

**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА  
СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ  
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій**

**Пояснювальна записка  
до кваліфікаційної роботи  
на тему**

**«Інформаційні засоби ведення війни в Україні  
2014 – 2024 рр.»**

Виконала: студентка 4 курсу групи СМК-47  
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти  
спеціальності 061 Журналістика  
Житеньова А.О.

Керівник: канд. соц. н., доцент Нікулін В.С.

**Харків – 2025 р.**

## Зміст

<u>ВСТУП</u>	3
<u>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ У ВІЙНІ</u>	8
<u>1.1 Інформаційні засоби: визначення та роль.</u>	8
<u>1.2 Методи та засоби інформаційної війни</u>	9
<u>1.3 Історичний контекст війни в Україні</u>	14
Висновки до розділу I	18
<u>РОЗДІЛ 2. ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ В УКРАЇНІ</u>	20
<u>2.1. Інформаційні кампанії Росії</u>	26
<u>2.2. Інформаційні кампанії України</u>	
2.3. Вплив інформаційних кампаній на громадську думку	31
Висновки до розділу II	35
<u>РОЗДІЛ 3. ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ НА УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО</u>	36
<u>3.1. Вплив на громадську думку в Україні</u>	36
<u>3.2. Психологічний вплив інформаційної війни</u>	40
<u>3.3. Спроби боротьби з пропагандою та дезінформацією</u>	44
Висновки до розділу III	48
<u>ВИСНОВКИ</u>	50
<u>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</u>	53
<u>ДОДАТОК А</u>	60

## ВСТУП

Сучасні військові конфлікти все частіше включають у себе не тільки бойові дії, але й активні інформаційні кампанії, які мають значний вплив на хід війни та настрої як у середині країни, так і за її межами. Інформаційні засоби стали потужним інструментом маніпуляції громадською думкою, формування політичної риторики та мобілізації населення. В умовах війни між Україною та Росією з 2014 року інформаційна війна відіграє критичну роль у контексті протистояння, де пропаганда та дезінформація стали невід'ємною частиною стратегії агресора. Цей конфлікт став наочним прикладом того, як інформаційні засоби можуть використовуватися для досягнення політичних, військових та економічних цілей.

Інформація, як інструмент впливу, набула безпрецедентного значення в контексті збройних конфліктів, особливо в умовах гібридної війни, яка включає не лише бойові дії, але й інформаційну агресію. Збройний конфлікт між Росією та Україною, який розпочався у 2014 році і триває до сьогодні, став однією з найбільш яскравих ілюстрацій того, як інформаційні засоби можуть використовуватися для досягнення політичних і військових цілей.

Гібридна війна включає в себе застосування різних форм інформаційної агресії — від пропаганди та маніпуляцій до дезінформаційних кампаній, які мають на меті викривити реальність і створити хибне уявлення про події. Росія систематично використовує інформаційні засоби для поширення фейкових новин, маніпуляцій та впливу на свідомість громадян як в Україні, так і за її межами. Інформаційна війна ведеться через різні канали, включаючи традиційні медіа, такі як телебачення та радіо, а також новітні цифрові платформи, зокрема соціальні мережі, що робить цей процес особливо динамічним і складним для контролю.

**Актуальність теми** посилюється тим, що інформаційні засоби, особливо в умовах війни, впливають не лише на перебіг бойових дій, але й на внутрішньополітичну ситуацію в країнах, які беруть участь у конфлікті. Вплив інформаційних технологій на громадську думку став інструментом підриву національної стабільності, маніпуляції фактами та дискредитації державних інститутів. Для України, яка зіткнулася з безпрецедентною інформаційною агресією з боку Росії, питання захисту інформаційного простору стало однією з найважливіших стратегічних завдань.

Значення інформаційних засобів у війні між Україною та Росією проявляється в різних аспектах.

По-перше, інформаційна війна стала частиною стратегії Росії щодо підриву довіри до української влади, дискредитації армії та створення хаосу в інформаційному просторі України. Одним із ключових інструментів стали пропагандистські кампанії, що поширювали хибні наративи про легітимність дій Росії та нелегітимність українського уряду. Російські медіа та соціальні мережі активно використовувалися для маніпуляції фактами, поширення дезінформації про події на фронті та формування негативних настроїв серед населення.

По-друге, інформаційна війна охопила не лише внутрішню аудиторію, але й міжнародну спільноту. Росія через інформаційні засоби прагнула вплинути на західні країни, переконуючи їх у неправдивій картині конфлікту, яка виправдовувала агресивні дії та закликала до зниження підтримки України. Для цього використовувалися глобальні медіа-кампанії, що поширювали фейки та маніпуляції, намагаючись змінити думку західних політичних лідерів і громадськості.

Водночас Україна активно працювала над тим, щоб протидіяти цій інформаційній агресії. Інформаційна політика української влади та громадських організацій була спрямована на викриття фейкових новин, підвищення медіаграмотності населення та створення позитивного іміджу

України на міжнародній арені. Важливу роль у цьому процесі відіграли не лише державні інституції, але й громадянське суспільство, волонтерські ініціативи та незалежні медіа, які сприяли боротьбі з дезінформацією та мобілізації суспільства на захист національних інтересів.

Таким чином, актуальність дослідження інформаційної війни в контексті конфлікту між Україною та Росією визначається тим, що інформаційні технології стали невід'ємною частиною сучасних конфліктів. Використання пропаганди, дезінформації, кібернападів і маніпуляцій є одним із головних інструментів ведення гібридної війни. В умовах глобалізації та технологічного розвитку інформаційні засоби мають безпрецедентний вплив на суспільну свідомість, що підкреслює необхідність дослідження їхньої ролі в сучасних військових конфліктах.

**Метою** даного дослідження є узагальнення досвіду використання інформаційних засобів у війні в Україні та виявлення їхнього впливу на суспільну думку, як всередині країни, так і на міжнародному рівні. Задля досягнення цієї мети було поставлено кілька ключових **завдань**:

1. Встановити історичний контекст розвитку інформаційної війни, починаючи з 2014 року, та її еволюцію до 2024 року.
2. Виявити методи та засоби інформаційної війни, які використовувалися обома сторонами конфлікту — Україною та Росією.
3. Оцінити вплив інформаційних кампаній на громадську думку, зокрема в Україні та в міжнародних спільнотах.
4. Дослідивши заходи, спрямовані на протидію дезінформації та пропаганді, виявити їхню ефективність у боротьбі з інформаційними атаками.

**Об'єктом** даного дослідження є інформаційні засоби, які використовуються під час війни в Україні. Це комплексний термін, що охоплює всі форми комунікацій, які сприяють поширенню інформації у контексті військового конфлікту. До інформаційних засобів можна віднести

традиційні медіа, такі як телебачення, радіо та друковані видання, а також нові цифрові платформи, зокрема соціальні мережі, блоги та інші онлайн-ресурси. В умовах сучасних конфліктів інформаційні засоби стають не лише джерелом новин, але й інструментом психологічного впливу на суспільство, створення пропаганди та мобілізації людей. Використання інформаційних засобів є основною зброєю в рамках гібридних війн, де важливість інформації зрівнялася з фізичною військовою силою.

**Предметом** цього дослідження є безпосереднє використання інформаційних засобів у веденні війни та їхній вплив на формування суспільної думки. Зокрема, дослідження сфокусоване на тому, як інформаційні засоби використовувалися для ведення інформаційних кампаній, які стратегії застосовувалися для досягнення поставлених цілей, і як це впливало на сприйняття конфлікту серед громадськості. Особливий інтерес представляє дослідження того, як різні методи дезінформації та пропаганди формували думки населення в Україні та за кордоном, і яким чином ці наративи були сприйняті на міжнародній арені. Також важливим аспектом є аналіз заходів, спрямованих на боротьбу з дезінформацією, їхня ефективність та вплив на медіа-комунікації.

Для досягнення цілей дослідження використовувалися різні **методи аналізу**. Контент-аналіз матеріалів медіа дозволив виявити основні наративи та пропагандистські меседжі, які просувалися як українськими, так і російськими інформаційними ресурсами. Це дало змогу оцінити, як обидві сторони конфлікту використовували інформаційні засоби для формування суспільної думки. Порівняльний аналіз інформаційних кампаній, проведений обома країнами, дозволив зрозуміти, які підходи були найбільш ефективними, а які зазнали невдачі, та як ці кампанії впливали на міжнародну спільноту. Окрім цього, було проаналізовано дані соціологічних досліджень українського суспільства серед українського

населення для визначення рівня впливу дезінформації на їхні настрої та оцінки ситуації в країні[39].

**Структура роботи.** Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (39 найменувань) та додатку. Об'єм роботи – 59 сторінок.

# РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ У ВІЙНІ

## 1.1 Інформаційні засоби: визначення та роль

Інформаційні засоби – це комплекс технологій, інструментів і каналів, що використовуються для передачі інформації з метою досягнення конкретних політичних, військових або соціальних цілей. Сучасні конфлікти все частіше використовують інформацію як головну зброю, що може впливати на масову свідомість, мобілізувати населення, дезорієнтувати супротивника і дискредитувати політичних лідерів. Інформаційні засоби включають традиційні ЗМІ (телебачення, радіо, газети), цифрові платформи (соціальні мережі, блоги, відеосервіси), а також новітні технології, такі як штучний інтелект і автоматизовані боти.

Інформаційні засоби відіграють критично важливу роль у сучасних конфліктах, де фізична війна часто супроводжується війною на інформаційному фронті. Під поняттям «інформаційні засоби» розуміють всі інструменти та технології, які використовуються для створення, обробки, передачі та поширення інформації з метою впливу на свідомість людей, формування їхніх поглядів та емоцій, а також маніпулювання фактами з політичною чи військовою метою.

До засобів відносяться як традиційні канали комунікації, такі як телебачення, радіо, преса, так і новітні цифрові платформи, включаючи інтернет, соціальні мережі, блоги, месенджери та інші електронні ресурси. У сучасних умовах ці засоби стали ще потужнішими завдяки стрімкому розвитку технологій, які дозволяють швидко поширювати інформацію серед мільйонів людей по всьому світу.

Значення інформаційних засобів у сучасних конфліктах важко переоцінити, адже вони є ефективним інструментом для впливу на

громадську думку, формування суспільного настрою, підриву морального духу противника та мобілізації власного населення. У контексті гібридної війни, яка поєднує як традиційні військові дії, так і інформаційні операції, інформаційні засоби стають одними з головних засобів. Вони використовуються для ведення пропаганди, поширення дезінформації, маніпуляції фактами, дискредитації противника, формування хибної картини реальності або, навпаки, для викриття ворожої пропаганди та забезпечення власної інформаційної безпеки [3].

Інформаційні засоби також мають величезний вплив на міжнародну спільноту, оскільки дозволяють контролювати наративи про конфлікт на глобальній арені. За допомогою міжнародних медіа та соціальних платформ, держави можуть доносити свою точку зору до світової громадськості, впливати на рішення міжнародних організацій і отримувати підтримку союзників [3].

