

Мельникова-Курганова О. С.

Державний університет «Київський авіаційний інститут»

ТРАНСФОРМАЦІЯ КАНАЛІВ КОМУНІКАЦІЇ ПІД ЧАС АКТИВНИХ ВОЄННИХ ДІЙ У 2022 Р. НА ПРИКЛАДІ МАРІУПОЛЯ

У статті досліджено трансформацію каналів комунікації під час активних воєнних дій у Маріуполі в 2022 році. Проаналізовано вплив інформаційної блокади на доступ населення до офіційних та альтернативних джерел інформації. Розглянуто способи розповсюдження інформації в умовах відсутності електроенергії та традиційних засобів комунікації, а також інформаційно-пропагандистські методи впливу з боку російських загарбників. Дослідження ґрунтується на свідченнях мешканців, які пережили облогу міста.

Виявлено зміну переваг у використанні інформаційних каналів: від цифрових платформ до традиційних методів зв'язку, як радіо та усна передача інформації. Соціальні медіа, мобільний зв'язок та усна комунікація відіграли важливу роль у мобілізації громадськості та поширенні критично важливих відомостей про гуманітарну ситуацію в місті. Разом з тим, спостерігалася активізація інформаційної війни, що виявилася у масовому поширенні дезінформації та пропагандистських наративів як у цифровому просторі, так і через безпосередню комунікацію в чергах, сховищах та шелтерах.

Значна увага приділена ролі мобільного зв'язку, який у перші тижні облоги залишався основним засобом комунікації для мешканців. Однак після руйнування інфраструктури та глушіння сигналу мобільні пристрої поступово втрачали свою функціональність. У цей період підвищилася цінність радіомовлення як джерела новин.

Запропоновано подальші напрями дослідження, зокрема аналіз інформаційних стратегій у прифронтових регіонах України та їх вплив на формування громадської думки. Результати цього дослідження можуть бути корисними для розробки стратегій інформаційної безпеки в умовах військових конфліктів та кризових ситуацій.

Ключові слова: інформаційна війна, канали комунікації, соціальні медіа, мобільний зв'язок, глушіння сигналу, інформаційна блокада, пропаганда.

Постановка проблеми. Після повномасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 р. у результаті воєнної та інформаційної агресії був здійснений вплив на інформаційно-комунікаційні системи на прифронтових або окупованих територіях України. В різних регіонах країни було створено умови перешкоджання доступу населення до офіційної інформації діючої влади та / або до обміну інформацією.

Якщо під час «миттєвої» окупації півдня України підміна контенту та каналів комунікації відбувалися поступово в інформаційному просторі і без воєнних дій у фізичному (наприклад, в Скадовську чи Бердянську), то на південному сході країни – в Маріуполі – російські війська використовували різні прийоми інформаційно-комунікаційного впливу, коли йшли активні бої. Відповідно в умовах осади міста мешканці шукали будь-які типи комунікацій з метою врятуватися від різного роду атак (військових, інформаційних, пропагандистських, хакерських тощо).

З 2 березня по 20 травня 2022 р. українське місто Маріуполь перебувало в повній осаді, зокрема інформаційній блокаді. Людям не вистачало базових потреб: їжі, води, газу, ліків, одягу і, що важливо, електроенергії. Тому мобільний зв'язок та доступ до інтернету були досить обмеженими або повністю недоступними в цей період. Деякі люди могли використовувати генератори для зарядки мобільних телефонів, але це давало лише тимчасовий доступ до цифрового зв'язку в кількох високих точках півміського міста.

Під час інформаційної блокади локальні теле- і радіоканали, преса почали поширювати інформацію через соціальні мережі, деякі журналісти друкували листівки та плакати. Багато людей почали отримувати інформацію зі смс-повідомлень, представників поліції чи ЗСУ, які приходили у шелтери чи багатолюдні двори. Проте вже діяли російські пропагандисти в онлайн чи усному публічному (наприклад, в чергах) просторі, які поширювали деструктивні наративи. В умовах інформацій-

