

**ЯК “СІРІ” ТЕЛЕГРАМ-КАНАЛИ ПОШИРЮЮТЬ ДЕЗІНФОРМАЦІЮ
ТА ВПЛИВАЮТЬ НА НАСТРОЇ НА ПРИКЛАДІ
ТЕЛЕГРАМ КАНАЛУ “НАЧШТАБУ”.**

Вадим Іванович МОВЧАН,

заступник начальника підрозділу
з морально-психологічного забезпечення
Харківського національного університету
Повітряних Сил імені Івана Кожедуба
<https://orcid.org/0009-0000-7080-2875>

**HOW "GRAY" TELEGRAM CHANNELS SPREAD DISINFORMATION AND INFLUENCE PUBLIC
SENTIMENT EXEMPLIFIED BY THE "NACH_SHTABU" TELEGRAM CHANNEL.**

One of the most well-known principles of spreading disinformation, influencing public sentiment and promoting desired narratives is the so-called "60/40" formula. Since the beginning of the CTO a number of "gray" telegram channels have appeared, and it was difficult to establish the authorship of these telegrams. The information policy of one of the most famous among those channels - @nach_shtabu, its target audience being military personnel - is analyzed. Changes in the channel's editorial policy over time, examples of information manipulation, reasons for its popularity growth, information-psychological campaigns during the large-scale invasion of Ukraine are reviewed.

Один із найвідоміших принципів поширення дезінформації, впливу на настрої громадськості, просування потрібних наративів є так звана “Формула 60 на 40”. Вперше вона набула широкої відомості після Другої світової війни, коли була викрита німецька радіостанція, яка працювала з метою впливу на мешканців Великобританії. Диктори гарно володіли англійською, деякі навіть відзначили акцент, характерний для мешканців певних районів Англії. Більшість інформації, що виходила в ефір, носила проанглійський характер. Але при цьому періодично поширювалась інформація, що наносила шкоду громадським настроям у королівстві, сіяла панічні настрої, викликала занепокоєність у вірності рішень, що приймалися державним та військовим керівництвом, опосередковано вихваляла силу та міць германської армії. До закінчення війни більшість британців навіть не підозрювали, що насправді вони слухають радіо, яке транслюється з фашистської Німеччини.

Аналіз, який провели англійські фахівці, встановив, що співвідношення проанглійської та прогерманської інформації становила приблизно 60 на 40 відсотків. Людина, яка довіряла правдивій інформації, що поширювалась більшістю британських джерел, була схильна вірити і в повідомлення, які несли певну дезінформацію. В подальшому такий прийом набрав широкого використання, особливо з розвитком соціальних мереж.

Після початку АТО, з початку 2018 року появилась ціла низка “сірих” телеграм каналів, встановити авторство яких було проблематично, наприклад, “Черговий ООС”. Один із найвідоміших телеграм каналів, цільовою аудиторією якого є українські військові та представники інших силових структур, є

“Начштабу”, кількість підписників станом на 01.12.2023 – 30158, але можливо стверджувати, що відслідковує його значно більша кількість читачів (в деякий час кількість підписників була більше 60 тис.). На початку своєї діяльності він здебільшого займався тим, що робив перепост офіційних повідомлень про стан подій АТО та ООС (2018 рік), але з часом ситуація почала змінюватись.

Як приклад – досить типовий день 28 березня 2019 року. Було поширено:

- допис про ситуацію на фронті;
- допис с каналів ДНР про вхід ЗСУ до Горлівки;
- ситуація в ЗСУ щодо незаконного обігу наркотичних речовин (було наведено копії телеграми, яку було відправлено по військам зі статистикою, фактично – це оприлюднення службової інформації. Мета такого допису – показати читачам, що канал має доступ до службової переписки та свої джерела інформації у військах);

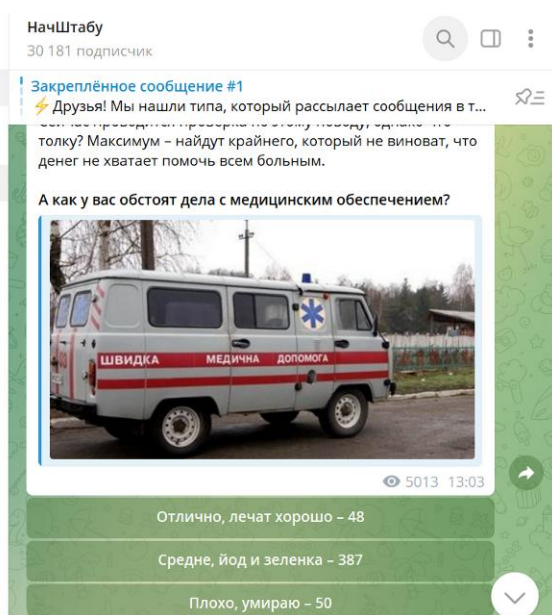
- інформації про кількість злочинів, які були скоєні у ДШВ у лютому 2019 року.