## **1.2 Методи та засоби інформаційної війни**

Основні методи інформаційної війни стали критично важливими інструментами в сучасних конфліктах, де боротьба відбувається не лише на полі бою, але й у медіапросторі. Інформаційна війна охоплює широкий спектр дій і технологій, спрямованих на маніпуляцію свідомістю людей, формування громадської думки, поширення дезінформації та пропаганди з метою досягнення політичних, військових або економічних переваг. Сучасна інформаційна війна використовує низку методів, які дозволяють здійснювати вплив на суспільства та окремі групи людей, руйнуючи їхню здатність до опору, формуючи вигідні наративи та дезінформуючи громадськість.

Одним із ключових методів інформаційної війни є **пропаганда**. Пропаганда являє собою систематичне поширення упередженої або викривленої інформації з метою маніпуляції громадською думкою та настроями [7]. Пропагандистські кампанії часто базуються на емоційних та психологічних прийомах, які спрямовані на мобілізацію населення до дій або підтримки певних політичних сил. Вона може бути як позитивною, коли прагне підвищити патріотичні настрої серед власного населення, так і негативною, спрямованою на дискредитацію супротивника, створення образу ворога або розповсюдження ненависті. В умовах конфлікту пропаганда може використовуватися для виправдання дій уряду, мотивування армії та населення до боротьби, або ж для створення відчуття страху та хаосу серед противника [7].

Ще одним важливим методом є **дезінформація**. Це систематичне створення та поширення неправдивої інформації або маніпулювання фактами для того, щоб викликати плутанину, підірвати довіру до уряду, армії або медіа, а також формувати викривлене уявлення про реальність [7]. Дезінформація часто є складовою частиною більш масштабних інформаційних операцій, де вона використовується для підриву морального духу, розколу суспільства або для впливу на рішення політичного керівництва іншої країни. Один із класичних прийомів дезінформації полягає в поширенні фейкових новин через засоби масової інформації або соціальні мережі, що робить можливим швидке охоплення великої аудиторії з мінімальними витратами [26]. У сучасних умовах технології, такі як deepfake, дозволяють створювати відео або аудіо, які виглядають правдоподібно, але насправді є підробками, що створює ще більшу плутанину та ускладнює перевірку правдивості інформації.

Один із методів інформаційної війни, який набуває все більшого значення в сучасних умовах, — це **кіберманіпуляція**. У рамках цього методу використовуються атаки на цифрові системи, сайти, соціальні

мережі та інші електронні ресурси для отримання конфіденційної інформації, поширення шкідливого програмного забезпечення або для дискредитації певних інституцій. Наприклад, хакерські атаки на сервери урядових установ або електронні поштові скриньки політичних діячів можуть бути використані для поширення викраденої інформації або її маніпуляції з метою впливу на виборчий процес або громадську думку. У випадках зловмисного втручання у вибори, кібератаки використовуються для порушення роботи електронних систем голосування або для впровадження фейкових новин у громадський дискурс.

**Фейкові новини** є ще одним потужним інструментом інформаційної війни. Фейки, або неправдиві повідомлення, спеціально створюються для того, щоб викликати певну реакцію у суспільства, сприяти певним політичним чи соціальним процесам або ж сіяти плутанину. У конфліктах фейкові новини використовуються для того, щоб дискредитувати противника або виправдати власні дії. Наприклад, під час військових операцій можуть поширюватися новини про перемоги або успіхи на полі бою, які насправді не мали місця, щоб підвищити моральний дух війська або залякати супротивника. Водночас фейки можуть використовуватися для створення у населення паніки, особливо коли йдеться про воєнні дії, економічні кризи або гуманітарні катастрофи.

Метод **маніпуляції фактами** є одним із найпоширеніших у рамках інформаційної війни. Він полягає у тому, щоб не стільки вигадувати нові факти, скільки змінювати або перекручувати наявні факти таким чином, щоб вони відповідали певному політичному наративу [7]. Наприклад, маніпуляція може полягати у висвітленні лише окремих частин події, яка трапилася, або в поданні інформації в такому контексті, який вигідний для однієї сторони конфлікту. Такі маніпуляції складно розпізнати, оскільки вони ґрунтуються на реальних подіях, але їх подають у спотвореному вигляді, що викликає у суспільства хибне уявлення про реальність. Цей

метод часто використовується як у політичних, так і у військових конфліктах, де важливо контролювати наративи про події, які відбуваються.

Важливою частиною інформаційної війни є також психологічні операції (психоператії), які націлені на те, щоб викликати у громадськості або ворожої сторони певні емоційні реакції — страх, тривогу, зневіру або розчарування. Ці операції можуть проводитися як через поширення інформації, яка викликає паніку або хаос, так і через використання символічних або психологічних методів впливу на свідомість людей. Наприклад, під час війни можуть бути організовані кампанії, спрямовані на дискредитацію керівництва країни або армії супротивника шляхом розповсюдження чуток про їхню некомпетентність, зраду чи корупцію. Психологічні операції також можуть включати пропаганду, яка підкреслює успіхи однієї сторони конфлікту, що має на меті послабити волю до боротьби в армії або суспільстві супротивника.

Інший метод інформаційної війни — це використання мемів та візуальних образів. У сучасному світі візуальний контент, такий як меми, інфографіка, відеоролики, стає все більш впливовим способом передачі інформації. Мемі можуть бути використані для поширення спрощених, але сильних ідей, які резонують з аудиторією на емоційному рівні. Це дозволяє доносити складні наративи у короткій та зрозумілій формі. Такий підхід активно використовується у соціальних мережах, де візуальний контент може швидко ставати вірусним і досягати широкої аудиторії. Використання мемів дозволяє не лише поширювати інформацію, але й впливати на культуру та настрої в суспільстві.

Таким чином, основні методи інформаційної війни включають широкий спектр дій, які спрямовані на маніпуляцію свідомістю людей, вплив на їхню поведінку, формування хибних уявлень про реальність та підрив морального духу супротивника. Ці методи є невід'ємною частиною

сучасних конфліктів, де інформація стала однією з найважливіших видів зброї.

Телебачення, радіо та друковані видання залишаються потужним інструментом впливу на великі аудиторії. Вони часто використовуються для поширення офіційної пропаганди, як це робить, наприклад, телеканал «Russia Today», що активно просуває російські наративи про міжнародні події та конфлікти. Традиційні ЗМІ є більш контрольованими і часто використовуються урядами для впливу на міжнародну аудиторію.

Соціальні мережі стали найбільш ефективним інструментом поширення дезінформації та маніпуляцій завдяки своїй швидкості та широкому охопленню. Такі платформи, як Facebook, Twitter і YouTube, використовуються для створення та поширення контенту, часто за допомогою ботів і тролів. Наприклад, під час війни в Україні соціальні мережі стали основним полем для поширення фейкових новин про бойові дії, гуманітарні кризи та політичні події [26]. Цифрові платформи дозволяють створювати і поширювати глибокофейковий контент, що викликає сумніви щодо автентичності інформації. Можу навести приклади зі світового досвіду:

Інформаційна війна в Сирії стала одним із прикладів, де дезінформація та пропаганда використовувалися для виправдання військових дій і дискредитації опозиції. Російські медіа активно висвітлювали конфлікт, використовуючи пропаганду для підтримки режиму Башара Асада і поширюючи фейкові новини про дії сирійської опозиції та Західних союзників.

Під час кампанії за вихід Великобританії з ЄС дезінформація також зіграла важливу роль. У соціальних мережах активно поширювалися фейкові новини, що впливали на виборців. Маніпуляції, пов'язані з економічними наслідками Brexit, допомогли формувати суспільні настрої, що призвело до перемоги прихильників виходу з Євросоюзу.

Під час президентських виборів у Франції було виявлено втручання через поширення фейкових новин та дезінформаційні кампанії в соціальних мережах, які мали на меті дискредитувати кандидатів. Російські хакери атакували кампанію Еммануеля Макрона, розповсюджуючи інформацію, що впливала на результати голосування.

### **1.3 Історичний контекст війни в Україні**

Інформаційна війна, яку Росія розпочала проти України, мала глибокі корені. Ще до 2014 року, Росія активно намагалася вплинути на українську політику та суспільство через інформаційні канали, поширюючи пропаганду про «братерство народів», спільну історію та залежність України від Росії. Після подій Євромайдану в 2013-2014 роках і втечі президента Януковича, Росія посилила свою інформаційну кампанію, щоб дискредитувати нову владу України та створити підґрунтя для анексії Криму й початку війни на Донбасі [2].

Після анексії Криму, Росія почала активну інформаційну кампанію на внутрішньому та міжнародному рівні, щоб виправдати свої дії. ЗМІ поширювали наративи про «історичну справедливість» повернення Криму до Росії, стверджуючи, що це «воля народу» [2]. Водночас російська пропаганда активно дискредитувала нову українську владу, називаючи її «фашистською хунтою», що прийшла до влади шляхом «державного перевороту». Цей наратив був спрямований на те, щоб розколоти українське суспільство та залучити підтримку міжнародних союзників.

На Донбасі інформаційна війна також грала ключову роль. Російські медіа постійно звинувачували українські Збройні сили у військових злочинах, поширюючи фейкові новини про обстріли цивільних об'єктів.

Водночас просувалася теза про «народні республіки», які нібито борються за самовизначення, тоді як український уряд описували як агресора [2].

Після активних бойових дій на сході України в 2014 році, Росія почала застосовувати ще більше інформаційних засобів, щоб послабити міжнародну підтримку України. Одним із таких інструментів стали кібератаки на українські установи та інфраструктуру. Наприклад, кібератака на енергосистему України в грудні 2015 року стала частиною гібридної війни, яку вела Росія. Ці атаки супроводжувалися дезінформаційними кампаніями в міжнародних медіа, спрямованими на дискредитацію української влади та зменшення підтримки з боку ЄС і США.

У цей період Україна почала активніше захищати свій інформаційний простір. З'явилися громадські ініціативи та медіапроекти, такі як «StopFake», які займалися перевіркою фактів і викриттям російських фейків. Водночас українські медіа почали більше працювати над тим, щоб міжнародна спільнота отримувала достовірну інформацію про події на сході України. Проте Росія адаптувала свої стратегії, використовуючи нові цифрові технології, такі як deepfake та штучний інтелект, для створення ще більш складних фейкових новин та маніпуляцій [2].

У період 2021-2024 років інформаційна війна набуває нових, ще більш агресивних форм. Російська стратегія стає більш витонченою та гібридною. Головною зброєю Росії залишаються дезінформаційні кампанії, кібератаки, а також створення панічних настроїв серед мирного населення в зонах активних бойових дій, таких як Маріуполь, Мелітополь і Бердянськ.

Від 2021 року Росія розгорнула нові кампанії з кібератак, зокрема, на інфраструктуру та медіа України. Кібероперації часто супроводжувалися масштабною дезінформацією. Метою було створити атмосферу страху та

безнадії серед населення. Особливо це стосується подій в Маріуполі, де Росія використовувала пропагандистські наративи, щоб заплутати місцеве населення щодо того, що відбувається насправді, і поширювала фейкові новини через соціальні мережі та підконтрольні ЗМІ.