ної війни наприкінці лютого – початку березня 2022 р. російська армія руйнувала електромережі, вежі мобільного зв'язку, обладнання інтернет-провайдерів, редакції теле- радіокомпаній, онлайн-видань. Своєю чергою, знищення джерел та передавачів інформації спонукало мешканців осадного міста шукати альтернативного зв'язку, іноді ризикуючи життям. В інформаційній блокаді швидко поширювалися чутки, ворожі пропагандистські наративи, посилюючи напружений емоційний стан населення (страх, відчуття безвиході, безнадії, паніки під час обстрілів).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідники вивчають використання різних каналів інформації під час війни у різних аспектах, зокрема в контексті воєнного репортерства, військової журналістики, соціальних або публічних комунікацій, різних типів впливів на суспільство. До повномасштабного вторгнення і під час активних воєнних дій в Маріуполі проводилися інформаційні операції з боку російських загарбників.

У контексті інформаційних війн варто згадати тлумачення М. Лібікі [1], який розглядає інформаційну війну як атаку інформації на інформацію, акцентуючи увагу на ролі кібервійн в сучасному світі. Також він підкреслює, що під час інформаційної війни може відбуватися атака у фізичному просторі, яка руйнує телефонні станції, телевізійні вежі та інше обладнання з метою перешкодити передачі даних, обміну інформації, комунікації в цілому [2]. У перший етап російського вторгнення в Маріуполь наприкінці лютого можна було спостерігати обстріли пунктів зв'язку та електромережі.

Закордонні та українські науковці досліджували висвітлення початку війни з 2014 року, проводили контент-аналіз медіа та брали інтерв'ю у телевізійників. Вони проаналізували висвітлення військового конфлікту на сході України в російських, українських та американських новинних програм та виявили значні відмінності у виборі джерел для зйомок, висвітленні загибелі цивільних і військових, а також у подачі інформації про різні воюючі сторони [3].

Інші дослідження про початок російсько-української війни 2014 р. акцентували на тому, що основними акторами подій в медіа виступали представники цивільного населення (наприклад, постраждали), що свідчило про тенденцію «гуманізації» висвітлення конфліктів. Чутливість журналістів до своєї позиції в інформаційній війни відображалось у невеликому, але суттєвому відсотку публікацій про роль медіа у військових конфліктах [4].

Окремим напрямком є вивчення соціальних медіа під час війни. О. Бойчак та С. Джексон дослідили соціальні мережі як канали комунікації та громадської активності в Маріуполі до повномасштабного вторгнення. На їхню думку, соціальні медіа дають змогу широкій та різноманітній громадськості мобілізуватися навколо спільної колективної ідентичності. Вони вивчали канали комунікації громадських активістів міста за допомоги публічної, але й анонімною взаємодії. На той час соціальні медіа відіграли вирішальну роль у забезпеченні легітимності державі під час війни. Автори висвітлюють використання можливостей нових медіа для конструювання національної ідентичності серед об'єднаної цифровою мережею громадськості, мобілізуючи підтримку для держави, що перебуває під військовою загрозою [5].

У контексті висвітлення війни журналістами було приділено увагу документуванню явищ та ставлення медійників до подій з початку російсько-української війни на сході країни з 2014 р. [6]. У той період українські журналісти були ближчими до традиційної об'єктивності та висвітлення фактів, ймовірно, використовуючи стратегію свого захисту від зовнішніх впливів. Їхня довіра до державних інституцій виступало вирішальним фактором, що визначає ступінь журналістського «патріотизму» [7].

Р. Горбик вивчав роль мобільного зв'язку під час війни. Він вбачає однією з проблем у галузі медіатизації війни те, як цивільні засоби зв'язку інтегруються у військові дії. Він дослідив моделі використання мобільних телефонів на лінії фронту на сході України. На основі якісних глибинних інтерв'ю з українськими військовослужбовцями Р. Горбик розробив типологію використання мобільних телефонів на фронті, ґрунтуючись на акторно-мережевій теорії. «Повсюдна присутність мобільних телефонів на полі бою створює набір унікальних партисипативних медіа-практик. Різноманітні особисті цілі, такі як приватне спілкування та розваги, поєднуються в одному пристрої з прослуховуванням, наведенням вогню, картуванням мінних полів та бойовою комунікацією», – вважає дослідник. На його думку, мобільні пристрої стають зброєю і сприяють гібридизації військового та особистого просторів [8].

