

УДК 004:316.472.4

## Особливості Telegram як інтернет-платформи поширення соціально значущої інформації

**Анна ДАНЬКО-СЛІПЦОВА**  
канд. політ. н., доц.

Київський університет  
інтелектуальної власності та  
права Національний університет  
«Одеська юридична академія»

вул. Харківське шосе, 210,  
02121, Київ, Україна

danko\_anna@ukr.net

ORCID 0000-0003-2263-2917

© Данько-Сліпцова А., 2023

*Війна змінила інформаційні звички українців. Ще до 24 лютого більшість із нас, попри значну цифровізацію, доступність інтернету та наявність смартфонів, надавали перевагу перегляду телевізійних каналів. І хоча телебачення постійно втрачало частину своїх глядачів, однак це було не так критично й воно все ж домінувало серед ЗМІ як таке, інформацію з якого найбільше споживають українці. Однак після 24.02.2022 дослідження, проведені Київським міжнародним інститутом соціології, засвідчили, що умови, в яких опинилися українці, стали причиною зміни звичок у споживанні інформації. Навіть попри те, що найбільші телеканали об'єдналися в телемарафон і намагалися висвітлювати новини найоперативніше, все ж інформації не вистачало, адже вона змінювалася не лише щогодини, а й щохвилини й була життєво необхідною для українців та й усього світу. І саме в цей час увага українців переключилася на Telegram-канали. Для цього було декілька причин.*

*Наявність у населення гаджетів і доступність інтернету сприяла тому, що смартфон, який завжди був під рукою, замінив екран телевізора, який не завжди можна було ввімкнути і якого не було у сховищах під час обстрілів. Серед інших переваг телеграм-каналів — легкість отримання та поширення інформації, її незначний обсяг та доступність; велика кількість абонентів, яку можна приєднувати до телеграм-каналів, та відсутність цензури, яка існує, наприклад, у фейсбуці. До того, телеграм легше завантажувється навіть при мінімальному інтернеті, і це важливо під час зникнення інтернет-мережі в умовах вимкнення світла. Свої телеграм-канали створили багато традиційних ЗМІ, проте водночас на цій платформі почали виникати й інші канали, які не є журналістським творінням, однак які активно перепощували інформацію з різних джерел. Саме такий перехід українців у цю соціальну мережу зафіксували й дослідники КМІС. Однак, поряд з перевагами, телеграм має і численні небезпеки. Зокрема, через легкість поширення контенту він є одним із провідних майданчиків для поширення недостовірної інформації. Через неможливість прослідкувати засновників каналів, їхню анонімність, а також через складність у юридичному впорядкуванні є труднощі щодо відстеження та припинення діяльності відверто антиукраїнських телеграм-каналів. Через недостатню медіаграмотність багато користувачів сприймали ці канали як медіа, вважаючи інформацію в них такою ж достовірною й перевіреною, як і в традиційних ЗМІ. Проте масмо одразу зауважити, що телеграм-канали не є медіа, а лише платформи для поширення різноманітної інформації. Відповідно, жодної відповідальності за її достовірність, дотримання журналістських стандартів чи бодай чогось іншого, що стосується журналістики, тут не відстежено.*

**Ключові слова:** Нові медіа, телеграм, телеграм-канали, інтернет, соціальні мережі, інтернет-платформи.

## FEATURES OF TELEGRAM AS AN ONLINE PLATFORM FOR DISSEMINATING SOCIALLY RELEVANT INFORMATION

**Anna DANKO-SLIPTSOVA**

PhD in Political Sciences, Associate Professor  
Kyiv University of Intellectual Property and Law  
of the National University “Odesa Law Academy”  
Kharkivske Shose St., 210, 02121, Kyiv, Ukraine  
danko\_anna@ukr.net  
ORCID 0000-0003-2263-2917

*The war changed the information habits of Ukrainians. Even before February 24, most of us preferred watching TV channels despite significant digitalisation, access to the Internet, and the availability of smartphones. Although television was constantly losing some of its viewers, it was not so crucial, as nevertheless, it dominated the media as the one from which Ukrainians consume the most information. However, after February 24, 2022, the research conducted by the Kyiv International Institute of Sociology (KIIS) testified that the conditions in which Ukrainians found themselves caused changes in information consumption habits. Even though the largest TV channels united in a telethon and tried to cover the news as quickly as possible — there was still not enough information, as it changed not only hourly but minute by minute and was vital for Ukrainians and the whole world. It was at this time that Ukrainians attention switched to Telegram channels. There were several reasons for this.*