У 2022-2023 роках було зафіксовано активне використання технологій штучного інтелекту та deepfake. Російські пропагандистські медіа створювали фальшиві відео із виступами українських лідерів та міжнародних союзників, намагаючись дискредитувати українське керівництво та підірвати міжнародну підтримку.

Ситуація в Маріуполі у 2022 році стала класичним прикладом того, як дезінформація може бути використана для контролю над населенням під час військових дій. Російська сторона блокувала гуманітарні коридори, одночасно поширюючи фейки через підконтрольні канали, що українські війська нібито обстрілюють мирних жителів та не дозволяють евакуюватися. Ці фейкові новини мали на меті деморалізувати місцеве населення, поширюючи паніку та зневіру в українському уряді.

Російська пропаганда також спотворювала реальні масштаби гуманітарної катастрофи, применшуючи кількість жертв і страждань місцевого населення, яке знаходилося під постійними обстрілами. Насправді ж, інформація про обстріли та блокаду надходила переважно від незалежних журналістів та волонтерів, які ризикували своїм життям, щоб донести правду до світу. Однак, багато мешканців Маріуполя перебували в ізоляції від достовірної інформації, і це використовувалося для посилення хаосу.

Мелітополь і Бердянськ стали прикладами інформаційної ізоляції та маніпуляцій під час російської окупації. Після захоплення цих міст, російські війська негайно взяли під контроль місцеві медіа, вимкнули українські канали та замінили їх російськими програмами, щоб впливати на місцеве населення [14]. Це дозволило Росії формувати свій власний

нарратив про події, просуваючи ідеї «звільнення» міст і дискредитації української влади.

Одразу після окупації місцеві ЗМІ були або закриті, або перетворені на рупори російської пропаганди. Російські канали поширювали фейкові новини про те, що Україна покинула ці території та більше не цікавиться долею їхніх жителів. Ці меседжі були спрямовані на те, щоб відбити у місцевих жителів бажання опору і примирити їх з окупацією.

У 2022 році Росія організувала так звані референдуми в Мелітополі та Бердянську, які були проведені під дулами автоматів. Пропагандистські медіа висвітлювали ці події як «вільне волевиявлення», тоді як міжнародна спільнота відразу засудила їх як нелегітимні. Дезінформація, поширювана російськими ЗМІ, створювала ілюзію підтримки Росії місцевим населенням, що було далеко від реальності.

Міжнародна спільнота протягом цього періоду все більше усвідомлювала масштаб російської дезінформаційної кампанії. Від 2021 року країни ЄС та НАТО посилили координацію з Україною щодо протидії фейкам та маніпуляціям.

ЄС запусив спеціальну програму, спрямовану на протидію російській пропаганді у країнах Східної Європи, зокрема через платформу **East StratCom Task Force**, яка займається моніторингом та викриттям російських фейків. Україна стала активним учасником цієї кампанії, надаючи фактичні дані про події та допомагаючи викривати дезінформацію на міжнародній арені.

Великі технологічні компанії, такі як Facebook, Twitter та Google, почали активніше співпрацювати з урядами, щоб протидіяти поширенню фейкових новин. У 2022 році ці компанії значно посилили свої алгоритми для виявлення ботів і фейкових акаунтів, що використовувалися для поширення дезінформації про події в Україні.

Окрім державних ініціатив, значну роль у боротьбі з дезінформацією відіграли волонтерські проекти, такі як **StopFake**, які систематично перевіряли та спростовували фейки. Ці проекти стали важливим джерелом правдивої інформації не лише для українців, але й для міжнародної спільноти.

### **Висновки до розділу I**

Теоретичні основи використання інформаційних засобів у війні дає розгорнуте розуміння важливості та впливу інформаційних засобів у сучасних конфліктах. У цьому розділі було досліджено різноманітні інформаційні засоби, які відіграють ключову роль у гібридних війнах, де не тільки фізичні бої, але й інформаційні кампанії можуть змінювати хід конфлікту.

Інформаційні засоби, такі як телебачення, радіо, соціальні мережі та цифрові платформи, стали основним інструментом для впливу на громадську думку. Ці технології використовуються для мобілізації суспільства, поширення пропаганди, дезінформації та маніпуляції масовою свідомістю. Важливо підкреслити, що з появою новітніх технологій, таких як штучний інтелект та боти, здатність до швидкого і масового поширення інформації суттєво зросла, що зробило інформаційні засоби одним із ключових елементів сучасних військових стратегій.

Аналіз методів інформаційної війни виявив, що головними інструментами впливу стали пропаганда, дезінформація, маніпуляція фактами та психологічні операції. Пропаганда та дезінформація, особливо з використанням соціальних мереж і фейкових новин, стали основним інструментом дискредитації супротивника та формування викривленого бачення реальності. Це створює серйозні загрози для громадянського суспільства, яке стає вразливим до маніпуляцій та інформаційних атак.

Історичний контекст інформаційної війни в Україні показує, що ще до 2014 року Росія активно використовувала інформаційні засоби для впливу на політику України та формування залежності. Однак після анексії Криму та початку війни на Донбасі інформаційні кампанії стали ще більш інтенсивними. Використання пропаганди та фейкових новин дозволило Росії не тільки маніпулювати власним населенням, але й поширювати дезінформацію на міжнародну аудиторію, що ускладнило підтримку України на світовій арені. Висвітлення подій в Маріуполі, Мелітополі та Бердянську стало класичним прикладом інформаційної маніпуляції, де дезінформація використовувалася для введення в оману місцевого населення та зменшення його опору.

Таким чином, інформаційні засоби є невід'ємною частиною сучасних військових стратегій, а їх ефективність у війні визначається здатністю швидко поширювати інформацію та впливати на громадську думку.

## РОЗДІЛ 2 ІНФОРМАЦІЙНІ КАМПАНІЇ В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ В УКРАЇНІ

### 2.1 Інформаційні кампанії Росії

Російська інформаційна війна проти України, яка розпочалася ще до подій 2014 року, стала одним із найважливіших інструментів для досягнення геополітичних цілей Кремля. Однак із анексією Криму та початком війни на Донбасі ця війна набула особливо агресивних форм. Інформаційні кампанії Росії базувалися на кількох ключових наративах, спрямованих на дискредитацію української влади, виправдання військових дій Росії та створення підтримки серед міжнародної аудиторії для російських дій.

Один із головних наративів, що був активно поширений російськими медіа, це так звана «боротьба з фашизмом». Після подій Євромайдану російська пропаганда почала просувати ідею про те, що новий український уряд є нелегітимним, оскільки до влади прийшли неонацистські сили, які здійснили «державний переворот». Цей наратив був спрямований не лише на внутрішню аудиторію в Росії, але й на міжнародну спільноту, особливо на тих, хто вже мав стереотипи щодо «фашистів» у Східній Європі. Пропагандистські медіа, такі як «Russia Today» і «Sputnik», поширювали ці меседжі серед західної аудиторії, використовуючи для цього матеріали із викривленими фактами про події на Майдані. Зокрема, російські медіа активно висвітлювали окремі інциденти під час протестів, вириваючи їх з контексту, або створювали фейкові новини про участь ультраправих угруповань у керівництві нової української влади. Цей наратив був настільки широко поширений, що навіть у міжнародних новинних агентствах з'являлися матеріали з посиланням на ці російські джерела, що лише підсилювало пропагандистський ефект [11].

Ще одним важливим аспектом російської інформаційної кампанії став наратив про «захист російськомовного населення». Цей меседж використовувався для виправдання анексії Криму, коли російські медіа заявляли, що «народ Криму» самостійно вирішив повернутися до складу Росії, оскільки в Україні нібито відбуваються систематичні утиски російськомовних громадян. Російська пропаганда активно підживлювала цей наратив, поширюючи новини про нібито заборону російської мови в Україні, про злочини, скоєні проти російськомовного населення, а також про нібито відсутність культурних і мовних прав для цього сегмента населення. Проте, варто зазначити, що більшість із цих заяв не мали під собою жодних фактичних підстав. Незалежні медіа та міжнародні правозахисні організації неодноразово доводили, що утиски російськомовного населення в Україні є вигаданим наративом, створеним з метою розколу українського суспільства та легітимації дій Росії.

Іншим ключовим інструментом російської інформаційної війни стали соціальні мережі. Росія активно використовувала платформи, такі як Facebook, Twitter та Telegram, для поширення дезінформації та маніпуляцій. Одним із найвідоміших прикладів таких маніпуляцій стало використання ботів і тролів для поширення фейкових новин про бойові дії на сході України. Наприклад, у 2015 році російські медіа поширювали неправдиві повідомлення про обстріли українською армією мирних мешканців, використовуючи для цього сфальсифіковані фотографії та відео. Ці матеріали активно поширювалися через соціальні мережі, що сприяло їхньому швидкому розповсюдженню як в Україні, так і за її межами [15].

Крім того, Росія також використовувала соціальні мережі для створення паніки та хаосу серед українського населення. Одним із таких випадків стало поширення фейкових повідомлень про нібито підготовку українською армією хімічної атаки на території Донбасу. Це було зроблено

з метою дестабілізації ситуації в регіоні та створення враження, що українська влада не контролює ситуацію, а українські військові готові на крайні заходи, аби знищити сепаратистів. Такі кампанії були спрямовані на те, щоб підірвати довіру до української влади та посіяти страх серед мирного населення [15].

Використання соціальних мереж для поширення дезінформації, як показує практика російсько-української війни, стало одним із ключових інструментів інформаційної війни. Ця тактика дозволяє здійснювати маніпуляції, формувати хибне уявлення про реальні події та впливати на громадську думку в різних країнах світу.

Платформи соціальних медіа, такі як Facebook, Twitter, Telegram, YouTube та інші, стають ідеальними каналами для поширення дезінформації через їхні швидкісні комунікаційні можливості та широкий охоплення аудиторії. Використовуючи алгоритми, які віддають перевагу емоційно зарядженим та контраверсійним матеріалам, дезінформація швидко набирає поширення, досягаючи багатомільйонної аудиторії у різних куточках світу [13]. Це особливо актуально в умовах воєн і конфліктів, де емоційні новини про бойові дії, втрати серед цивільного населення та гуманітарні кризи стають предметом маніпуляцій. Під час війни в Україні соціальні мережі використовувалися для поширення неправдивих історій про воєнні злочини, які нібито здійснювали українські військові. Ці матеріали часто супроводжувалися фальшивими фотографіями та відео, які в багатьох випадках виявлялися взятими з інших конфліктів або взагалі сфальсифікованими. Російські дезінформаційні кампанії також активно використовували технології deepfake, щоб створювати фальшиві відео із виступами українських та міжнародних політиків, дискредитуючи їх або поширюючи брехливу інформацію від їхнього імені.

Однією з найбільш поширених форм дезінформації в соціальних мережах є використання фейкових акаунтів і ботів, що здійснюють автоматизоване поширення пропагандистських повідомлень. Такі акаунти часто видають себе за реальних користувачів, створюючи ілюзію масової підтримки певних політичних або соціальних ідей. Під час російської інформаційної війни ці акаунти активно поширювали новини про «фашистський режим» в Україні та «геноцид» російськомовного населення на Донбасі. Такі кампанії були націлені на створення паніки та хаосу серед українського населення, а також на міжнародну аудиторію, яка не завжди мала можливість перевірити достовірність цієї інформації.