У нашому попередньому дослідженні про роботу українських журналістів з де- та окупованих, прифронтових територій з початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну, було виявлено, що локальні ЗМІ створювали власні

Telegram-канали під час проблем з електрикою та неможливістю вийти в етер традиційних медіа, вони розширили свою діяльність на інших платформах соціальних мереж. Також вони маркували фейки, шукали технічні можливості для інформування населення, створювали документальні фільми про міста, записували свідчення очевидців, своїми силами розвозили друковану пресу по населених пунктах, де не було зв'язку тощо [9].

Більшість досліджень присвячено питанням пропаганди [10], політичних комунікацій, деструктивним наративам та іншим негативним інформаційно-комунікаційним впливам під час війни. Проте нас цікавить саме зміни використання населенням каналів комунікацій під час активних бойових дій, зокрема без належної підготовки перебувати в інформаційній блокаді.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначити зміни та перехідні періоди у використанні каналів комунікації населенням під час осади Маріуполя та поступової окупації міста з 2 березня по 20 травня 2022.

Для реалізації цієї мети було поставлено наступні завдання:

1) дослідити джерела інформації та основні канали комунікації, якими користувалося населення осадного Маріуполя а) спочатку повномасштабного вторгнення РФ в Україну в лютому 2022 р.; б) під час інформаційної блокади та повної осади міста у березні 2022 р.; в) під час поступової окупації мікрорайонів Маріуполя з кінця березня 2022 р. до повної окупації міста з боку РФ 20 травня 2022 р.;

2) проаналізувати зміни у використанні каналів комунікації населенням осадного міста, а також поступовий інформаційно-комунікаційний та пропагандистський вплив з боку загарбників.

Дослідження проводилося з використанням методу спостереження, адже дослідниця знаходилася всередині заблокованого Маріуполя і фіксувала зміни в інформаційному просторі. За допомогою методу кейс-стаді було проаналізовано відео та онлайн-матеріали зі свідченнями маріупольців. За допомогою напівструктурованого інтерв'ю було опитано 22 мешканці міста, які мають досвід перебування в повній осаді та інформаційній блокаді, і які виїхали на підконтрольну Україні території або в західні країни. Метод систематизації даних використовувався для розуміння використання різних каналів комунікацій в той чи інший період осади Маріуполя.

Виклад основного матеріалу. Трансформація використання різних каналів комунікації від-

бувалася поступово під час осади в залежності від подій, частоти обстрілів та умов виживання в тому чи іншому мікрорайоні Маріуполя. Нами було опитано 11 жінок та 11 чоловіків, які мали досвід виживання в осаді міста, які представили всі чотири райони Маріуполя: Центральний, Лівобережний, Кальміуський та Приморський. Респонденти мали різний досвід перебування в осаді Маріуполя – від трьох тижнів (тобто від початку повномасштабного вторгнення до відкриття неофіційного зеленого коридору з 14 березня 2022 р.) до кількох місяців в окупації. Анонімні інтерв'ю проводилися у січні та лютому 2023 р.

Перший період повномасштабного вторгнення умовно зазначимо з 24 лютого 2022 по 2 березня 2022, коли була наявна електрика в більшості районів міста. Цей період запам'ятався респондентом поширенням ПІСО. Зокрема по місту невідомі люди з диверсійно-розвідувальних груп РФ малювали чорні мітки на будинках, кришках каналізаційних люків наче для навігації під час обстрілів. Респонденти описували, як вони засипали ці символи землею або зафарбовували їх з балончика. Також представники поліції, які займалися інформаційною діяльністю, також підтвердили, що мітки спричинили велику кількість телефонних дзвінків громадян, викликів на місце розташування цих міток, що забрало багато часу та уваги від інших дій ворожих агентів.

Інтерв'юювані звернули увагу на те, як саме змінювали використання джерел інформації після повномасштабного вторгнення РФ. До 24 лютого 2024 р. вони частіше зверталися до соціальних мереж, тому що там були сторінки офіційних медіа, міської ради та інших місцевих структур. Вже тоді найпопулярнішим був Telegram (14 відповідей), далі – Viber і Facebook (по 8 відповідей), YouTube (5 відповідей), Instagram (4 відповіді) і Skype (1 відповідь).