*The population's gadget availability and Internet accessibility contributed to the fact that the smartphone, which was always at hand, replaced the TV screen, which could not always be turned on and was not in the shelters during the shelling. Other advantages of Telegram channels include the ease of obtaining and disseminating information, its small volume and accessibility; the large number of subscribers that can be added to Telegram channels; and the absence of censorship, which exists, for example, on Facebook. In addition, Telegram is easier to download even with minimal Internet traffic, and this is important when the Internet goes down during a power outage.*

*Many traditional media outlets have created their Telegram channels, but at the same time, other channels that are not journalistic creations but actively repost information from various sources have begun to emerge on this platform. This is exactly the transition of Ukrainians to this social network that was also recorded by the researchers of KIIS. However, along with the advantages, Telegram also has numerous dangers. In particular, due to the ease of content distribution, it is one of the leading platforms for false information distribution. Due to the impossibility of tracing the founders of the channels, their anonymity, and the complexity of legal regulation, there are difficulties in tracking and stopping the activity of obviously anti-Ukrainian Telegram channels. Due to insufficient media literacy, many users perceived these channels as media, considering the information found there as reliable and verified as in traditional mass media. Although, we should immediately note that Telegram channels are not media but only platforms for the diverse information dissemination. Accordingly, there is no responsibility for its reliability, compliance with journalistic standards, or anything else related to journalism.*

**Keywords:** new media, Telegram, Telegram channels, Internet, social networks, Internet platforms.

*Актуальність теми*

Після раптового інфощоку перших днів війни українські телеканали переключилися на цілодобове мовлення в режимі інформаційного телемарафону. Його транслювали та підтримували й радіостанції. Наприклад, Українське радіо, з першого дня війни почало вести свої спецефіри. Вони перемижовувалися з випусками телемарафону, але в проміжках радіо давало власну оперативну інформацію. І саме радіо стало тим ЗМІ, завдяки якому люди, що опинилися в окупації, без світла та інтернету, змогли дізнатися хоч якусь інформацію за допомогою старих радіоприймачів, закинутих давно на горище (Коломієць, 2022).

Однак навіть такої оперативності та цілодобового мовлення не вистачало для задоволення інформаційних потреб суспільства, адже новини в перші тижні й місяці війни змінювалися блискавично. І часто те, що можна було почути на телемарафоні, через годину ставало неактуальним, тому що лінія фронту змінювалася блискавично, як і новини війни.

Саме тоді на перший план з отримання інформації у населення вийшли телеграм канали, які з неймовірної швидкістю почали створюватися. Проведене опитування у липні 2022 року свідчило, що українці змінили свої медіа-звички й головною особливістю стало те, що майже дві третини українців визначальним джерелом інформації для себе вважають інтернет-ресурси й на перше місце зачисляють Телеграм. І, навіть попри значні потуги найбільших телеканалів у створенні телемарафону, все ж таки телебачення вже не є домінуючим для отримання інформації серед українців, і на зміну кільком загальнонаціональним телеканалам виходять сотні а то й десятки сотень менших, але дуже популярних каналів із інформацією в телеграмі. Це було зумовлено як об'єктивними обставинами (блекаути, вимкнення інтернет-мережі), так і суб'єктивними (доступність, легкість у сприйнятті та відтворенні інформації).

*Стан розробки теми*

Для початку варто пояснити значення терміна «Нові медіа». Найвичерпніше, на нашу думку, йому дав визначення професор Мічиганського університету Рассел Нойман: «New media — це новий формат існування засобів масової інформації, постійно доступних на цифрових пристроях, у яких відбувається активна участь користувачів у створенні та розповсюдженні контенту» (Данько-Сліпцова, 2014).