Іншою формою дезінформації в соціальних мережах є маніпуляція коментарями до новин або матеріалів, поширених у медіа. Такі коментарі створюються арміями ботів або троями, що працюють на державні структури. Вони створюють враження, що громадська думка підтримує ті чи інші наративи, навіть якщо це не відповідає дійсності. Під час конфлікту в Україні такі коментарі використовувалися для дискредитації міжнародних медіа та західних політиків, які підтримували Україну. Одночасно тролі поширювали ідеї про те, що війна в Україні є виключно внутрішнім конфліктом, який не має міжнародного контексту і в якому Росія не бере участі.

Важливо зазначити, що соціальні мережі стали не лише інструментом для розповсюдження дезінформації, але й платформою для її протидії. Протягом останніх років, особливо після президентських виборів у США у 2016 році, великі технологічні компанії, такі як Facebook та Twitter, почали впроваджувати алгоритми для виявлення та блокування фейкових новин, ботів та пропагандистських акаунтів. Наприклад, у 2022 році Facebook активно блокував російські акаунти, які поширювали дезінформацію про війну в Україні, що значно ускладнило роботу російських пропагандистських агентів. Водночас українські ініціативи,

такі як StopFake, також використовували соціальні мережі для спростування російських фейків, що стало важливим інструментом у боротьбі за інформаційний простір.

ВКонтакте, одна з найпопулярніших соціальних мереж на території пострадянських країн, зокрема Росії та України, відіграла важливу роль як підґрунтя для російської інформаційної війни. З моменту свого створення у 2006 році, ВКонтакте стала ключовою платформою для обміну інформацією та комунікацій між користувачами з усього регіону. Проте, з початком російсько-українського конфлікту, ця соціальна мережа поступово перетворилася на інструмент для поширення російської пропаганди та дезінформації.

Підґрунтям використання ВКонтакте для російської інформаційної війни стало кілька ключових факторів. По-перше, ВКонтакте мала величезну аудиторію в Україні на момент початку конфлікту в 2014 році, зокрема серед молоді. Висока популярність мережі серед українських користувачів дала можливість російським спецслужбам і пропагандистам активно впливати на думки мільйонів українців. По-друге, ВКонтакте була частково контрольована російським урядом через прямий зв'язок із компанією Mail.ru Group, яка контролювала мережу після того, як її засновник Павло Дуров залишив компанію у 2014 році під тиском російської влади. Цей контроль зробив можливим пряме втручання держави в роботу мережі, що забезпечило створення та поширення потрібних російських наративів без перешкод [1].

ВКонтакте стала ідеальною платформою для координації та поширення дезінформаційних кампаній, зокрема в контексті війни на Донбасі та анексії Криму. Проросійські групи в мережі ВКонтакте створювали і поширювали фейкові новини, відео та публікації, які дискредитували українську владу та армію. Наприклад, у 2014 році з'явилися численні групи, які поширювали фейкові історії про нібито

звірства українських військових у зоні конфлікту. Ці групи діяли під виглядом «незалежних новин» чи «волонтерських ініціатив», створюючи ілюзію широкої підтримки сепаратистських настроїв серед місцевого населення Донбасу. Інформаційні кампанії часто включали в себе маніпулятивні зображення, неправдиві цитати політиків, змонтовані відео, які створювали хибне уявлення про події.

Важливим елементом дезінформаційної кампанії стало використання ботів та фейкових акаунтів у ВКонтакті для масового поширення пропаганди. Ці боти діяли на форумах, у коментарях та групах, надаючи підроблену підтримку проросійським наративам. Вони масово «лайкали» пости, коментували та поширювали дезінформацію, що створювало ілюзію масової підтримки проросійських ідей [1]. Завдяки цьому створювався ефект «підтримки більшості», коли користувачі, читаючи такі коментарі та пости, підсвідомо починали вірити в те, що російська агресія виправдана або що ситуація в Україні дійсно настільки критична, як це представляють проросійські медіа. Це мало великий вплив на формування негативної громадської думки не лише в Росії, але й на окупованих територіях України.

Крім того, ВКонтакті стало важливим каналом для мобілізації добровольців на стороні проросійських сил. Через соціальні групи та сторінки, присвячені «ополченцям» і «народним республікам», проводилася агітація серед молоді, заохочуючи їх до вступу у ряди бойовиків. Це призвело до залучення значної кількості молодих людей до збройного конфлікту на боці Росії. У таких групах поширювалися агітаційні відео та публікації, які звеличували «героїчну боротьбу» сепаратистів проти «фашистського уряду» України, водночас демонізуючи українську армію.

Важливим аспектом використання ВКонтакті як платформи для інформаційної війни було також те, що багато українських користувачів

продовжували активно користуватися цією соціальною мережею навіть після початку війни. Це дозволило російським пропагандистам не лише поширювати свою дезінформацію, але й активно впливати на внутрішньо українське інформаційне поле. ВКонтакті стало місцем для розповсюдження фейкових новин, що підбурювали суспільство до протестів, спрямованих проти українського уряду. Наприклад, через цю мережу поширювалися чутки про мобілізацію, воєнні поразки України, масові втрати серед українських військових, що було спрямоване на дестабілізацію внутрішньої ситуації в країні.

З 2017 року, після ухвалення українським урядом рішення про блокування доступу до російських соціальних мереж, включаючи ВКонтакті, рівень впливу російської дезінформації на українське суспільство через цю платформу значно знизився. Проте, до цього часу, ВКонтакті залишалася однією з найбільш важливих платформ для поширення російських наративів у контексті війни в Україні.

Таким чином, ВКонтакті відігравала важливу роль у розгортанні російської інформаційної війни проти України, будучи інструментом для поширення дезінформації, пропаганди та маніпуляцій. Завдяки великій аудиторії та контролю з боку російського уряду, ця соціальна мережа стала потужним засобом для впливу на громадську думку, сприяючи створенню паралельної реальності для багатьох користувачів на окупованих територіях та в самій Росії.

## **2.2 Інформаційні кампанії України**

У відповідь на російську інформаційну агресію Україна була змушена розробити власні стратегії для захисту свого інформаційного простору та боротьби з дезінформацією. Однією з головних задач стало

спростування російських фейкових новин і надання правдивої інформації як українському, так і міжнародному суспільству. З цією метою було створено кілька незалежних проєктів, серед яких найбільший вплив мав «StopFake». Цей проєкт став ключовим інструментом для перевірки фактів і спростування російських фейків, які поширювалися через соціальні мережі та російські медіа. Завдяки «StopFake» Україна змогла не лише систематично викривати дезінформаційні кампанії Росії, але й привертати увагу міжнародної спільноти до масштабів інформаційної війни, яку веде Росія.

Поряд із цим, Україна також ухвалила низку законодавчих ініціатив, спрямованих на захист свого інформаційного простору. Зокрема, у 2017 році в Україні були заборонені російські телеканали, які активно використовувалися для поширення пропаганди [19]. Це дало змогу значно зменшити вплив російських медіа на українське населення та створило умови для розвитку незалежних українських ЗМІ. Крім того, український уряд активно співпрацював із міжнародними партнерами, щоб обмежити доступ до проросійських вебсайтів та соціальних платформ, які використовувалися для поширення дезінформації.

Інформаційні кампанії України проти російської дезінформації стали важливою складовою боротьби за суверенітет і міжнародну підтримку в умовах гібридної війни. Починаючи з 2014 року, після анексії Криму та початку війни на Донбасі, Україна була змушена активно розробляти та впроваджувати стратегії протидії інформаційній агресії з боку Росії [19]. Росія використовувала різноманітні канали для поширення пропаганди, включаючи традиційні медіа, соціальні мережі та фейкові новини, щоб створити негативний образ України на міжнародній арені та дискредитувати українську владу. Українські інформаційні кампанії спрямовувалися на кілька основних напрямків: захист внутрішнього

інформаційного простору, боротьба з російськими наративами на міжнародному рівні та формування позитивного образу України.

Одним із ключових напрямків стало забезпечення інформаційної безпеки всередині країни. Україна, усвідомлюючи небезпеку російської дезінформації, почала активно впроваджувати заходи для обмеження доступу до російських пропагандистських ресурсів. Важливим кроком стало блокування доступу до таких російських соціальних мереж, як ВКонтакті та Однокласники, а також до російських новинних сайтів, які активно поширювали фейки про події на Донбасі та в Криму. Такі заходи дозволили суттєво зменшити вплив російської пропаганди на українське суспільство, особливо серед російськомовного населення на сході країни. Крім того, важливим інструментом стала діяльність незалежних проєктів із перевірки фактів, зокрема StopFake. Цей проєкт викривав російські фейки та надавав правдиву інформацію про події в Україні, допомагаючи українському населенню зберігати довіру до офіційних джерел.

Іншою важливою частиною українських інформаційних кампаній стало протистояння російській пропаганді на міжнародному рівні. Російські медіа та соціальні мережі активно поширювали наративи, спрямовані на дискредитацію України в очах міжнародної спільноти. Основними темами цих наративів були заяви про «фашистський режим» в Україні, «геноцид» російськомовного населення на Донбасі та легітимність анексії Криму. Україна відповіла на ці виклики через тісну співпрацю з міжнародними журналістами та медіа, такими як BBC, CNN, The New York Times, Deutsche Welle та іншими. Українські журналісти разом із міжнародними колегами активно висвітлювали події в Україні, надаючи світу правдиву інформацію про реальний стан справ на фронті, у зоні конфлікту та на окупованих територіях. Ця співпраця стала важливим чинником у викритті російських фейкових новин та підвищенні обізнаності міжнародної спільноти про реальні мотиви та дії Росії.

Особливо важливою частиною інформаційних кампаній України стало привернення уваги до порушення прав людини на окупованих територіях, зокрема в Криму та на Донбасі. Українські правозахисні організації разом із міжнародними партнерами, такими як Amnesty International та Human Rights Watch, докладали зусиль для того, щоб донести до міжнародної громадськості інформацію про переслідування кримських татар, незаконні арешти, тортури та примусову мобілізацію населення на окупованих територіях. Це стало важливим елементом у формуванні міжнародної підтримки України та допомогло впровадити санкції проти Росії.

Поряд із боротьбою з дезінформацією, Україна також активно займалася проведенням позитивних інформаційних кампаній, які мали на меті зміцнити підтримку з боку міжнародної спільноти. Основною темою таких кампаній стало підкреслення європейських прагнень України, її боротьби за демократію та права людини. Кампанії на кшталт «Україна – це Європа» використовували культурні та дипломатичні заходи для демонстрації української культури, історії та європейських цінностей, що сприяло створенню позитивного іміджу України на міжнародній арені. Україна також активно використовувала соціальні мережі для поширення таких кампаній, зокрема через Twitter і Facebook, де підкреслювала свою відкритість та прагнення до демократичного розвитку. Ці кампанії мали значний вплив на формування позитивної громадської думки на Заході та допомогли заручитися підтримкою з боку Європейського Союзу, США та інших західних держав.