В подальшому починає змінюватись характер подання матеріалів. Якщо раніше це були у більшості посилання на офіційні публікації, то тепер превалює переказ джерел з додаванням власного бачення ситуації. Приклад – 20 лютого 2020 року:

- допис про введення електронного квитка. Переказ без посилання на джерело, і висновок у кінці “В общем, пока идея сыровата, но при должном вливании ресурсов обещает быть удобной”;

- пост про евакуацію громадян України з Уханю (розвиток подій триває декілька днів, головна ідея – громадян вивозять з Китаю та розмістять у центрі реабілітації учасників АТО під Києвом, тому 650 чоловік кудись виселяють. Акцент на тому, що проблема вирішується за рахунок військових);

- новина про смерть курсанта ХНУПС через начебто халатність військових медиків. Тут треба відзначити проведення голосування (цей прийом набуває все більшого поширення).



Зрозуміло, що його підсумки тільки закріплюють усвідомлення про те, що медичне забезпечення вкрай погане. Голосування підкреслює ті тези, що були викладені у дописі. Наскільки прозорим було голосування – не зрозуміло.

- допис про зрив постачання катерів Кентавр до ВМС ЗСУ

- допис про зниження матеріальної допомоги по скрутному становищу + скан з телеграмного повідомлення (знову розповсюдження службової інформації)

- пост про корупцію у президентському полку.

Серед нестандартних рішень, які повинні були підвищити популярність та обговорюваність публікацій, слід відзначити періодичні публікації “Девушка в форме и без”. Як встановили у Центрі протидії інформаційним агресіям АМ&РМ [1], ці фото – результат професійного моніторингу сторінок у різноманітних соціальних мережах. При цьому більшість з тих, чії фото були розміщені, не давали на це згоду. Крім того, частина відео, які були розміщені на телеграм-каналі, були також “запозичені” з особистих сторінок, без отримання згоди. Це все вказує на широкомасштабний збір особистих даних військовослужбовців. Але головне – це виявлення військовослужбовців, які готові йти на контакт та ділитися певною інформацією. В подальшому цю співпрацю можливо було використовувати для шантажу військовослужбовця, знаючи про болісну реакцію керівного складу на співпрацю з “Начштабу”.

Серед іншого слід відзначити висвітлення виборів президента України у 2019 році, коли публікації у “Начштабу” носили явний посыл проти переобрання Порошенка. Головна теза, яка активно просувалась – військові в АТО будуть голосувати проти Порошенка.

Окремий кейс – це курсанти вищих військових навчальних закладів, які виявились найбільш активними дописувачами каналу.

Що сприяло зростанню популярності телеграм-каналу “Начштабу”

Проводячи аналіз, можливо виділити декілька факторів, які сприяли зростанню популярності канал:

- жива мова та викладення матеріалу, які вигідно відрізнялись від сухих та одноманітних статей та повідомлень на офіційних каналах Збройних Сил України, Національної Гвардії та інших силових структур;

- позиціонування каналу як площадки, де “військові можуть відкрито говорити про те, що наболіло і без наслідків для себе”;

- акцент на болючих проблемах, які хвилювали військових – свалілля командного складу, затримки з виплатою грошового забезпечення, випадки корупції, неякісна їжа тощо. Тобто та інформація, яку офіційні структури не спішили поширювати;

- точне визначення цільової аудиторії – інформація була спрямована на курсантів вищих навчальних закладів, солдатів, сержантів, молодший офіцерський склад;

- видимість того, що вони видають альтернативний погляд та інформацію, спираючись на свої ансайдерські джерела;

- болісна реакція керівного складу частин на випадки, які оприлюднювались – призначались комісії, в деяких випадках з вищих керівних установ, відбувались пошуки тих, хто винний у витоку інформації. Типова схема – “Начштабу” оприлюднює інформацію, що у військовій частині 0000 деякі вій-

ськовослужбовці незаконно отримують гроші (або не отримують) за перебування на першій лінії. В частині 0000 командний склад починає чинити “розбірки”, інформація про тиск на особовий склад потрапляє до ТГ-каналу, він її оприлюднює. Як приклад того, що керівний склад не намагається усунути проблему та пошуком винних, а займається пошуком тим, хто виніс “сміття з хати”. З відповідними коментарями, за рахунок чого у аудиторії складалось враження, що “Начштабу” має певний вплив та його можливо використовувати для вирішення певних проблем;

– але головне – намагання заборонити особовому складу підписуватись та переглядати “Начштабу”, що мало зворотній ефект. Бо таким чином привертало ще більше підписників.