Звичайно, у час стрімкого поширення мережі інтернет та легкого доступу до неї багато ЗМІ перейшли в цифровий формат. А деякі з них існують виключно в електронному варіанті, наприклад, Українська правда, Обозреватель, Цензор.нет. Проте на всіх цих ресурсах вказано, що це медіа. У них є засновник, і там працюють професійні

журналісти, які у своїй роботі керуються стандартами професії. Водночас популярність соціальних мереж, таких як фейсбук, інстаграм, телеграм та інші, спонукали традиційні ЗМІ створювати свої офіційні сторінки й на цих платформах, адже сьогодні медіа ідуть за користувачем, а не навпаки. Водночас у соціальних мережах існує безліч сторінок, які просто поширюють інформацію.

Саму ж проблему виміру інфоспоживання українцями постійно досліджують соціологічні експерти. Так, наприклад, Київський міжнародний інститут соціології, попри всю складність і обставини, лише на час активних бойових дій припинив свої медіа-дослідження. І вже 13–18 травня 2022 року КМІС провів телефонне опитування щодо користування інтернетом серед українців. А в липні 2022 відбулося ще одне велике опитування «Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни». Таким чином, поєднавши попередні дані з новими й зробивши певні висновки. У серпні 2022 року ГО «Детектор медіа» також провів опитування восьми фокус-груп щодо зміни у медіаспоживанні, сприйнятті інформаційного простору та чутливості до спотвореного контенту. Дослідники також зауважили тенденцію споживання інформації з телеграм-каналів у перші місяці повномасштабної війни.

#### *Завдання статті*

Осмыслити, як і коли інтернет-платформи, зокрема телеграм канали, стали для українців провідними джерелами для отримання інформації, витіснивши традиційні ЗМІ; окреслити переваги й небезпеки цього явища.

#### *Виклад основного матеріалу*

Сьогодні все більша кількість людей отримує інформацію не з традиційних ЗМІ (преса, радіо, телебачення), а з мережевих, тобто таких, які існують у віртуальному світі — в мережі Інтернет. Такі мас-медіа прийнято називати новими медіа.

Проте не всі сторінки в соціальних мережах ми можемо вважати ЗМІ, хоча багато з них, наприклад, сторінки відомих блогерів, мають велику кількість підписників.

На цю проблему звертає увагу дослідник журналістики з багаторічним досвідом роботи у ЗМІ професор Микола Тимошик (2021a, 2021b). Він, зокрема, слушно наголошує: «Соціальні мережі — це такі не журналістика. Журналістика, як освітня програма і як спеціальність, може лише використовувати платформи різноманітних фейсбуків, інстаграм, тік-токів передусім для: а) промоції самої себе, розширення читацької (глядацької, слухацької) аудиторій у вигляді анонсів та посилань на професійно підготовлені тексти; б) відбору й

аналізу первинного емпіричного матеріалу, яким заповнені ці платформи, для творення якісної журналістики. Однак не для того, щоб обростати навчальними дисциплінами, що до професії журналіста не мають прямого стосунку» (Тимошик, 2021a).

Відповідно до статті 22 Закону України «Про інформацію»: «... масова інформація — інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб. Засоби масової інформації — засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації» (Верховна Рада України, 2011). Відповідно, інформація про нові відтінки помади на аудиторію у два мільйони — це теж масова інформація. Проте новий закон «Про медіа» визначає медіа як «... засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою» (Верховна Рада України, 2022). Зауважимо, що медіа має бути зареєстроване. Тобто, редакційна політика, реєстрація і, відповідно, чіткість в розумінні, хто саме створив цей канал, є головною відмінністю медіа від сторінок, які схожі на медіа на різних платформах, але такими не є. Проте у перші дні повномасштабного вторгнення традиційні ЗМі просто не могли впоратися з навалюю інформації й у цю прогалину зайшли канали, які були наповнені інформацією з різних джерел, часто не підтвердженою й не перевіреною, але оперативною й такою бажаною для споживачів.

Тоді на перший план в отриманні інформації вийшли телеграм-канали, які з неймовірної швидкістю почали створюватися. І це зрозуміло, адже запит на новини з інтернету були колосальні. Це зумовлено ще й наявністю гаджетів у населення. Адже 75 % українців мають смартфони. Серед молоді цей показник досягає 96 %. Тобто, в кожного українця до 30 років є смартфон. Проте й старше покоління надзвичайно цифровізоване, й смартфон є вже в кожного другого українця старшого ніж 60 років (Київський міжнародний інститут соціології [КМІС], 2022).