Інформаційні кампанії України також вплинули на зміцнення внутрішньої єдності в країні. Попри значний тиск з боку російської пропаганди, українські медіа та урядові ініціативи змогли зберегти високий рівень підтримки боротьби за територіальну цілісність та суверенітет. Викриття фейкових новин, поширених російськими медіа,

допомогло уникнути панічних настроїв серед населення та забезпечити стабільність інформаційного простору. Українські інформаційні кампанії активно підкреслювали героїзм українських військових, волонтерів та мирного населення, що допомагало підвищувати рівень патріотизму серед громадян.

Таким чином, українські інформаційні кампанії, спрямовані проти Росії, стали важливою частиною національної стратегії протидії гібридній війні. Вони не лише допомогли захистити внутрішній інформаційний простір від російської пропаганди, але й зміцнили міжнародну підтримку України та сприяли викриттю російських дезінформаційних кампаній на міжнародному рівні.

Позитивні медіакампанії для підтримки міжнародної спільноти стали важливим елементом інформаційної стратегії України в умовах війни. Їх мета — не тільки протидіяти дезінформації, але й формувати позитивний імідж країни, сприяти міжнародній підтримці, зміцнювати солідарність серед союзників і підвищувати обізнаність громадськості.

Однією з ключових ініціатив стала **кампанія «Ukraine NOW»**, запущена урядом України у 2018 році. Ця платформа просувала образ сучасної, креативної та відкритої України, звертаючи увагу на економічні можливості, культурну спадщину та прагнення до європейських цінностей. Кампанія була спрямована на міжнародну аудиторію і допомогла створити позитивний імідж України в умовах конфлікту. Оскільки кампанія продовжувалася і після початку війни на сході України, вона допомогла підсилити підтримку країни серед міжнародної спільноти та міжнародних партнерів.

Ще однією важливою медіакампанією була **«Support Ukraine»**, яка була спрямована на залучення допомоги від міжнародної громадськості та підкреслення солідарності з українським народом. Кампанія активно використовувала соціальні мережі та онлайн-платформи, звертаючи увагу

на гуманітарні потреби, підтримку армії та волонтерські ініціативи. У кампанії брали участь як українські, так і міжнародні знаменитості, що підвищувало рівень залученості та підтримки з боку глобальної спільноти.

Також варто відзначити роль громадських організацій, таких як «**StopFake**», яка активно боролася з російською дезінформацією, викриваючи фейкові новини про події в Україні. Цей проєкт став частиною глобальних зусиль для підтримки об'єктивного висвітлення подій в Україні на міжнародній арені. Високий рівень обізнаності та підтримка з боку міжнародної медіаспільноти дозволили викривати російські інформаційні атаки і допомагали Україні заручитися підтримкою від західних партнерів [7].

Крім того, важливу роль у підтримці міжнародної спільноти зіграли кампанії, що фокусувалися на **відновленні історичної справедливості** та визнанні злочинів, які скоювалися проти українського народу під час конфлікту [20]. Наприклад, кампанії з визнання Голодомору геноцидом українців мали значний міжнародний резонанс і сприяли формуванню позитивного іміджу України як нації, що прагне до історичної справедливості.

### **2.3 Вплив інформаційних кампаній на громадську думку**

Інформаційні кампанії, які проводилися як Росією, так і Україною, мали глибокий та багатосторонній вплив на громадську думку, як всередині країни, так і на міжнародній арені. Важливо розуміти, що інформаційна війна є невід'ємною частиною сучасних збройних конфліктів і спрямована на те, щоб змінювати сприйняття подій населенням, формувати відповідні настрої, які можуть слугувати інструментом мобілізації або демобілізації різних соціальних груп. Вплив таких кампаній стає все більш значущим у добу цифрових технологій, коли

потік інформації виводить на перший план питання правдивості та контрольованості джерел.

Інформаційна війна Росії з перших днів конфлікту мала на меті не лише дискредитацію української влади, але й формування негативного ставлення до України як серед російського населення, так і на окупованих територіях. Від самого початку агресії пропагандистські медіа Росії поширювали наративи, що створювали образ України як «держави-невдахи», яка не може забезпечити безпеку своїм громадянам, не контролює власну територію і є під впливом іноземних сил. Така риторика особливо активно використовувалася для створення атмосфери страху серед населення Криму та Донбасу перед можливими наслідками збереження територіальної приналежності до України. Дезінформація про нібито утиски російськомовного населення та ідеологічна фіксація на «загрозі фашизму» сприяли зміні громадської думки на окупованих територіях на користь Росії [10]. Особливо важливим інструментом у цьому процесі стали соціальні мережі, через які російські спецслужби та пропагандисти проводили масовані кампанії з маніпулювання свідомістю, використовуючи фейкові акаунти, боти та цілеспрямовані інформаційні атаки на критично налаштовані сегменти суспільства (Додаток А).

Водночас російська інформаційна кампанія мала вплив і на міжнародну громадську думку, особливо на країни, які не мали прямого доступу до перевірених джерел або до незалежних новин. Протягом перших років війни, російські медіа активно намагалися переконати світову спільноту в легітимності анексії Криму та виправданості війни на Донбасі [12]. Одним із найсильніших аргументів, який активно просувався, була теза про те, що «референдум» у Криму відбувся добровільно, а «народні республіки» на сході України виникли як прояв волевиявлення місцевого населення. Ці наративи активно просувалися через державні канали, але значну роль у поширенні дезінформації

відіграли й західні медіа, які в багатьох випадках ретранслювали російську пропаганду без належної перевірки (Додток А).

Однак з часом, завдяки зусиллям українських журналістів та медіапроектів, таких як «StopFake», а також міжнародних організацій та незалежних журналістів, масштаб російської дезінформації став усе більше піддаватися критиці. Міжнародна спільнота почала поступово усвідомлювати масштаби російської пропаганди та її вплив на суспільну думку. З 2016 року почали впроваджуватися нові стратегії протидії дезінформації на рівні ЄС та НАТО. Були створені спеціальні організації, наприклад, East StratCom Task Force у Європейському Союзі, які моніторили російську пропаганду і систематично її викривали. Такі дії сприяли поступовому розвінчанню російських наративів на міжнародній арені, що допомогло Україні зміцнити свої позиції та заручитися підтримкою західних держав.

З іншого боку, українські інформаційні кампанії мали значний вплив на внутрішню громадську думку. З початком військових дій на сході країни, український уряд і незалежні медіа активно працювали над тим, щоб донести до населення правдиву інформацію про події на фронті [23]. Це було особливо важливо у контексті дезінформаційних кампаній Росії, які намагалися дискредитувати українську армію, звинувачуючи її у воєнних злочинах, підбурюючи до протестів та намагаючись створити враження про повну неспроможність держави контролювати ситуацію. Українські медіа успішно протидіяли таким інформаційним атакам, використовуючи фактичні дані, документальні свідчення та інтерв'ю з учасниками бойових дій. Це дозволило зберегти високий рівень підтримки серед українського населення щодо боротьби за територіальну цілісність та суверенітет (Додаток А).

На міжнародному рівні українські інформаційні кампанії відіграли важливу роль у зміцненні підтримки з боку західних держав. Західні медіа,

такі як BBC, CNN, The Guardian, активно співпрацювали з українськими журналістами, висвітлюючи події на сході України та в Криму. Ця співпраця дозволила донести до світової аудиторії фактичну інформацію про реальні події, уникнувши дезінформації та пропагандистських впливів з боку Росії. Західні медіа також мали значний вплив на формування громадської думки в країнах Європейського Союзу та США, що стало однією з передумов для запровадження санкцій проти Росії та підтримки України на дипломатичному рівні (Додаток А).

Завдяки зусиллям західних медіа та міжнародних журналістів, світова громадськість отримала можливість бачити реальну картину подій в Україні, що значно ускладнило російські зусилля з поширення дезінформації. Зокрема, журналісти, які працювали на місцях, надавали факти про гуманітарну кризу на Донбасі, розповідали про злочини, скоєні проти мирного населення, та документували порушення прав людини на окупованих територіях. Такі дії мали значний вплив на формування позитивного іміджу України на міжнародній арені, що дозволило не лише заручитися підтримкою міжнародних організацій, але й отримати необхідну економічну та військову допомогу [9].

Окрім цього, інформаційні кампанії України допомогли зміцнити внутрішню єдність країни. Попри значний тиск з боку російської пропаганди та дезінформації, українські медіа та громадські ініціативи змогли зберегти високий рівень підтримки серед населення щодо військових зусиль та боротьби за суверенітет. Важливу роль у цьому відіграли медіапроекти, які поширювали інформацію про героїзм українських солдатів, гуманітарну допомогу та національну солідарність, що підживлювало патріотичні настрої в країні.

Отже, вплив інформаційних кампаній на громадську думку був багатостороннім і глибоким. Російські дезінформаційні кампанії мали значний вплив на населення окупованих територій та міжнародну

аудиторію, проте завдяки зусиллям України та західних медіа, цей вплив поступово зменшувався. Водночас українські інформаційні кампанії сприяли зміцненню міжнародної підтримки та внутрішньої єдності, що стало важливим чинником у протидії російській агресії.

## **Висновки до розділу II**

Аналіз інформаційних кампаній у контексті війни в Україні показує, що інформаційна війна стала ключовим інструментом у гібридних конфліктах. Російські інформаційні кампанії спрямовувалися на дискредитацію української влади, поширення дезінформації та маніпуляцію громадською думкою як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях. Використовуючи традиційні медіа та соціальні мережі, Росія поширювала наративи про «фашистський режим» в Україні, «геноцид» російськомовного населення та легітимність анексії Криму, використовуючи фейкові новини та технології маніпуляції.

У відповідь на це Україна розробила власні стратегії для захисту свого інформаційного простору. Кампанії на кшталт «StopFake» та «Ukraine NOW» сприяли спростуванню російських фейків, покращенню іміджу України на міжнародній арені та зміцненню внутрішньої єдності. Завдяки міжнародній співпраці та залученню західних медіа, Україна змогла донести правдиву інформацію про події в зоні конфлікту, що допомогло отримати підтримку міжнародної спільноти.

Таким чином, інформаційні кампанії обох сторін мали глибокий вплив на формування громадської думки як всередині країни, так і за її межами. Хоча російські кампанії мали значний вплив на окуповані території, завдяки українським ініціативам та міжнародній підтримці вдалося зменшити дезінформаційний вплив і зміцнити позиції України на глобальному рівні.

## **РОЗДІЛ 3 ВПЛИВ ІНФОРМАЦІЙНИХ ЗАСОБІВ НА УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО**

### **3.1 Вплив на громадську думку в Україні**

Вплив інформаційних засобів на громадську думку в Україні після 2014 року став ключовим фактором у формуванні політичної, соціальної та культурної свідомості населення. Після початку російської агресії проти України, анексії Криму та війни на Донбасі, українське суспільство зіткнулося з новими викликами, які суттєво змінили уявлення про міжнародну політику, ідентичність та національні пріоритети. Цей вплив проявлявся як через традиційні медіа, так і через нові цифрові платформи, такі як соціальні мережі та онлайн-ЗМІ.

