламного доходу та попиту на медійні послуги. Це може призвести до зменшення обсягу роботи для журналістів та збільшення безробіття в цій галузі. Проте, журналісти, які мають навички роботи з даними та вміють ефективно використовувати потенціал цифрових ресурсів, мають більші шанси знайти роботу або отримати посаду. Здатність кваліфіковано працювати з цифровими даними та вміння ефективно їх візуалізувати є важливими перевагами для журналістів, оскільки це дозволяє створювати високоякісний, достовірний та добре ілюстрований матеріал. Завдяки використанню цифр ми можемо створювати візуальні елементи, такі як діаграми та графіки, а також відображати різноманітні статистичні дані та результати соціологічних опитувань. Журналісти використовують ці елементи для того, щоб спростити сприйняття матеріалу. Публікація, в якій застосована візуалізація, стає доступною та зрозумілою для читача.



Проаналізувавши статтю «В Україні зривається підготовка до опалювального сезону: ризик для 5 млн українців» [11], бачимо, що цифри не лише відображають тенденції розвитку, але і можуть викривати занепад. В аналітичних текстах використання цифр створює переконливу аргументацію та розширює розуміння читачів. Журналістика даних, така як графіки та цифрова візуалізація, відіграють важливу роль у покращенні матеріалів, роблять їх більш доступними та зрозумілими для аудиторії.

Один із методів, який використовують при техніці підміни понять, є метод віддзеркалення. Цей підхід використовується для спотворення слів та висловлювань, зміни їхнього змісту та сприйняття, щоб вплинути на споживачів інформації. Проросійські медіа часто використовують метод віддзеркалення в соціальних мережах, зокрема на платформі Телеграм, для зміни змісту певної інформації. Вони можуть використовувати обернений зв'язок у заголовках новин, щоб спотворити їх зміст та створити негативне уявлення про певну подію або особу. Шляхом віддзеркалення фактична інформація може бути змінена або перекручена, створюючи неправильне враження. Прикладом дезінформації за допомогою віддзеркалення може бути поширення неправдивої інформації про різні економічні показники, про військові дії. Наприклад, один з російських телеграм-каналів «Украина.ру», який діє на території України, опублікував матеріал під заголовком «Закінчилася військова техніка – заберем у мирних громадян» (*Закончилась военная техника – заберём у мирных граждан!*) [3], в якому стверджується, що українські військові забирають у жителів Херсонщини автомобілі для ліквідації наслідків підризу на Каховській ГЕС [9]. Це яскрава ілюстрація використання

такого способу, адже насправді такі дані збиралися для полегшення евакуації населення.

Отже, метод віддзеркалення може бути використаний для підміни понять у медіа з метою маніпуляції думками та перекручення інформації. Важливо бути свідомим цього методу і критично ставитись до отримуваної інформації. Перевірка джерел інформації та зіставлення їхніми з реальними фактами є важливими кроками для забезпечення точності і достовірності інформації.

**Висновки.** Російська держава, яка веде впродовж багатьох років інформаційну війну проти України, пристосовується до сучасних умов. У період повномасштабного вторгнення Телеграм став для українців основною платформою для отримання оперативної інформації, тому росіяни активно використовують телеграм-канали для поширення своєї пропаганди. Основною тактикою у цьому постає підміна понять у проросійських каналах. Щоб виправдати свої злочини та невдачі на території України, ворожі псевдомедіа послуговуються маніпуляціями інформацією, перекручуючи і спотворюючи значення лексичних та візуалізованих засобів. Тому постає гостра потреба у відсіюванні дезінформації та неправдивих повідомлень у телеграм-каналах.

У сучасному світі журналісти і споживачі інформації повинні бути медіаграмотними, оскільки це допомагає орієнтуватися в суспільно-економічній ситуації. Фільтрування перенасиченого інформаційного середовища і здатність виявляти неправдиві наративи, використовуючи лексичні і візуальні засоби, стають важливими навичками для журналістів. Це також допомагає залучати аудиторію до аналізу реальних умов і стимулює розуміння правдивої, критично оціненої картини подій.