Відповідно, наявність під руками смартфона, який більшість із нас тримає в руках довше, ніж будь-яку іншу річ, спонукає до постійного перегляду інформації. До того ж, гарне інтернет-покриття, наявність недорогого інтернету та вайфаю також сприяє тому, що українці все більше шукають інформацію з інтернет-джерел. Так, наприклад, згідно з дослідженням Київського міжнародного інституту соціології у червні 2022 року щодо користування інтернетом серед українців, було зазначено, що 82 % наших громадян використовує хоча б раз на тиждень інтернет, і з них щодня користується ним 78 %. Водночас містяться інтенсивніше користуються мережею, ніж мешканці сіл. Освічені українці також частіше використовують інтернет, ніж громадя-

ни з нижчим рівнем освіти (Черьомухіна, 2022). Тобто, чотири з п'яти українців (українок) щодня зазирають у мережу, шукаючи там нову інформацію. Якщо ж аналізувати за віковим критерієм, то люди віком до 50 років щодня використовують інтернет.

Проте відімкнення світла, важкодоступність традиційних ЗМІ (коли в підвалі не можливо дивитися телевізор), нестабільне інтернет-з'єднання стали головними факторами, які спричинили зміну медіаландшафту в українців, тобто змінили як способи споживання інформації, так і джерела.

У липні 2022 року Київський міжнародний інститут соціології на замовлення ОПОРИ провів соціологічне дослідження щодо медіаспоживання українців. Ось його головні висновки: «Лейтмотив, який пронизує і телефонне опитування, і щоденникове дослідження, — це «велике переселення» в онлайн для пошуку новин. Зараз телебачення ще зберігає значні позиції, але це вже точно не домінує (як це було до 24 лютого 2022 року). Насправді переважають онлайн канали інформації (особливо Telegram і YouTube. Фактично ми є свідками кардинальної трансформації медіаландшафту, де замість кількох потужних телевізійних каналів «виросли» сотні онлайн-джерел, кожне з яких не може похвалитися великою часткою «ринку» (КМІС, 2022).

За результатами цього опитування соціальні мережі вважають головними джерелами новин 59% респондентів. А, наприклад, телемарафон «Єдині новини» зараховують до топ-2 джерел 43%. Якщо проаналізувати час і тематику споживання інформації, то майже половина всього часу, який витрачають українці, шукаючи й читаючи новини (48%), припадає саме на соціальні мережі. З телевізійних каналів новини отримують 34%. І лише 11% українців у пошуку новин цілеспрямовано заходять на новинні сайти.

Поміж соціальних мереж трійка лідерів виглядає так: Telegram, YouTube, Facebook. А якщо взяти весь час, який витрачають опитані українці на соціальні мережі як 100%, то на Telegram припадає 41% часу, на YouTube — 37%, 12% — Facebook, 6% — Viber, останні 3% — на всі інші мережі та месенджери.

Тобто, попри потуги найбільших загальнонаціональних каналів, цілодобового мовлення, державного фінансування, більшість опитаних отримували інформацію не з телебачення, а саме з чатів та соціальних медіа. І лідером тут став саме телеграм. Для цього також є свої об'єктивні причини, частина яких спровоковані війною. Так, 62% українців, які дивляться новини в соціальних мережах та месенджерах, надають перевагу коротким відео та коротким інформаційним повідомленням

Такий тренд підтверджує й глобальне дослідження Statista. Користувачі обирають Telegram насамперед як джерело споживання

новин (Романюк, 2022). Це пояснюється тим, що телеграм-канали надзвичайно легко створювати й наповнювати. До них легко приєднатися. Вони завантажуються навіть тоді, коли поганий сигнал мережі Інтернет а також складаються з коротких повідомлень, які швидко можна прочитати й оперативно на них відреагувати. І поки на офіційному телемарафоні з'явиться спікер і розповідь про події — телеграм канали покажуть їх у розвитку. Телебачення та «Єдині новини» стали головним джерелом інформації лише для населення 60+ (КМІС, 2022).

