

Радько А. І., студент I курсу спеціальності «Політологія»,
науковий керівник: **Токар М. Ю.**, доктор наук з державного управління, доцент,
професор кафедри політології і державного управління,
директор Науково-дослідного інституту політичної регіоналістики,
Ужгородський національний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ ВОЛОНТЕРСЬКОГО КІБЕРСПРОТИВУ НА ПРИКЛАДІ ІНІЦІАТИВИ «МЕДІАПАРТИЗАНИ»

Перша велика війна в самому серці Європи нового століття встигла за лічені проміжки часу адаптуватися під реалії глобалізації, інформаційного суспільства, надмірної залежності мас від явища всепроникних ЗМІ. Російсько-українська війна розпочала у світовій історії кардинально відмінну сторінку, де почалася водночас на більш ніж трьох фронтах: міжнародному, військовому, волонтерсько-тиловому, медіафронті. Останній спрямований на мобілізацію ЗМІ та Інтернет-ресурсів до стимуляції в залежного від нього населення певного ставлення до подій нинішніх днів, якого вимагає політична та інші складові війни. Для російської сторони – це створення нової реальності для своїх громадян, що мають повірити у виправдану та, начебто, справедливую концепцію війни, яку фактично треба було розпочати через те, що американське керівництво за допомогою НАТО, ЄС давали накази українському уряду розвивати конфлікт між «братськими» народами, який ставить під загрозу перманенту безпеку самої Російської Федерації. А для української сторони – це найбільш можлива акумуляція населення задля найпродуктивнішого утримання

всіх зазначених фронтів. Але російська сторона також намагається поширити свою діяльність і на український простір, створюючи та розповсюджуючи фейки, де тільки можливо.

Але Українська держава загалом в силу об'єктивних історико-політичних чинників має розвинене громадянське суспільство та демократичний апарат управління, які вчасно зреагували на загрози віртуального простору та почали гуртувати свої зусилля на революційно нових структурах і методах боротьби. Україна на основі досягнень Міністерства цифрової трансформації змогла створити цілу IT-армію та новітній Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки та оборони [1; 2]. А громадянське суспільство, послуговуючись технологіями соціальних мереж, стало створювати диференційовані загони, ініціативи, армії, батальйони кіберспротиву, що можуть похвалитися різноманіттям своїх методів, шляхів здійснення власних самоцілей... Здебільшого їхні самоцілі – це поширення серед ще не остаточно підконтрольного сегменту RUnету підготовлених матеріалів про об'єктивний стан перебігу російської агресії в Україні чи диверсійна діяльність із виведення з ладу провідних сайтів держорганів, популярних пропагандистських каналів, сайтів споживання товарів чи послуг, особливо соціальних мереж, звідки рашистська розвідка бере 90% інформації для ведення подальших воєнних дій [3].

Однією з таких організацій, що миттєво об'єднала навколо себе сотні людей щодня стала волонтерська ініціатива «Медіапартизани», яка навіть встигла на сьогодні створити власну емблему. Принагідно зазначити, що також нині вона є однією з найбільших за кількістю учасників кіберініціатива, спрямована проти інформаційного терору окупанта.

Сама організація задекларувала свою мету та перспект діяльності наступним чином:

«Медіа Партизани – це спільнота, яка займається диверсійно-пропагандистською роботою на теренах російських соціальних мереж задля краху путінського режиму.

Мета:

- 1. Деморалізувати противника*
- 2. Посіяти страх серед російських та білоруських військових*
- 3. Змусити росіян та білорусів протестувати проти відправки їхніх солдат на війну з Україною*
- 4. Стимулювати протестний рух на території РФ та Білорусії.*

Цілі:

- 1. Публікація підготовлених матеріалів на російських джерелах:*

- ВК.

- Однокласники.

- Російські Телеграм канали.

- Пропагандистські YouTube канали.

- та ін.

- 2. Персональні (чати) звернення українців до окремих жителів РФ:*

- пошук адекватних думуючих людей в російських соцмережах

- побудова персонального контакту та довіри
- поширення серед них правдивого контенту та посилання на російськомовні опозиційні медіа

Цільова аудиторія:

1. "Сомневающиеся жители России и Белоруссии".
2. Люди наближені до військових.
3. Люди з оточення Путіна, які потенційно здатні здійснити держпереворот» [4].

З вищеописаного прев'ю організації зрозуміло, що кіберборотьба проводиться за такою схемою: «Підготовка матеріалу – Пошук цільової аудиторії – Пошук каналів поширення – Публікація потрібного матеріалу на цільову аудиторію – Збирання відповідей аудиторії на матеріал, їхній аналіз – Удосконалення матеріалу, шляхів і методів поширення заради ще кращого результату – Повторення циклу». Також є зрозумілим той факт, що наведений цикл потребує значних зусиль з управління та адміністрування його реалізації, тому за фундаментальними принципами волонтерства в ініціативі діє горизонтальна система роботи з учасниками процесу, які розподіляють між собою завдання з виконання кожної ланки окресленого послідовності дій за допомогою дистанційної комунікації в найсучасніших месенджерах і засобах відеозв'язку, також цей розподіл завдань мають прискорювати та оптимізувати координатори, які розробляють чітко зрозумілі формулювання нагальних задач і допомагають усебічно в їхньому виконанні.

Отже, російська навала спричинила появу революційної кількості нових фронтів (військового, волонтерського-тилового, міжнародного, медіафронт), з яких особливо важливим є медіафронт, що має мобілізувати до активного спротиву загарбникові членів громадянського суспільства доби глобалізації та зруйнувати потужний комплекс державної пропаганди окупанта, що намагається створити для свого населення виправдану «нову реальність». Розвинене громадянське суспільство України вже створило багато волонтерських ініціатив з інформаційного спротиву, серед яких особливо вирізнялися «Медіапартизани», що встигли за малий проміжок часу від початку повномасштабного вторгнення набути обертів як у плані масового приєднання учасників руху, так і боротьби на просторах RUnetu, де головною місією є донесення до російського пересічного споживача інформації про справжній стан справ в Україні. Ініціатива змогла побудувати чіткий механізм здійснення своїх задекларованих цілей за горизонтальною системою розподілу завдань, де їм допомагають адмініструвати, оптимізувати роботу координатори. Наприкінці потрібно відзначити, що діяльність ініціатив, які діють за розглянутими схемами та векторами, є досить успішними, бо в російських соціальних мережах, життєвоважливих сайтах спостерігаються чисельні збої, припинення роботи, сумніви користувачів у «новій реальності» путінського авторитарного синдикату...

Список використаних джерел

1. Укрінформ. РНБО створила Центр протидії дезінформації. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-polytics/3206454-rnbo-stvorila-centr-protidii-dezinformacii.html>.
2. Марія Іващук. БЖ. В Україні створили ІТ-армію для DDoS-атак на російські сайти: завдання знайдуться для всіх. URL: <https://bzh.life/ua/gorod/v-ukrayini-stvorili-it-armiyu-dlya-ddos-atak-na-rosijski-sajti-zavdannya-znajdutsya-dlya-vsih/>.
3. Маркіян Климковецький. Борис Ткачук. 23-й день повномасштабної війни росії проти України (текстовий онлайн). URL: <https://hromadske.ua/posts/23-j-den-povnomasshtabnoyi-vijni-rosiyi-proti-ukrayini-tekstovij-onlajn>.
4. Facebook-Медіа партизани. «ХТО Ж МИ ТАКІ?». URL: <https://www.facebook.com/mediapartisans/posts/117693080854759>.