У другому періоді – умовно з 2 березня 2022 р., коли зникла електрика в місті, до початку травня 2022 р., коли загарбники поширювали генератори та тимчасові точки зв'язки – власне повній інформаційній блокаді, респонденти мали різний досвід отримання інформації. Деякі з них отримували доступ до зарядних станцій або генераторів, дехто мав супутникові антени, дехто знаходив місця, де не було глушіння сигналу або доступ до отримання мобільного зв'язку одного з українських операторів. Більшість з них знаходилися у бомбосховищах, підвалах та інших шелтерах та не мали технічних можливостей отримання інформації, але отримували новини та чутки через

усну міжособистісну комунікацію. Під час облоги міста та інформаційної блокади цінно було берегти заряд девайсів, а через переривчастий мобільний зв'язок та інтернет прерогативою були соціальні медіа, які швидко завантажують контент або лише заголовки, короткі текстові повідомлення. Тому збільшилась кількість завантажень та установок Telegram (22 відповіді), зменшилось користування Viber (12 відповідей, в цьому месенджері було багато локальних та спеціалізованих пабліків), Facebook (5 відповідей), інші соціальні мережі не були названі. Також 1 респондент зазначив, що під час окупації його мікрорайону він завантажував першу сторінку браузера і читав заголовки сайтів, проте не заходив на новини через поганий інтернет-зв'язок мобільного оператора, а також з метою убезпечити себе під час перевірки девайса на так званій російській «фільтрації» місцевого населення.

Також були зміни у споживанні інформаційних традиційних медіа (преса, радіо, телебачення, онлайн-видання). До періоду осади міста найпопулярнішими серед респондентів були агрегатори новин, сайти новин (17 відповідей), потім – телеканали (6 відповідей), радіо (2 відповіді), друковані ЗМІ ніхто не відокремив, проте респонденти звернули увагу на мобільний зв'язок як джерело новин від друзів (3 відповіді). Своєю чергою, інтерв'юювані зазначили, що змінився вибір мас-медіа під час облоги міста у бік саме радіо (20 респондентів). Для отримання інформації вони знаходили застарілі радіоприймачі, які транслювали новини «Єдиного марафону» на середніх та довгих частотах. Також використовували застарілі магнітоли в автівках, які також доєднувалися до радіохвиль. Проте з кінця березня 2022 р. частішало «глушіння» сигналу з боку загарбників та трансляції російських або донецьких новин, інтерпретацій або антиукраїнських закликів. Також популярним був тип каналу комунікації як мобільний зв'язок з метою отримання новин від друзів або інформації про можливий виїзд з осадного Маріуполя (16 відповідей). Проукраїнські листівки, проросійські листівки (4 відповіді) та російські газети, що були в гуманітарних пакунках на окупованих районах міста (4 відповіді) виділили респонденти, які перебували від місяця до кількох місяців в інформаційній блокаді та окупації. Телевізійні канали дивилися 2 респонденти, але за наявності генератора та супутникової антени. Ще 2 респондентів орієнтувалися на завантажені агрегатори та сайти новин, проте це робили в час окупації їхніх

мікрорайонів та після встановлення тимчасових веж інтернет-зв'язку з боку окупантів.

Російські пропагандисти шукали канали комунікації під час інформаційної блокади, адже соціальні медіа не були в місті ефективними, тому розсилали смс-повідомлення мешканцям міста. Респонденти зазначили теми смс, які надходили їм на мобільні телефони, коли вони знаходили мобільну мережу:

1. Заклик здатися ЗСУ в полон.
2. Погрози українським громадським активістам.
3. Заклики до мешканців видавати українських військових.

Під час поступової окупації міста, зокрема в мікрорайонах, де припинилися активні військові дії та вуличні бої, російські загарбники розширяли способи розповсюдження пропаганди. Наприклад, у певні моменти часу по всьому місту з'явилися такі нові джерела як пересувні телевізійні вантажівки з мультимедійними екранами; розповсюджувалися листівки; спецагенти усно розповідали новини в чергах за їжею, одягом та ліками; смс-повідомлення від російських пропагандистів, в яких загарбники пропонували співпрацю проти захисників України; завербовані блогери з периферійних міст Росії приїжджали до Маріуполя, щоб висвітлювати новини під проросійським кутом зору. Також демонстративно на заводі ім. Ілліча вів ефіри пропагандист В. Соловйов.