З початку військових дій на сході України, російська пропаганда почала активно поширювати антиукраїнські наративи, метою яких було дискредитація української влади та створення хибного образу України на міжнародній арені. Проте, завдяки ефективним заходам українського уряду, медіа та громадських ініціатив, вдалося протистояти цим інформаційним атакам та зберегти стабільність суспільної думки на території, що контролюється українською владою.

Одним із важливих інструментів дослідження формування громадської думки стали соціологічні дослідження, які показують, що з початком війни відбувся суттєвий зсув у ставленні українців до Росії, євроінтеграції та НАТО. Наприклад, до 2014 року більшість українців були розділені щодо питання інтеграції до Європейського Союзу. Традиційно,

на сході та півдні України існували сильні проросійські настрої, і населення цих регіонів здебільшого виступало проти членства України в НАТО. Однак події 2014 року змінили цю картину [19].

Дослідження Київського міжнародного інституту соціології (КМІС) та Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва свідчать про те, що після початку військових дій, підтримка вступу України до НАТО значно зросла, особливо в центральних та західних регіонах. За даними КМІС, до 2013 року лише близько 20% українців підтримували ідею вступу до НАТО, тоді як у 2015 році ця цифра досягла 50%. Аналогічно зросла і підтримка євроінтеграції. Якщо до війни близько 45% населення підтримували інтеграцію з Європейським Союзом, то вже у 2015 році ця цифра сягнула 60% [19].

Одним із факторів, що сприяли цьому зсуву, стала інформаційна кампанія українського уряду та медіа, спрямована на висвітлення переваг європейської інтеграції та західного вектора розвитку. У відповідь на агресивну інформаційну політику Росії, українські ЗМІ активно пропагували європейські цінності, демократію та права людини, що стало важливим елементом у формуванні нової громадської думки. Соціальні мережі також відіграли важливу роль у цьому процесі. За даними досліджень, у 2021 році понад 60% українців отримували новини саме через соціальні мережі, такі як Facebook та Twitter, які стали майданчиком для дискусій та обміну інформацією [21].

Російська пропаганда намагалася протистояти цьому процесу через поширення фейкових новин та дезінформації, зокрема через канали на кшталт ВКонтакте та Однокласники. Однак український уряд ухвалив рішення про блокування доступу до цих платформ, що дозволило знизити рівень впливу російських інформаційних атак на українське суспільство. Це рішення було позитивно сприйняте більшістю українців, оскільки суспільство все більше усвідомлювало небезпеку інформаційної війни.

Важливим аспектом впливу інформаційних кампаній на громадську думку стало формування нової української ідентичності. До 2014 року багато українців, особливо в східних регіонах, ідентифікували себе як «російськомовні українці» і мали певну культурну та мовну спорідненість із Росією. Проте після анексії Криму та початку війни на Донбасі відбувся різкий зсув у цьому питанні. За даними соціологічних опитувань, кількість людей, які ідентифікують себе виключно як українці, зросла до 80%, тоді як кількість тих, хто відчував себе близькими до російської культури, суттєво зменшилася. Це було наслідком не лише військових подій, але й активної інформаційної кампанії, яка пропагувала українську мову, культуру та історію [22].

Окрім національної ідентичності, інформаційна війна також вплинула на ставлення до внутрішніх політичних процесів. З початком військових дій у суспільстві зросла підтримка української армії та волонтерських рухів. Соціальні мережі та онлайн-ЗМІ стали основними майданчиками для координації волонтерських ініціатив, збору коштів на підтримку армії та поширення інформації про події на фронті. Це допомогло зміцнити громадянську відповідальність та консолідувати суспільство навколо спільної мети – захисту суверенітету України [2].

Важливим фактором впливу на громадську думку стало також висвітлення воєнних злочинів Росії. Українські медіа, спільно з міжнародними журналістами, активно розповідали про факти порушень прав людини на окупованих територіях, зокрема про незаконні арешти, тортури та примусову мобілізацію. Ці повідомлення активно поширювалися як через традиційні канали, так і через соціальні мережі, що дозволяло створювати інформаційний тиск на міжнародну спільноту та підсилювати антиросійські настрої серед українців.

Особливо цікавим є феномен зростання довіри до міжнародних медіа серед українців після 2014 року. До початку війни українське суспільство

здебільшого покладалося на національні новинні агентства, однак після початку військових дій та активізації російської пропаганди багато українців почали шукати правдиву інформацію у західних медіа. За даними опитувань, до 2016 року значно зросла популярність таких видань, як BBC, CNN, The Guardian та Deutsche Welle, оскільки ці ресурси забезпечували об'єктивне висвітлення подій в Україні та викривали російську дезінформацію. Це свідчить про те, що інформаційні кампанії Росії мали обмежений вплив на українське суспільство, і українці змогли зберегти здатність критично оцінювати джерела інформації.

Вплив інформаційної війни на громадську думку в Україні підтверджується соціологічними дослідженнями. Зокрема, за даними Київського міжнародного інституту соціології (КМІС), у жовтні 2024 року 47% українців вважали, що Росія має ресурси для ведення війни ще понад рік, тоді як 45% дотримувалися протилежної думки. Це свідчить про поляризацію в суспільстві щодо сприйняття тривалості війни та ресурсів Росії.

Щодо можливих варіантів завершення війни, результати опитування, проведеного Національним інститутом стратегічних досліджень (НІСД), показали, що частка українців, які вірять у приєднання України до НАТО у найближчі 10 років, знизилася з 64% у 2022 році до 51% у 2024 році. Аналогічно, віра у швидкий вступ до ЄС знизилася з 73% до 61% відповідно. Це може свідчити про зростання скептицизму щодо швидкої євроатлантичної інтеграції України [16].

Крім того, за даними опитування, проведеного соціологічною службою Центру Разумкова у вересні 2024 року, 83% опитаних вірять у перемогу України у війні. Серед них 19,5% вважають, що перемога настане до кінця цього року, 39% — через 1–2 роки, 15% — від 3 до 5 років, 5% — більш ніж 5 років, а 2% — що перемога відбудеться «навіть чи за мого життя». Ці дані відображають оптимізм українців щодо

результату війни, хоча й із різними оцінками термінів досягнення перемоги [17].

Щодо готовності терпіти тягар війни, опитування КМІС, проведене у грудні 2024 року, показало, що 57% українців готові терпіти стільки, скільки буде потрібно для досягнення перемоги, хоча цей показник знизився з 71–73% на початку року. Це свідчить про певне зростання невизначеності в суспільстві щодо тривалості конфлікту [18].

Інформаційна війна є одним із ключових інструментів впливу на громадську думку в Україні, і її наслідки відображаються у соціологічних дослідженнях. Російська пропаганда намагається деморалізувати суспільство, поширюючи фейки про “невідворотність” поразки України та дискредитуючи Збройні сили. Проте, згідно з даними КМІС, 83% українців вірять у перемогу, хоча уявлення про терміни її досягнення відрізняються. Водночас, 50% населення категорично не сприймають територіальних поступок, навіть за умови продовження війни. Поряд із цим, соціологія фіксує певні зміни у настроях — зокрема, зниження віри у швидку євроатлантичну інтеграцію та поступове зменшення готовності суспільства терпіти тягар війни. Це свідчить про стійкість українців у протистоянні інформаційним атакам, проте також вказує на необхідність посилення комунікації держави з громадянами для збереження мотивації до опору.

### **3.2 Психологічний вплив інформаційної війни**

Психологічний вплив інформаційної війни на українське суспільство після 2014 року став однією з найважливіших проблем, з якою зіткнулися громадяни. Інформаційні атаки з боку Росії, спрямовані на дестабілізацію психологічного стану українців, активно використовували дезінформацію, пропаганду та маніпуляції для посилення страху, тривожності та невизначеності. Сучасна війна, де інформаційні засоби стали однією з

головних складових, розширила свої масштаби і на психологічний аспект, що відіграло ключову роль у формуванні реакцій та настроїв у суспільстві.

У рамках цього дослідження було використано метод контент-аналізу, який дозволив виявити основні наративи російської пропаганди в інформаційному просторі України. Для аналізу було відібрано 14 новинних матеріалів українських ЗМІ, що викривали фейки, поширювані російськими та проросійськими медіа. Основним критерієм вибору джерел стала їх офіційність та достовірність (зокрема, використовувалися матеріали Укрінформу, Радіо Свобода, Центру протидії дезінформації при РНБО та інших авторитетних видань).

Контент-аналіз дозволив ідентифікувати ключові тематичні категорії дезінформації, серед яких:

- Дискредитація ЗСУ (фейки про «звірства» українських військових, корупцію у військовому командуванні);
- Маніпуляції щодо підтримки України Заходом (наративи про «втому» Європи та США від війни, фейкові повідомлення про відмову від постачання зброї);
- Створення паніки серед населення (фейкові новини про економічний колапс, мобілізацію дітей, нестачу електроенергії та газу);
- Легітимізація агресії Росії (вкиди про «історичну справедливість», «захист російськомовного населення» тощо).

На основі отриманих даних було створено аналітичну таблицю (Додаток А), що дозволяє побачити, які саме теми та методи дезінформації використовуються найбільш активно. Дослідження підтвердило, що російська пропаганда застосовує повторювані меседжі та дезінформаційні моделі, орієнтуючись на різні аудиторії (як українську, так і міжнародну).

Від самого початку російсько-українського конфлікту, інформаційна війна не обмежувалася тільки пропагандою через традиційні засоби

масової інформації. Великий акцент був зроблений на цифрові платформи, соціальні мережі та інші канали комунікації. Одним із головних завдань російської інформаційної агресії було не лише поширення неправдивої інформації, але й створення розколу в українському суспільстві, підвищення рівня тривожності та посилення почуття нестабільності [4]. Це завдання було реалізоване через потужні інформаційні атаки, які містили негативні меседжі про українську владу, армію та політичну ситуацію. Психологічний тиск, спрямований на українців, мав довготривалий і систематичний характер, впливаючи як на індивідуальний, так і на колективний рівень.

Один із найпомітніших психологічних ефектів, спричинених інформаційною війною, — це зростання рівня тривожності та психологічної вразливості серед українців. Війна на Донбасі та анексія Криму стали каталізаторами тривалого відчуття небезпеки, невизначеності та страху перед майбутнім. Дослідження, проведені національними інститутами психології та соціології, підтверджують, що значна частина населення, особливо в прифронтових регіонах, відчувала постійну тривогу через страх перед новими атаками, економічною нестабільністю та можливими ескалаціями конфлікту. Часто інформаційні атаки містили фейкові новини про можливі нові напади на інші регіони України, що ще більше підсилювало страх і невизначеність у суспільстві.