Зауважимо, що саме Телеграм та телеграм-канали українці сприймають як джерела інформації, тобто як традиційні медіа. І навіть не замислюються про те, що жодної відповідальності за недостовірну інформацію власники телеграм-каналів не несуть, адже, по суті, це лише платформи для поширення інформації різного змісту. Тобто, там може бути інформація, створена журналістами, і є багато каналів, які створили журналісти, наприклад, В. Бутусов. Те, що вони на них публікують, — їхня особиста відповідальність, яка ніяк не регулюється законом, а лише їхнім добрим ім'ям. А от, наприклад, Viber, який є дуже популярним месенджером для спілкування серед українців (58 % громадян користуються ним), вважають лише каналом спілкування, а не джерелом інформації.

І ще однією причиною того, чому більшість українців шукають та знаходять інформацію в телеграм-каналах, є особливості подачі цієї інформації. Якщо інформація в телемарафоні — це розлогі розповіді експертів чи військових про події, їхній аналіз чи поточну ситуацію, то телеграм-канали — це, переважно, короткі відео чи повідомлення. Власне, саме цю властивість і називають як перевагу ті, хто перейшов з початком війни до телеграму. Окрім того, перевагами Телеграм є анонімність та можливість створювати чати до 200 і більше тисяч користувачів.

Саме Телеграм став каналом, який використовували під час революційних мітингів у Білорусі. До нього звернулися й українці після початку повномасштабного вторгнення. Адже ще одна особливість цього додатка — мінімум модерування. Якщо у фейсбуці вас забанять за антиросійські вислови, то в телеграмі можна писати чи показувати все без обмежень.

Відповідно, до топ-2 найбільш важливих для себе соціальних мереж Telegram-канали зараховують 76 % опитаних віком 18–29 років. А от показник серед 30–44-річних цей показник становить 52 % (КМІС, 2022).

І хоча телеграм-канали й справді стали основними джерелами інформації для багатьох українців після початку повномасштабного вторгнення, однак існують різні думки щодо довіри до таких джерел

інформації. Найбільше довіряє Telegram-каналам молодь — до 30 років. Українці 30–59 років довіряють Телеграму на 39%, а от старші за 60 років мають найменшу довіру — 16% (КМІС, 2022).

Це є свідченням часткової медіаграмотності українців, адже, окрім підписки на телеграм канали, 39% українців читають канали офіційних осіб. Зокрема, на Президента України підписаний майже кожен другий користувач — 48%, на різні офіційні канали ЗСУ — 17%, на Валерія Залужного — 6% (КМІС, 2022).

Однак вузька направленість телеграм каналів провокує появу великої кількості фейкової інформації та інформаційних вкидів, які швидко розходяться мережею та дезінформують суспільство. Через це українці визнають, що не можуть впевнено орієнтуватися в інформації, яку отримують. Наприклад, 40% українців скаржаться, що через те, що отримують інформацію з багатьох джерел, не можуть визначити, яка з них є правдивою, а яка — фейковою. Водночас більшість опитаних (56%) вважають, що саме держава має боротися з дезінформацією і на ній лежить відповідальність за це. А лише третина українців готові брати відповідальність за власне споживання інформації та вибір повідомлень (КМІС, 2022).

Тобто, перевіряти інформацію ще досі не входить в обов'язки більшості з нас. А це, зокрема, є однією з найбільших небезпек телеграм-каналів. Проте на неї часто не зважають користувачі, адже є інші переваги, зокрема безпека даних у месенджері. Принаймні, багато користувачів вважають, що їхні дані в телеграмі захищені, так само як і номер телефону.

Якщо звернути увагу на захист даних від передачі їх третім особам, то варто звернути увагу на те, під юрисдикцію якої країни потрапляє компанія-власник месенджера. «У цьому контексті Telegram дуже непрозорий — ні адреси, ні контактних даних у публічному доступі немає.

Наприклад, за інформацією самої компанії, її офіс працює в ОАЕ, юридично вона зареєстрована на Британських Віргінських островах, а для обслуговування користувачів у Європейській економічній зоні Telegram зареєстрував юридичну особу у Великій Британії» (Романюк, 2022; *Українська аудиторія після*, 2022).