#### Список літератури:

1. Bobb D. Understanding Whataboutery. *Outlook*. 05.11.2015. URL: <https://cutt.ly/KKK6FeR> (дата звернення: 13.06.2023).
2. В Україні продовжується фіксуватися ріст інфляції (В Украине продолжает фиксироваться рост инфляции). *Телеграмканал MediaKiller*. 11.08.2022. URL: <https://t.me/MediaKiller2021/4508>
3. Закінчилася військова техніка – заберем у мирних громадян (Закончилась военная техника – заберём у мирных граждан!). *Телеграмканал Украина.ру*. 27.06.2023. URL: [https://xn--80affa3aj0al.xn--80asehdb/#@ukraina\\_ru](https://xn--80affa3aj0al.xn--80asehdb/#@ukraina_ru)
4. Keating J. The long history of Russian whataboutism. *Slate*. 21.03.2014. URL: [http://www.slate.com/blogs/the\\_world\\_/2014/03/21/russia\\_and\\_western\\_double\\_standards\\_the\\_long\\_history\\_of\\_russian\\_complaints.html](http://www.slate.com/blogs/the_world_/2014/03/21/russia_and_western_double_standards_the_long_history_of_russian_complaints.html) (дата звернення: 11.06.2023).
5. Riabchuk M. Ukraine: Russian propaganda and three disaster scenarios. *Aljazeera*. 11.04.2014. URL: <https://cutt.ly/WKK60N6> (дата звернення: 11.06.2023).
6. Бондар Т. Фінансово-економічні наслідки війни. *LB*. 31.03.2023. URL: [https://lb.ua/blog/tetiana\\_bohdan/550614\\_finansovoeconomichni\\_naslidki.html](https://lb.ua/blog/tetiana_bohdan/550614_finansovoeconomichni_naslidki.html) (дата звернення: 29.05.2023).
7. Бно-Айріян М. Чому українському бізнесу варто звернути увагу на західний регіон. *Дзеркало тижня*. 2022. URL: [https://zn.ua/ukr/economics\\_of\\_regions/druhe-dikhannja-jak-zakhidna-ukrajina-otrimala-shans-na-industrializatsiju.html](https://zn.ua/ukr/economics_of_regions/druhe-dikhannja-jak-zakhidna-ukrajina-otrimala-shans-na-industrializatsiju.html) (дата звернення: 15.06.2023).
8. Бурлакова В. Три кити російської пропаганди. *Український Тиждень*. 22.05.2014. URL: <https://tyzhden.ua/try-kytu-rosijskoi-propahandy/> (дата звернення: 18.06.2023).