Особливо потужний вплив інформаційної війни мав через соціальні медіа, де активно використовувалися армії ботів, тролів та фейкових акаунтів для поширення маніпуляцій і неправдивих новин. Інформаційний тероризм через соціальні мережі сприяв посиленню почуття загальної невизначеності серед українців. Психологи фіксують зростання рівня «інформаційного стресу», коли постійний доступ до негативної інформації призводить до тривожних станів, депресії та почуття безвиході. Неправдиві повідомлення про «зраду», гуманітарні катастрофи чи воєнні

поразки України сприяли занепаду морального духу населення, викликаючи відчуття, що ситуація є критичною та безвихідною [9].

Крім того, інформаційні атаки сприяли розвитку посттравматичних стресових розладів (ПТСР) не лише серед військових, але й серед цивільних громадян, які безпосередньо не брали участі у війні. Люди, які перебували під впливом постійних новин про загрозу життю та небезпеку, почувалися психологічно виснаженими. Наприклад, у прифронтових регіонах, таких як Донецька та Луганська області, місцеві жителі неодноразово зазнавали впливу інформаційних атак, які сприяли поширенню паніки та постійного страху [7]. Жителі цих регіонів відчували відчуженість від решти України, що ще більше ускладнювалося обмеженим доступом до правдивої інформації.

Ще однією важливою проблемою, спричиненою інформаційною війною, є феномен інформаційної втоми. Це явище полягає в тому, що постійний потік негативної інформації та пропаганди виснажує психічні сили людини, призводить до втрати здатності адекватно реагувати на інформацію та критично оцінювати її. Люди, які зазнають постійного впливу негативних новин, починають уникати інформації взагалі, стають менш активними споживачами медіа-контенту, що створює сприятливий ґрунт для поширення дезінформації. В умовах, коли значна частина населення перестає довіряти будь-яким джерелам новин, зростає ризик того, що маніпуляції та фейкові новини отримають більший вплив.

Цей феномен, відомий як цифрова апатія, також підриває здатність суспільства організовано протистояти інформаційній агресії. Коли населення відчуває перевантаження інформацією, це веде до того, що маніпулятивні повідомлення сприймаються з меншою критичністю [9]. Люди починають шукати прості пояснення складних подій, і популістські або маніпулятивні джерела інформації стають для них більш привабливими.

Російська пропаганда активно використовувала емоційні тригери, щоб впливати на психологічний стан населення. Наприклад, часто поширювалися фейкові новини про злочини, які нібито здійснювали українські військові на Донбасі. Фальшиві повідомлення про воєнні злочини чи гуманітарні катастрофи на окупованих територіях, які приписували українським збройним силам, використовувалися для провокування гніву та обурення серед українців, особливо серед тих, хто вже відчував інформаційний тиск. Пропагандисти активно використовували маніпуляції, пов'язані зі злочинами проти дітей або інших вразливих категорій, щоб викликати максимальне емоційне залучення аудиторії. Ці методи були спрямовані на підрив довіри до української армії та держави.

Психологічний вплив інформаційної війни найбільше відчувався в окупованих регіонах, таких як Крим і Донбас. У цих регіонах доступ до українських медіа був заблокований, що дозволило російській пропаганді повністю домінувати в інформаційному просторі. Це призвело до формування окремої інформаційної реальності, яка відрізнялася від загальноукраїнської картини. Жителі цих територій поступово втрачали зв'язок із рештою країни та піддавалися впливу викривлених уявлень про події, що відбуваються. Це створювало додаткову ізоляцію, формуючи психоемоційну прірву між окупованими територіями та рештою України.

### **3.3 Спроби боротьби з пропагандою та дезінформацією**

Спроби боротьби з пропагандою та дезінформацією в Україні стали однією з ключових складових стратегії інформаційної безпеки держави після початку російсько-українського конфлікту у 2014 році. Виклики, які постали перед Україною в умовах агресії з боку Росії, вимагали створення

нових підходів до захисту інформаційного простору. Цей процес включав як державні ініціативи, так і заходи громадських організацій, спрямовані на виявлення та спростування дезінформації, підвищення рівня медіаграмотності та мобілізацію суспільства для активної протидії інформаційним атакам.

Один із перших і найважливіших кроків, зроблених українським урядом у боротьбі з російською пропагандою, було ухвалення рішення про блокування доступу до російських соціальних мереж і новинних ресурсів, таких як ВКонтакте, Однокласники, Mail.ru та інші російські онлайн-платформи. Це рішення було ухвалене в 2017 році на тлі посилення інформаційних атак з боку Росії, які активно використовували ці мережі для поширення дезінформації. Соціальні медіа стали одним із найважливіших інструментів російської інформаційної війни, оскільки через них проводилася скоординована кампанія з дестабілізації українського суспільства та поширення фейкових новин, які дискредитували українську владу та армію [16].

Заборона доступу до російських соціальних мереж мала двоякий вплив на українське суспільство. З одного боку, це рішення значно обмежило можливості російських інформаційних ресурсів маніпулювати українською аудиторією, особливо серед молоді, яка активно використовувала ці платформи для отримання новин та комунікації. З іншого боку, частина українців сприйняла це як обмеження свободи слова, що викликало певні суперечки в суспільстві [3]. Проте, більшість експертів погоджується з тим, що це рішення було виправданим з огляду на загрозу національній безпеці, яку несло безконтрольне поширення дезінформації через російські медіаплатформи.

Важливим елементом державної стратегії боротьби з пропагандою стало також створення законодавчої бази, що регулює інформаційну безпеку. У 2017 році було ухвалено закон, який передбачав контроль за

розповсюдженням контенту, що загрожує національній безпеці. Згідно з цим законом, держава отримала можливість блокувати вебсайти, які поширювали пропаганду або здійснювали інформаційні атаки на Україну. Цей механізм став дієвим інструментом у боротьбі з російською дезінформацією, особливо в контексті онлайн-простору, де часто виникали нові інформаційні ресурси, створені спеціально для маніпуляції суспільною думкою.

Крім державних ініціатив, активну роль у боротьбі з пропагандою відіграли громадські організації, які спеціалізуються на виявленні та спростуванні фейкових новин. Одним із найвідоміших проєктів у цій сфері став **StopFake**, який був створений у 2014 році як реакція на масові інформаційні атаки з боку Росії. StopFake став платформою для перевірки фактів, розвінчання фейкових новин та підвищення обізнаності населення щодо інформаційних загроз. Цей проєкт не лише викривав неправдиві повідомлення, але й навчав українців, як розпізнавати дезінформацію та маніпуляції в медіапросторі. Завдяки своїй діяльності, StopFake здобув велику підтримку серед населення та став одним із ключових інструментів у боротьбі з російською пропагандою [28].

Іншою важливою складовою боротьби з дезінформацією стало підвищення рівня медіаграмотності серед українців. В умовах інформаційної війни, коли громадяни постійно піддаються впливу маніпулятивних новин, важливо було навчити населення критично оцінювати інформацію, перевіряти джерела та відрізнити правду від фейків. Впродовж останніх років в Україні було запущено низку ініціатив, спрямованих на підвищення медіаграмотності, особливо серед молоді. Важливу роль у цьому процесі відігравали неурядові організації та міжнародні партнери України, які надавали фінансову та технічну підтримку для реалізації освітніх програм з медіаграмотності.

Зокрема, освітні програми з медіаграмотності проводилися в українських школах і університетах, де молодь навчалася основам роботи з інформацією, перевірки фактів та розпізнавання маніпуляцій. Це стало особливо актуальним у контексті соціальних медіа, де багато користувачів не завжди здатні відрізнити достовірну інформацію від маніпуляцій та фейкових новин. Навчання критичному мисленню стало важливим інструментом для зміцнення інформаційної безпеки держави, оскільки підвищення обізнаності населення зменшує вплив пропаганди та дезінформації.

Окрім цього, важливою частиною боротьби з пропагандою стало міжнародне співробітництво. Український уряд активно співпрацював із західними партнерами, такими як Європейський Союз, НАТО та окремі держави, для посилення інформаційної безпеки та боротьби з дезінформацією. Європейські інституції, зокрема **East StratCom Task Force**, спеціалізувалися на моніторингу та викритті російських інформаційних атак у Європі. Співпраця з цією організацією дозволила Україні отримати підтримку у викритті російських фейків не лише на території України, але й на міжнародній арені. Такі зусилля стали важливими для зміцнення позицій України в інформаційній війні та забезпечення міжнародної підтримки в боротьбі з російською агресією.

Крім міжнародної співпраці, важливим фактором у боротьбі з дезінформацією стало залучення незалежних медіа та журналістів. Після 2014 року в Україні почав активно розвиватися сектор незалежної журналістики, яка спеціалізувалася на розслідуванні фейкових новин, викритті пропаганди та наданні правдивої інформації про події на фронті та в тилу. Незалежні медіа стали важливим контрбалансом до російської пропаганди, оскільки вони забезпечували доступ до достовірної інформації, що особливо важливо в умовах війни.

Окрім цього, українські журналісти активно співпрацювали з міжнародними медіа для висвітлення подій в Україні та викриття російської дезінформації на міжнародному рівні. Завдяки цій співпраці багато міжнародних медіа, таких як **BBC**, **CNN**, **The New York Times**, активно розповідали про реальні події на Донбасі та в Криму, що дозволяло доносити правду до міжнародної спільноти та протидіяти російським наративам.

### **Висновки до розділу III**

Інформаційна війна, розгорнута Росією, мала глибокий і багатосторонній вплив на українське суспільство. Вона стала інструментом дестабілізації, маніпуляцій та поширення фейків, що вплинуло на громадську думку, психологічний стан населення та соціальну стабільність. Російська пропаганда намагалася розділити суспільство та зруйнувати довіру до української влади, однак ці спроби здебільшого мали обмежений ефект завдяки контрзаходам України.

Україна змогла адаптуватися до нових викликів інформаційної війни, впровадивши стратегії боротьби з дезінформацією та пропагандою. Це включало блокування російських медіаресурсів, запровадження законодавчих ініціатив для захисту інформаційного простору та активізацію громадських ініціатив, таких як проект StopFake. Важливу роль відіграли також зусилля незалежних медіа та міжнародна підтримка, що дозволило зміцнити довіру до національних та міжнародних новинних ресурсів.

Крім того, інформаційна війна мала значний психологічний вплив, створюючи у населення почуття тривоги, невизначеності та інформаційного стресу. Проте, завдяки активній участі громадськості у волонтерських рухах та підтримці армії, українське суспільство

продемонструвало високу стійкість до цих атак і консолідувалося навколо ідеї захисту національної незалежності.

Таким чином, комплекс заходів, спрямованих на протидію інформаційним атакам, став важливим елементом стратегії національної безпеки України в умовах гібридної війни, забезпечуючи як внутрішню стабільність, так і міжнародну підтримку.

## ВИСНОВКИ

Дослідження інформаційної війни в Україні з 2014 до 2024 року дозволило зробити низку важливих висновків щодо використання інформаційних засобів у сучасних конфліктах. Спираючись на контент-аналіз медіа-матеріалів, пропагандистських наративів та дезінформаційних кампаній, а також порівняльний аналіз методів ведення інформаційної боротьби з боку Росії та України, можна виділити ключові аспекти впливу інформаційних засобів на сучасні гібридні конфлікти.