Єдина інформація, в якій мовиться про розташування серверів компанії, — це твіт від 2014 року. Тоді сам профіль Телеграм відповів одному з користувачів, що їхні сервери розміщені в Лондоні — для європейських користувачів, Сінгапурі — для країн Азії та в Сан-Франциско — для користувачів зі США (*Політика конфіденційності Telegram*, 2023).

Як зазначає журналістка Анастасія Романюк (2022), перевірити правдивість цих даних наразі неможливо. Однак, згідно з політикою



конфіденційності, дані користувачів із Великої Британії чи Європейської економічної зони зберігаються на серверах у Нідерландах.

Як раніше справедливо зазначали журналісти видання Liga.net, єдине, на що ми можемо спиратися, — це чесне слово команди Telegram і самого Дурова, а також дані комісії з цінних паперів США, опубліковані в доповіді щодо заборони випуску криптовалюти Telegram (Смирнов, 2020).

Фактично непрозорість компанії унеможливило контроль за дотриманням безпеки даних користувачів, особливо в умовах конфліктів.

Саме тому від початку війни СБУ постійно веде перемовини з Telegram щодо блокування каналів з дезінформацією. І з початку війни вже заблоковано понад 1,5 тисячі, більшість із них — анонімні (Балачук, 2022).

Про це в інтерв'ю для Ліги.Tech розповів керівник Департаменту кібербезпеки СБУ Ілля Вітюк. «Величезний масив непідтвердженої інформації у Telegram-каналах — це серйозна проблема. З нею складно боротися — сервери Telegram, де зберігається інформація, розташовані не в Україні, і як юридична особа Telegram тут не представлений. З погляду національного законодавства, механізм блокування Telegram-каналів наразі відсутній» (Шевченко, 2022).

Щоб таки заблокувати такі канали, доводиться звертатися до розробників. Ілля Вітюк зазначив: «СБУ офіційно звертається до адміністрації Telegram з вимогами заблокувати певні канали з поясненням, чому це слід зробити. З початку війни ми передали на блокування понад 1500 Telegram-каналів, більш як 1500 акаунтів в Instagram, Facebook і TikTok. Інколи Telegram реагує й блокує, деколи — ні» (Шевченко, 2022). Коли ж це не спрацьовує, в СБУ використовують власні методи, які допомагають блокувати такі канали. Така ж проблема є й з іншими соціальними мережами. Але, на відміну від Telegram, Viber є менш популярним серед українців і, відповідно, охоплення в нього теж менше.

### *Висновки*

Слід зазначити, що велика війна росії проти України значно змінила український медіаландшафт. Українці змінили свої інформаційні звички. Переважна більшість із них перевели свій пошук інформації на нові платформи в інтернеті. Серед них, поряд з уже традиційними Інтернет-медіа, з'явилися ще й телеграм-канали. Це зумовлено багатьма аспектами. Зокрема, тим, що ЗМІ, через професійні особливості (необхідність перевіряти інформацію, визначені години виходу в ефір, час, який необхідний на верифікацію новини та написання статті) не встигають так швидко публікувати інформацію, яку прагнуть миттєво отримати читачі. Цю прогалину заповни-

ли телеграм-канали, які миттєво перепощують новини з різних джерел, часто не перевіряючи їх, адже не є медіа.

Цей новий вид отримання масової інформації для українців став провідним для багатьох у перші місяці війни у зв'язку з численними перевагами, як от: оперативність, анонімність, можливість публікувати контент без цензури, можливість створювати чати з понад 200 тисячами підписниками, легкість у використанні та можливість завантажувати стрічку навіть з мінімальним підключенням до мережі «Інтернет». Однак, попри ці переваги, використання телеграм-каналів породило й низку небезпек, як от: інформаційні вкиди, пропаганда, створення телеграм каналів, які б маскувалися під українські, з поширенням антидержавницького змісту. Адже, попри медіаграмотність і цифровізацію українців (наявність смартфонів та доступу до інтернету), вміння розрізнати та перевіряти інформацію залишається на низькому рівні, а тим паче в стані стресу.

Проте маємо зауважити, що з часом потреба українців у постійному пошуку інформації 24/7 спадала й це привело до зменшення споживання інформаційних повідомлень в усіх ЗМІ, соцмережах і на інтернет-платормах. Про причини та наслідки такої тенденції ми простежимо в наступних дослідженнях.

## СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ

- Балачук, І. (2022, 9 листопада). *СБУ від початку війни просила Telegram заблокувати понад 1,5 тисячі анонімних каналів*. Українська правда. <https://www.pravda.com.ua/news/2022/11/9/7375618/>
- Верховна Рада України. (2011, 13 січня). *Про внесення змін до Закону України «Про інформацію»* (Закон № 2938-VI). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/en/2938-17?lang=uk>
- Верховна Рада України. (2022, 13 грудня). *Про медіа* (Закон № 2849-IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
- Данько-Сліпцова, А. (2014). Нові медіа: історія, типологія. *Освіта регіону: політологія психологія комунікації*, 1-2, 80-82. <https://social-science.uu.edu.ua/article/1242>
- Засоби масової інформації. (2023, 2 липня). В *Вікіпедія*. <https://is.gd/QmLwPI>
- Київський міжнародний інститут соціології. (2022, 17 серпня). *Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни: результати опитування КМІС для ОПОРИ*. <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1132&page=1&y=2022&m=8>
- Коломієць, Д. (2022, 27 жовтня). *«Радіо врятувало нам життя». Як приймачі допомагали людям під час окупації*. Суспільне. <https://susplilne.media/303930-radio-vratuvalo-nam-zitta-ak-prijmaci-dopomagali-ludam-pid-cas-okupacii/>
- Політика конфіденційності Telegram*. (2023, 8 липня). Telegram. <https://telegram.org/privacy#3-what-personal-data-we-use>
- Романюк, А. (2022, 29 липня). *Ілюзія безпеки: Telegram*. Українська правда. <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/07/29/7360729/>
- Смирнов, Ю. (2020, 3 лютого). *Із Росії з любов'ю — анонімна імперія Павла Дурова*. Liga.net. [https://project.liga.net/projects/durov\\_telegram\\_ua/](https://project.liga.net/projects/durov_telegram_ua/)

- Тимошик, М. (2021а). Журналіст як професія: ретроспективний огляд побутування поняття в інформаційному просторі. *Український інформаційний простір*, 2(8), 39–73. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(8\).2021.245811](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(8).2021.245811)
- Тимошик, М. (2021b). Як звільнити журналістську освіту з пут теорій масової комунікації: до проблеми викладання фахових дисциплін на факультетах журналістики українських університетів. *Український інформаційний простір*, 1(7), 31–68. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233877](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233877)
- Українська аудиторія після початку великої війни: зміни у медіаспоживанні, сприйнятті інформаційного простору, чутливість до спотвореного контенту.* (2022, 16 листопада). Детектор медіа. <https://is.gd/tsjXfc>
- Черьомухіна, О. (2022, 1 червня). *Користування інтернетом серед українців: результати телефонного опитування, проведеного 13–18 травня 2022 року.* Київський міжнародний інститут соціології. <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1115&page=1&y=2022&m=6>
- Шевченко, Л. (2022, 9 листопада). *Перша у світі кібервійна. Як СБУ відбиває російські кібератаки на енергетику та блокує фейки.* Liha.Tech. <https://tech.liga.net/ua/ukraine/interview/gorit-kiberbavovna-glavnyy-kiberkontrrazvedchik-sbu-o-gryaznoy-bombe-i-hakerah-iz-rf>