У липні 2021 року “Начштабу” навіть замовив рекламу на білбордах у Києві [2]



Він позицірує себе як телеграм-канал “Про силові структури України”. Один з білбордів був розташований недалеко від будівлі Генерального штабу ЗСУ.

Інформаційна політика “Начштабу” після початку широкомасштабної агресії

З початком широкомасштабного вторгнення позиція “Начштабу” стала ще більш виразно проукраїнською. Подавалась інформація про спротив російському вторгненню, вдалі дії українських військових, але при цьому робився акцент на масованих ракетних ударах російської армії (практично завжди – з відеоматеріалами) та значну кількість загиблих українців. З інших тенденцій які проявились у перші тижні від початку широкомасштабного вторгнення, слід виділити:

– поширення інформації, що значна кількість керівництва залишила Україну;

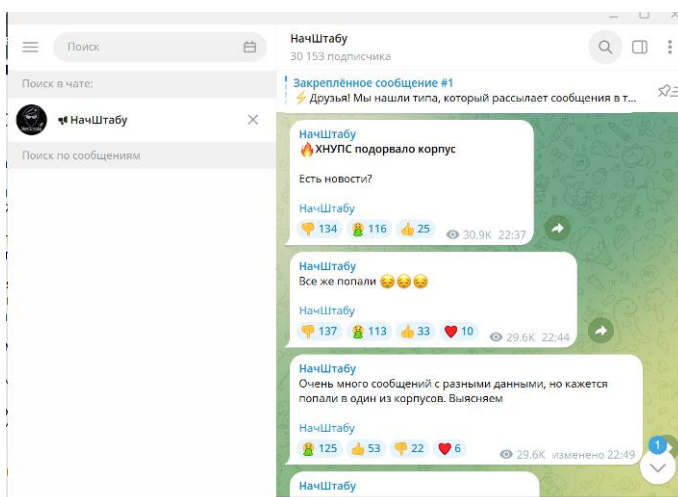
– інформація про втрату керівництва у військових частинах, про незрозумілі дії керівного складу окремих частин;

– надання інформації про залишення позицій та населених пунктів раніше, чим робились офіційні заяви;

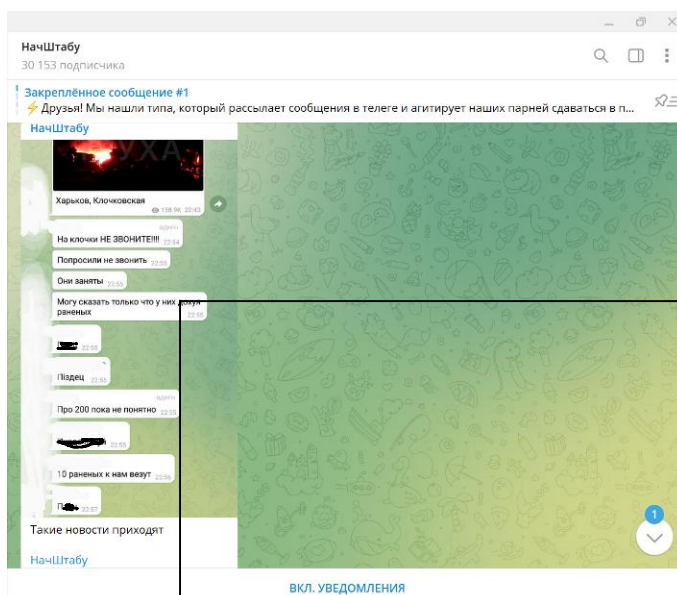
– продовжувався збір інформації про дії військових частин. Наприклад, викладалось відео зі знищенням російського танку. А потім підписникам пропонувалось присилати свої відео ведення бойових дій;

– окремо слід відзначити декілька закликів щодо надсилання повідомлень про дії авіації, ведення повітряних боїв та іншу інформацію про дії Повітряних Сил (мета – збір інформації про Повітряні Сили, їх боєздатність та інше).