В умовах відсутності електрики у більшій частині міста, а також мобільного та інтернет-зв'язку, окупанти безкоштовно роздавали газети, зокрема політичну пресу партії «Единая Россия», псевдовипуски місцевої газети «Приазовський рабочий» та російської газети «Комсомольская правда», які часто вкладалися в гуманітарні пайки для населення. Також були розклеєні проросійські біл-борди з окупантськими лозунгами. У символічному просторі використовувалися георгіївські стрічки та літера Z, наприклад, роздавалися стрічки або їздили автівки з символікою. «Одна машина їхала з гімном Радянського Союзу, а ззаду до коліс був прив'язаний український прапор, який волочився по землі. Нам було боляче на це дивитися», – розповідає респондент, який жив в окупованому районі міста кілька місяців.

Висновки. Таким чином, можна прослідкувати трансформацію використання каналів комунікації під час облоги Маріуполя від початку повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року до офіційної дати здачі в полон українських вій-

ськових з металургійного комбінату «Азовсталь» 20 травня 2022 р.

По-перше, популярність соціальних мереж, зокрема месенджеру Telegram, була високою до та спочатку повномасштабного вторгнення РФ в Україну. Серед традиційних медіа більшість респондентів приділяло увагу онлайн-виданням, а потім – телебаченню. Варто зазначити, що друкована преса не користувалася попитом в місті.

По-друге, в умовах відсутності електрики, мобільного та інтернет-зв'язку мешканці Маріуполя користувалися застарілими моделями радіопередавачів або автомобільних магнітол, які ловили середні частоти, працювали від пальчикових батарейок, мали антену тощо. Безумовно, варта уваги усна міжособистісна комунікація між людьми, але разом із тим поширювалися чутки, деструктивні наративи та ворожа пропаганда. Також різновидом такої комунікації були телефонні розмови з родичами або знайомими з підконтрольної території України при умові наявності заряду мобільного телефону та знаходження мобільного зв'язку чи інтернету на високих та відкритих точках міста.

По-третє, під час поступової окупації Маріуполя мешканці відчули агресивну пропаганду з боку загарбників (розповсюдження преси в гуманітарних пакунках, автівки з телеекранами, встановлення тимчасових веж мобільного зв'язку

проросійських операторів та інтернет-провайдерів, нав'язування купівлі російських сім-карт за паспортом, використання автівок з гучномовцями, велика кількість біл-бордів).

По-четверте, завезення до міста російських блогерів та т.зв. «воєнних кореспондентів» російських Telegram-каналів).

Основною проблемою виживання в осаді міста, зокрема в умовах інформаційної блокади, була відсутність електрики, інтернет та мобільного зв'язку. Проте деякі респонденти мали доступ до генераторів, супутникових антен, придбали сім-картки різних українських мобільних операторів. Варто зазначити, що у патрульної поліції був старлінк, за допомоги якого передавалася інформація до закордонних медіа (наприклад, до американського агентства Associated Press) [11]. Також важливо було мати павербанки, радіоприймачі на батарейках, які ловили новини на середніх хвилях. З урахуванням технічних та географічних (район мешкання респондентів), а також усних комунікативних навичок можна було отримати релевантну інформацію і, своєю чергою, приймати рішення про порятунок з осадного міста Маріуполя.

Отже, перспективою дослідження є вивчення каналів комунікації на прифронтових або прикордонних з РФ територіях, які знаходяться у схожих умовах без електрики та / або мобільного й інтернет-зв'язку.