9. ВВП України за підсумками 2022 року впав на 29,1 % – Держстат. *Forbs*. 13.04.2023. URL: <https://forbes.ua/news/vvp-ukraini-za-pidsumkami-2022-roku-vpav-na-291-derzhstat-13042023-13041> (дата звернення: 17.05.2023).
10. Від початку війни продуктивний кошик українця подорожчав на 14 %. *24 економіка*. 16.07.2022. URL: [https://24tv.ua/economy/tsina-na-produkti-v-ukrayini-pid-chas-viyni-2022-yak-zrosli\\_n2096953](https://24tv.ua/economy/tsina-na-produkti-v-ukrayini-pid-chas-viyni-2022-yak-zrosli_n2096953) (дата звернення: 27.05.2023).
11. В Україні зривається підготовка до опалювального сезону: ризик для 5 млн українців. *Економічна правда*. 27.06.2023. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2023/06/27/701627/> (дата звернення: 27.06.2023).
12. Грей Дж., Чемберс Л., Бунеру Л. Журналістика даних : посібник / пер. з англ. Сергія Лук'янчука, 2012. URL: <https://texty.org.ua/archive-books/40161/zhurnalistyka-danykh-posibnyk-40161/#40163> (дата звернення: 17.05.2023).
13. Крикун А. Джерело інформації – соціальні мережі. *Кореспондент.net*. 15.08.2012. URL: <https://blogs.korrespondent.net/blog/2377/3332976-dzherelo-informatsii-sotsialni-media> (дата звернення: 26.05.2023).
14. Міхальков С. Що пише російська пропаганда в Telegram-каналах на нещодавно окупованих територіях. *Texty.org*. 26.04.2022. URL: <https://texty.org.ua/articles/106489/jak-rosijski-okupanty-vojujut-v-telehrami/> (дата звернення: 01.06.2023).
15. Методологія аналізу проросійських і окупаційних телеграм-каналів в українському сегменті телеграма. *Детектор медіа*. 14.12.2022. URL: <https://detector.media/monitorynh-internetu/article/205956/2022-12-14-metodologiya-analizu-prorosiyskykh-i-okupatsiynykh-telegram-kanaliv-v-ukrainskomu-segmenti-telegrama/> (дата звернення: 21.06.2023).
16. Молоткіна Ю. Вербальне маніпулювання «фабрики тролів» у контексті антиукраїнської пропаганди Кремля в англомовному дискурсі соціальних мереж Tiktak та Twitter. *Society. Document. Communication. Соціум. Документ. Комунікація*, 2022. № 17, 155–181. URL: <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-17-155-181> (дата звернення: 11.06.2023).
17. Нарчіса Крецу І., Гузун М., Василик Л. Журналістика даних та візуалізація // Підручник з крос-медіа. Bonn/Germany – Sibiu/Romania: Schiller Publishing House, 2015. 92 с.
18. ЦПД повідомляє про оновлений перелік каналів-інфотерористів, що діють на території України [https://cpd.gov.ua/warnin/czpd\\_povidomlyaye-pro-onovlenyj-pereli/](https://cpd.gov.ua/warnin/czpd_povidomlyaye-pro-onovlenyj-pereli/) (дата звернення: 25.06.2023).
19. Юськів Х. Наративи російської пропаганди в Україні. Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. Студії. 2020. Випуск 30, С. 226-232. URL: <https://cutt.ly/yklq92k> (дата звернення: 17.05.2023).
20. Як працює дезінформаційна сітка в Telegram-каналах (частина 1). *Центр протидії дезінформації*. 25.06.2022. [https://cpd.gov.ua/glossary/principles/czpd\\_poyasnyuye-yak-praczuuye-dezinformaczi/](https://cpd.gov.ua/glossary/principles/czpd_poyasnyuye-yak-praczuuye-dezinformaczi/) (дата звернення: 25.06.2023).

**Bilovska N. B., Viytovych T. Ya. MANIPULATIVE TACTICS IN PRO-RUSSIAN TELEGRAM CHANNELS DURING THE PERIOD OF THE FULL-SCALE INVASION: LEXICAL AND ECONOMIC ASPECTS**

*The article examines various methods of presenting disinformation used in social networks and gives specific examples of manipulation and disinformation observed in this information arena. An essential element of the publication is the method of refuting false information through visualization, that is, infographics; compared with official statements, the falsehood is debunked.*

*This study is relevant because today's realities of the information sphere require it. After all, the media are obliged to emphasize the need to actively support the positive reputation of Ukraine as a nation that, since 2014, has been fighting for the values and principles of freedom of democratic countries in a cruel and unjust war with Russia. Therefore, if we analyze the information spread in the world media space, we can see that interest in the course of events in Ukraine is ambiguous and sometimes distorted. Ignoring the informational component in maintaining reputation can be seen as negligence in creating and strengthening a positive international image of Ukraine.*

*The problem of spreading misinformation in social networks is very dynamic. Russian propaganda uses all methods and means to extend its narratives. During any crisis, including the Russian-Ukrainian war, another war is created - an information war, a landscape for disinformation. Social networks turned out to be a favorable environment for propaganda and manipulation of information because we do not have at the legislative level finally fixed and approved rules for the functioning of media on the Internet.*

*Also, this publication emphasizes the tactic of substituting concepts as one of the most effective manipulative strategies in the course of information warfare. This method is based on psychological influence and uses logical fallacies. Its essence is to present any object or phenomenon to the audience in a different interpretation than it actually is. After a certain period, this image is presented in a different light and is perceived in the public mind as actual and correctly perceived.*

**Key words:** manipulation, disinformation, the substitution of concepts, propaganda, economic information, visualization, interactivity, Telegram channels, lexical markers.