## REFERENCES

- Balachuk, I. (2022, November 9). *SBU vid pochatku viiny prosyla Telegram zablokovaty ponad 1,5 tysiachi anonimnykh kanaliv* [Since the beginning of the war, the SBU has asked Telegram to block more than 1,500 anonymous channels]. *Ukrainska pravda*. <https://www.pravda.com.ua/news/2022/11/9/7375618/> [in Ukrainian].
- Cheromukhina, O. (2022, June 1). *Korystuvannya internetom sered ukrainsiv: Rezultaty telefonnoho opytuvannya, provedenoho 13–18 travnia 2022 roku* [Internet use among Ukrainians: Results of a telephone survey conducted on May 13–18, 2022]. Kyiv International Institute of Sociology. <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1115&page=1&y=2022&m=6> [in Ukrainian].
- Danko-Sliptsova, A. (2014). *Novi media: Istoriia, typolohiia* [New media: History, typology]. *Osvita rehionu: Politolohiia psykholohiia komunikatsii*, 1–2, 80–82. <https://social-science.uu.edu.ua/article/1242> [in Ukrainian].
- Kolomiets, D. (2022, October 27). *"Radio vriatovalo nam zhyttia". Yak prymachi dopomahaly liudiam pid chas okupatsii* ["Radio saved our lives". How receivers helped people during the occupation]. *Suspilne*. <https://suspilne.media/303930-radio-vriatovalo-nam-zitta-ak-prijmaci-dopomagali-ludam-pid-cas-okupacii/> [in Ukrainian].
- Kyiv International Institute of Sociology. (2022, August 17). *Demokratiia, prava i svobody hromadian ta mediaspozhyvannya v umovakh viiny: Rezultaty opytuvannya KMIS dlia OPORY* [Democracy, rights and freedoms of citizens and media consumption in the conditions of war: Results of the KIIS survey for OPORA]. <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1132&page=1&y=2022&m=8> [in Ukrainian].
- Polityka konfidentsiynosti Telegram* [Telegram Privacy Policy]. (2023, July 8). Telegram. <https://telegram.org/privacy#3-what-personal-data-we-use> [in Ukrainian].
- Romaniuk, A. (2022, July 29). *Iliuziia bezpeky: Telegram* [The illusion of security: Telegram]. *Ukrainska pravda*. <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/07/29/7360729/> [in Ukrainian].
- Shevchenko, L. (2022, November 9). *Persha u sviti kiberviina. Yak SBU vidbyvaie rosiiski kiberataky na enerhetyku ta blokuie feiky* [The world's first cyber war. How the SBU repels Russian cyberattacks on the energy industry and blocks fakes]. Liha.Tech. <https://tech.liga.net/ua/ukraine/interview/gorit-kiberbavovna-glavnyy-kiberkontrrazvedchik-sbu-o-gryaznoy-bombe-i-hakerah-iz-rf> [in Ukrainian].

- Smyrnov, Yu. (2020, February 3). *Iz Rosii z liuboviu — anonimna imperiia Pavla Durova* [From Russia with love — Pavlo Durov's anonymous empire]. Liha.net. [https://project.liga.net/projects/durov\\_telegram\\_ua/](https://project.liga.net/projects/durov_telegram_ua/) [in Ukrainian].
- Тимосhyк, М. (2021a). Zhurnalyst yak profesiia: Retrospektyvnyi ohliad pobutuvannia poniattia v informatsiinomu prostori [Journalist as a profession: A retrospective review of the concept existence in the information space]. *Ukrainian Information Space*, 2(8), 39–73. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.2\(8\).2021.245811](https://doi.org/10.31866/2616-7948.2(8).2021.245811) [in Ukrainian].
- Тимосhyк, М. (2021b). Yak zvilnyty zhurnalistsku osvitu z put teorii masovoi komunikatsii: Do problemy vykladannia fakhovykh dystsyplin na fakultetakh zhurnalistyky ukrainskykh universytetiv [How to release journalist education from the hobble of mass communication theory: To the problem of teaching professional disciplines at the faculties of journalism of Ukrainian universities]. *Ukrainian Information Space*, 1(7), 31–68. [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(7\).2021.233877](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(7).2021.233877) [in Ukrainian].
- Ukrainska audytoriiia pislia pochatku velykoi viiny: Zminy u mediaspozhyvanni, spryiniattia informatsiinoho prostoru, chutlyvist do spotvorenoho kontentu [Ukrainian audience after the beginning of the great war: Changes in media consumption, perception of information space, sensitivity to distorted content]. (2022, November 16). Detektor media. <https://is.gd/tsjXfc> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2011, January 13). *Pro vnesennia zmin do Zakonu Ukrainy "Pro informatsiiu"* [On Amendments to the Law of Ukraine "On Information"] (Law No. 2938–VI). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/en/2938-17?lang=uk> [in Ukrainian].
- Verkhovna Rada of Ukraine. (2022, December 13). *Pro media* [About media] (Law No. 2849–IX). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> [in Ukrainian].
- Zasoby masovoi informatsii [Mass media]. (2023, July 2). In *Wikipedia*. <https://is.gd/QmLwPI> [in Ukrainian].