Список літератури:

1. Libicki M. C. What is Information Warfare?. URL: http://www.dodccrp.org/files/Libicki_What_Is.pdf (дата звернення: 01.02.2025).
2. Libicki M. C. Conquest in Cyberspace: National Security and Information Warfare. Cambridge: Cambridge University Press; 2007. 323 p.
3. Roman, N., Wanta, W., & Buniak, I. Information wars: Eastern Ukraine military conflict coverage in the Russian, Ukrainian and U.S. newscasts. *International Communication Gazette*, 79(4), 2017. P. 357–378. <https://doi.org/10.1177/1748048516682138>
4. Fengler, S., Kreutler, M., Alku, M., Barlovac, B., Bastian, M., Bodrunova, S. S., Brinkmann, J., Dingerkus, F., Hájek, R., Knopper, S., Kus, M., Láb, F., Lees, C., Litvinenko, A., Medeiros, D., Orlova, D., Ozolina, L., Paluch, A., Nicoleta Radu, R., ... Zguri, R. The Ukraine conflict and the European media: A comparative study of newspapers in 13 European countries. *Journalism*, 21(3), (2020). P. 399–422. DOI: 10.1177/1464884918774311
5. Boichak, O., & Jackson, S. From national identity to state legitimacy: Mobilizing digitally networked publics in eastern Ukraine. *Media, War & Conflict*, 13(3), 2020. P. 258–279. DOI: 10.1177/1750635219829161
6. Nygren, G., Glowacki, M., Hök, J., Kiria, I., Orlova, D., & Taradai, D. Journalism in the Crossfire: Media coverage of the war in Ukraine in 2014. *Journalism Studies*, 19 (7), 2018, P. 1059–1078. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1251332.
7. Springer N., Nygren G., Widholm A., Orlova D., Taradai D. Narrating «Their War» and «Our War» – the Patriotic Journalism Paradigm in the Context of Swedish and Ukrainian Conflict Coverage. *Central European Journal of Communication*. 2022. Vol. 15, Issue 2. P. 178–201. DOI: 10.51480/1899-5101.15.2(31).1.
8. Horbyk R. «The war phone»: mobile communication on the frontline in Eastern Ukraine. *Digi War*, 3, P. 9–24, 2022. DOI: 10.1057/s42984-022-00049-2
9. Melnykova-Kurhanova O. The Ukrainian journalists' work on the frontline territories as a counter to Russian propaganda. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 35 (74) № 4 2024. Ч. 1. С. 200–205.

10. Horbyk R., Prymachenko, Ya., Orlova D. The transformation of propaganda: The continuities and discontinuities of information operations, from Soviet to Russian active measures. *Nordic Journal of Media Studies*, Volume 5, № 1, 2023. P. 68–94.

11. Мельникова-Курганова О.С., Ятчук О.М. Телепубліцистика й документалістика у висвітленні облоги Маріуполя. *Образ*. Вип. 2 (42). Суми: Сумський державний університет, 2023. С. 52–61.

Melnykova-Kurhanova O. S. TRANSFORMATION OF COMMUNICATION CHANNELS DURING ACTIVE MILITARY OPERATIONS IN 2022 ON THE EXAMPLE OF MARIUPOL

The article examines the transformation of communication channels during active hostilities in Mariupol in 2022. The impact of the information blockade on the population's access to official and alternative sources of information is analysed. The ways of disseminating information in the absence of electricity and traditional means of communication, as well as information and propaganda methods of influence by the Russian invaders are considered. The study is based on the testimonies of residents who survived the siege of the city.

It reveals a change in preferences in the use of information channels: from digital platforms to traditional methods of communication, such as radio and oral transmission of information. Social media, mobile communications and word of mouth played an important role in mobilising the public and disseminating critical information about the humanitarian situation in the city. At the same time, there was an intensification of information warfare, which manifested itself in the massive spread of disinformation and propaganda narratives both in the digital space and through direct communication in queues, shelters and shelters.

Considerable attention is paid to the role of mobile communications, which remained the main means of communication for residents in the first weeks of the siege. However, after the infrastructure was destroyed and the signal was jammed, mobile devices gradually lost their functionality. During this period, the value of radio broadcasting as a source of news increased.

Further areas of research are suggested, including an analysis of information strategies in the frontline regions of Ukraine and their impact on public opinion. The results of this study may be useful for developing information security strategies in the context of military conflicts and crisis situations.

Key words: information warfare, communication channels, social media, mobile communication, signal jamming, information blockade, propaganda.