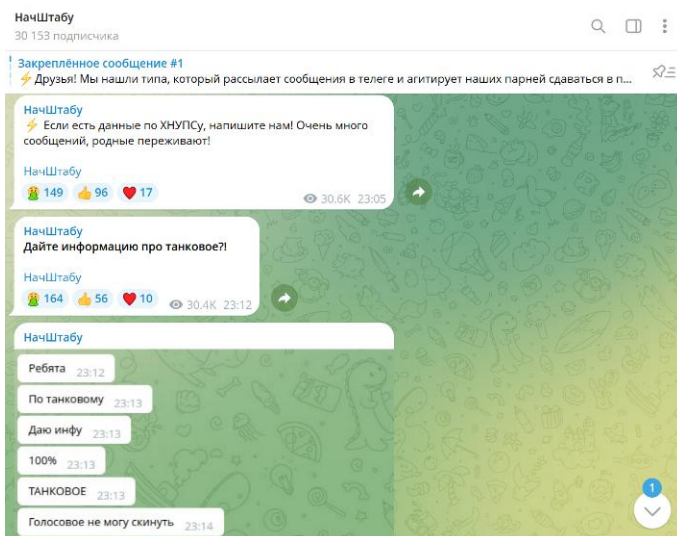
Наприклад, уточнення інформації про поразку об'єкта:



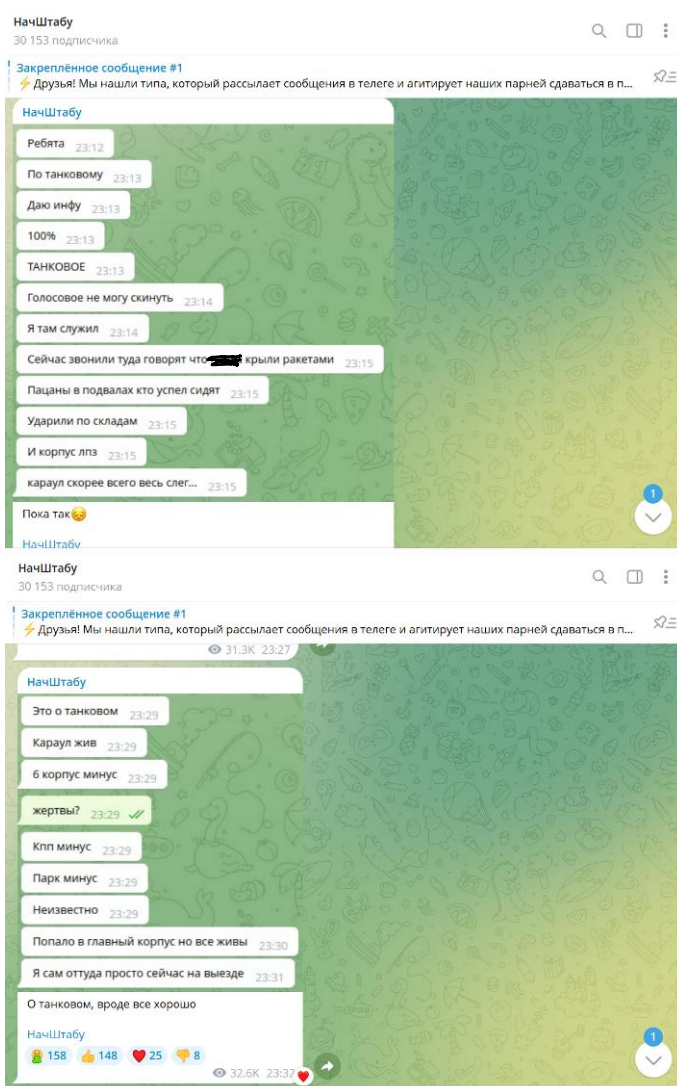
Потім публікується такий пост:



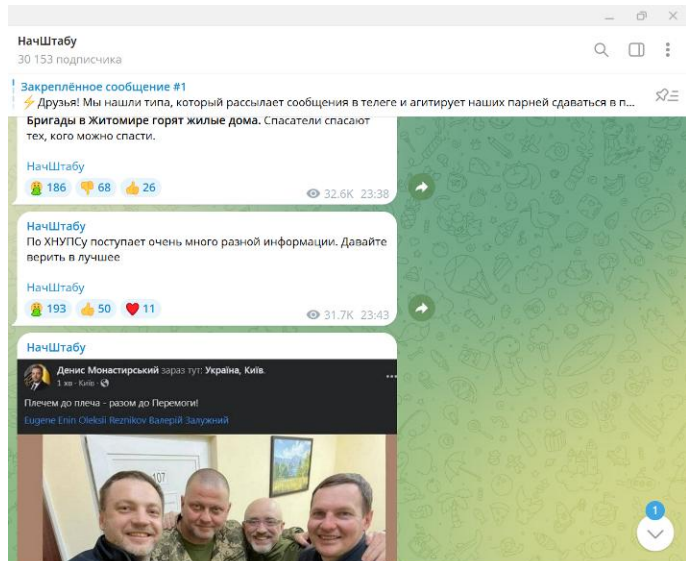
А ось і йде запит про уточнення
інформації:



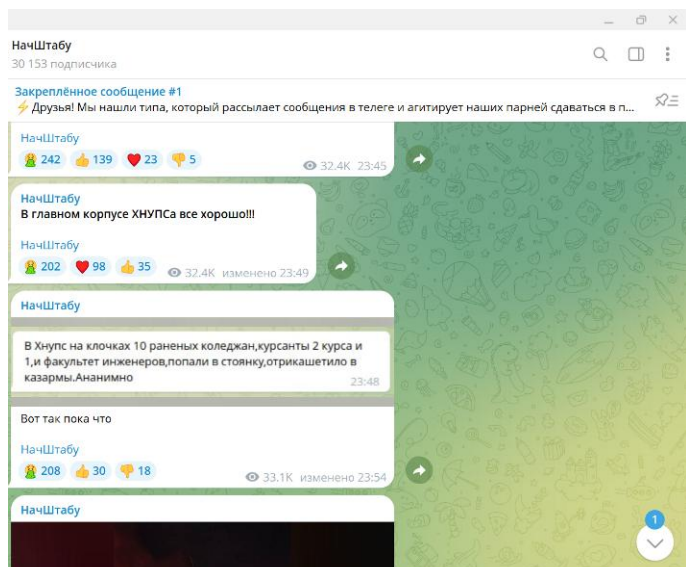
Нажаль, відповідь надходить:



Намагання прискорити інформацію по ХНУПС:



На жаль, інформація надходить:



З початку широкомасштабного вторгнення можна виділити декілька інформаційних компаній, які проводились “Начштабу”:

– фіксація на втратах у ЗСУ з просуванням тези, що керівний склад підрозділів приховує від командування реальний стан справ

– під час оборони Бахмуту та Авдіївки – подача інформації за принципом “Так, ми тримаємось, але...”. Навіювання ідеї про помилковість рішень, що були прийняті командуванням, відсутність достатніх резервів (а при їх введенні – критика того, що вони не були використанні на напрямку головного удару), чисельна перевага росіян, як висновок – безперспективність оборонних дій

– критика дій працівників ТЦК, їх неправомірних вчинків плюс високий рівень корупції в ТЦК

– протиставлення тих, хто перебуває на нулі, та тих, хто перебуває в тилу. Окремо – заяви депутатів та посадовців при необхідності перемоги, які

самі при цьому не воюють. Такі заяви підкріплюються постами з особистих сторінок заявників, де вони перебувають на відпочинку.

– з жовтня 2023 року починають активно просуватися наративи щодо розколу у військово-політичному керівництві України, протистоянні Зеленського та частини керівництва МО з Залужним. Одночасно з цим комплексно просуваються і інші тези - щодо помилковості рішень, що були прийняті, скорочення фінансування, втрата довіри до керівного складу, який не має планів щодо продовження ведення бойових дій, втома від війни тощо.

Слід відзначити, що редакційна команда “Начштабу” веде моніторинг великої кількості відкритих джерел, а також намагається оперувати даними, отриманими від підписників. При цьому, після появи каналу “Слон ФМ” (його цільова аудиторія – курсанти українських вищих навчальних закладів, а також сержантських коледжів) “Начштабу” фактично втратив всю курсантську аудиторію, дописи з ВВНЗ стали дуже рідкими. Щоб підняти власну популярність та пригорнути додаткову аудиторію, будо започатковано два флешмобу:

– покажіть своїх пухнастих друзів – фото з собаками, котами та іншими тваринами на позиції;

– похизуйся своєю зброєю – пропонують прислати зразки зброї, які є на озброєнні у підрозділі.

Слід відзначити, що крім намагання розширити аудиторію, отриманні фотографії можуть використовуватись для отримання інформації OSINT-фахівцями.

Список використаних джерел:

1. Чому не варто довіряти Telegram-каналу “НачШтабу” <https://armyinform.com.ua/2021/03/30/chomu-ne-varto-doviryaty-telegram-kanalu-nachshtabu/>

2. Анонімний проросійський телеграм-канал рекламують білбордами в Києві (ФОТО) <https://texty.org.ua/fragments/103947/anonimnyj-prorosijskyj-telehram-kanal-reklamuyut-bilbordamy-v-kyuevi-foto/>