По-перше, інформаційні засоби стали одним із центральних інструментів гібридної війни. Порівняльний аналіз інформаційних кампаній показав, що Росія активно використовує пропаганду, дезінформацію та кібератаки для маніпуляції свідомістю українців та міжнародної спільноти. Російські наративи, спрямовані на дискредитацію України як держави, стали важливим елементом їхньої стратегії, зокрема через поширення фейкових новин у міжнародних ЗМІ та соціальних мережах.

По-друге, контент-аналіз матеріалів російських та українських ЗМІ виявив значні відмінності у підходах до висвітлення конфлікту. Російська пропаганда націлена на емоційні маніпуляції та використання фейкових новин для створення образу України як агресора. Натомість українська сторона активно застосовує стратегії спростування фейкових новин та намагається розкрити правдиву інформацію про дії Росії. У цьому контексті незалежні медіа, а також громадські ініціативи, такі як StopFake, стали ефективними інструментами боротьби з дезінформацією.

По-третє, порівняльний аналіз методів дезінформації дозволяє побачити, що сучасні технології, такі як соціальні мережі, стали потужним інструментом ведення інформаційної війни. Використання платформ на кшталт Facebook, Twitter та Telegram дозволило як Росії, так і Україні

швидко поширювати свої наративи. Росія активно використовувала армії ботів і фейкові акаунти для поширення дезінформації, тоді як Україна спрямувала зусилля на інформування суспільства та міжнародної спільноти про реальний стан речей, залучаючи міжнародні медіа для боротьби з російськими фейками.

По-четверте, контент-аналіз українських інформаційних кампаній демонструє, що медіаграмотність і критичне мислення стали важливими інструментами для зменшення впливу дезінформації. Підвищення обізнаності населення, зокрема через освітні програми з медіаграмотності, сприяло зміцненню інформаційної безпеки країни. Цей фактор виявився важливим для формування стійкості суспільства до маніпуляцій та фейкових новин, що дозволило Україні ефективно протидіяти російським інформаційним атакам.

Окрім цього, порівняння інформаційних кампаній, проведених Україною, показує, що міжнародна підтримка України значною мірою базувалася на правильній інформаційній стратегії. Висвітлення правдивих фактів про війну, викриття російських фейків та активна співпраця з міжнародними медіа стали запорукою зміцнення репутації України на міжнародній арені. Контент-аналіз міжнародних ЗМІ свідчить про те, що українська інформаційна кампанія отримала значний відгук у західних медіа, що допомогло заручитися підтримкою ЄС та НАТО.

Таким чином, можна зробити висновок, що інформаційна війна є невід'ємною складовою сучасних конфліктів, і успішна боротьба з дезінформацією залежить від здатності держави контролювати інформаційний простір, забезпечувати обізнаність населення та співпрацювати з міжнародними партнерами. Порівняльний аналіз українських та російських інформаційних стратегій показав, що інформаційна війна має значний вплив на громадську думку, і її результати можуть визначати перебіг та наслідки збройних конфліктів. Україна,

завдяки своїм зусиллям у сфері інформаційної безпеки, змогла протистояти російській пропаганді та забезпечити підтримку міжнародної спільноти у своїй боротьбі за суверенітет.

Завдяки контент-аналізу матеріалів та порівняльному аналізу інформаційних стратегій, ми бачимо, що боротьба за правду та спростування фейкових новин є важливою складовою перемоги у будь-якому конфлікті.

Житеньова А.О.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балинська О. УКРАЇНА В УМОВАХ ІНФОРМАЦІЙНО-ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ. *KORSZERŰ MŰSZEREK ÉS ALGORITMUSA TAPASZTALATI ÉS ELMÉLETI TUDOMÁNYOS KUTATÁSI.* 2020. DOI: <https://doi.org/10.36074/18.09.2020.v3.03> (дата звернення: 10.10.2024).
2. Васецький В. АГРЕСІЯ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ: ПРАВОВІ НАСЛІДКИ. *Grail of Science.* 2022. № 17. С. 121–124. DOI: <https://doi.org/10.36074/grail-of-science.22.07.2022.018> (дата звернення: 10.10.2024).
3. Воляннюк О., Дроздюк Я. (Не)гібридна війна: політичні, ідеологічні, інформаційні виміри. *Scientific Journal of the National Pedagogical Dragomanov University.* S.22. Political Sciences and Teaching Methodology of Socio-Political Disciplines. 2023. Т. 22, № 33. С. 64–75. DOI: <https://doi.org/10.31392/udu-nc.series22.2023.33.07> (дата звернення: 10.10.2024).
4. Галіпчак В. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ЯК СКЛАДОВА ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ В УМОВАХ РОСІЙСЬКОЇ АГРЕСІЇ. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія.* 2023. Т. 1, № 15. С. 26–32. DOI: <https://doi.org/10.32782/2312-1815/2024-1-4> (дата звернення: 10.10.2024).
5. Інформаційна війна та її вплив на суспільні настрої. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка».* С.: Політологія. 2023. № 13. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2023/nov/31660/13.pdf> (дата звернення: 10.10.2024).

6. Інформаційна війна та її вплив на молодь: аналіз ефективності інформаційно-просвітницьких заходів. *El-Research Center*. 2023. URL: <https://el-research.center/2023/03/27/informatsiyna-viyna-ta-yiyi-vplyv-na-a-molod-analiz-efektyvnosti-informatsiyno-prosvitnytskykh-zakhodiv/> (дата звернення: 10.10.2024).
7. Кіндратець О. М. Психологічна війна як елемент гібридної війни. *Політичне життя*. 2021. № 1. С. 84–88. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2021.1.10> (дата звернення: 10.10.2024).
8. Кондратенко О., Литовченко В. Рівень суспільної підтримки путінського режиму на тлі війни Російської Федерації проти України. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2023. № 06. С. 26–39. DOI: <https://doi.org/10.26693/ahpsxxi2023.06.026> (дата звернення: 10.10.2024).
9. Корженко В. О., Жук А. М., Асєєва Ю. О. Тривожно-депресивні розлади та їх вплив на ментальне здоров'я в умовах війни // *Ментальне здоров'я*. 2024. № 2. С. 45–49. DOI: <https://doi.org/10.32782/3041-2005/2024-2-7> (дата звернення: 10.10.2024).
10. Коруц У. Інформаційна війна як інструмент пропаганди війни: правові підстави протидії. *Entrepreneurship, Economy and Law*. 2020. № 8. С. 334–339. DOI: <https://doi.org/10.32849/2663-5313/2020.8.55> (дата звернення: 10.10.2024).
11. Новицька Н. Б., Петрик В. М., Кудико В. М. ДЕЗІНФОРМУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ВЕДЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ. *Ірпінський юридичний часопис*. 2023. № 1(8). С. 118–130.

- DOI: [https://doi.org/10.33244/2617-4154-1\(8\)-2022-118-130](https://doi.org/10.33244/2617-4154-1(8)-2022-118-130) (дата звернення: 10.10.2024).
12. Новіков В. О. АНАЛІЗ СУЧАСНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ІНФОРМАЦІЙНО-ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ. *Електронний журнал "Державне управління: удосконалення та розвиток"*. 2023. № 9. DOI: <https://doi.org/10.32702/2307-2156.2023.9.25> (дата звернення: 10.10.2024).
13. Петрова Д. А. Аналіз фотоматеріалів репортажів під час війни. *МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНОГО ДІАЛОГУ: СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ*. Ч 3. 2022. URL: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-281-7-72> (дата звернення: 10.10.2024).
14. Соціальні мережі під час війни: аналіз використання та виклики // Центр демократії та верховенства права. 2023. URL: <https://cedem.org.ua/news/sotsialni-merezhi-pid-chas-viyny/> (дата звернення: 10.10.2024).
15. Шнайдер О. В., Микитась В. В. ІДЕЯ ТА РОЗУМІННЯ ТЕРМІНУ «ГІБРИДНА ВІЙНА». *Реформування фінансово-економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-336-4-29> (дата звернення: 10.10.2024).
16. Національний інститут стратегічних досліджень. Оцінки варіантів завершення війни у громадській думці. URL: <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/vnutrishnya-polityka/otsinky-variantiv-zavershennya-viyny-u-hromadskiy-dumtsi> (Дата звернення: 15.03.2025)
17. Центр Разумкова. Оцінка ситуації в країні та діяльності влади: довіра до соціальних інститутів, політиків, посадовців та громадських діячів, віра в перемогу. 2024 р. URL:

<https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-sytuatsii-v-kraini-ta-diialnosti-vlady-dovira-do-sotsialnykh-instytutiv-politykiv-posadovtsiv-ta-gromadskykh-diiachiv-vira-v-peremogu-veresen-2024r> (Дата звернення: 15.03.2025)

18. Укрінформ. Запас міцності: скільки часу українці готові нести тягар війни. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3944327-zapas-micnosti-skilki-casu-ukrainci-gotovi-нести-tagar-vijni.html> (Дата звернення: 15.03.2025)
19. Слово і Діло. Як змінювалося ставлення українців до членства в НАТО. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/10/03/infografika/suspilstvo/yak-zminyuvalosya-stavlennya-ukrayincziv-chlenstva-nato> (Дата звернення: 15.03.2025)
20. Українська правда. Опитування: 81% українців підтримують вступ до ЄС. URL: <https://www.pravda.com.ua/news/2022/07/29/7360841/> (Дата звернення: 15.03.2025)
21. Інститут масової інформації. USAID-Internews. Дослідження медіаспоживання в Україні 2021. URL: <https://imi.org.ua/upload/media/2021/11/17/61951144dc1fc-usaid-internews-media-report-2021-ukr.pdf> (Дата звернення: 15.03.2025)
22. Київський міжнародний інститут соціології (КМІС). Ставлення українців до НАТО та ЄС у 2013–2024 роках. URL: <https://www.kiis.com.ua/?cat=reports&id=1419&lang=ukr&page=1> (Дата звернення: 15.03.2025)
23. Feshchenko I. ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА ЯК ОРГАНІЧНА СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ЗБРОЙНО-ПОЛІТИЧНОГО КОНФЛІКТУ. *Філософія та політологія в контексті сучасної культури*. 2021. Т. 13, № 1. С. 96–103. URL: <https://doi.org/10.15421/352111> (дата звернення: 10.10.2024).

24. GUDZ V., POLIAKOVA L., KRYLOVA A. SCHOOL TEXTBOOKS ON HISTORY IN PUTIN'S RUSSIA AS A MEANS OF INFORMATION WARFARE WITH UKRAINE. *Problems of humanities. History*. 2023. Vol. 56, no. 14. P. 173–184. URL: <https://doi.org/10.24919/2312-2595.14/56.19> (date of access: 10.10.2024).
25. McCrory D. Russian Electronic Warfare, Cyber and Information Operations in Ukraine. *The RUSI Journal*. 2020. Vol. 165, no. 7. P. 34–44. URL: <https://doi.org/10.1080/03071847.2021.1888654> (date of access: 10.10.2024).
26. Rohith C., Batth R. S. Cyber Warfare: Nations Cyber Conflicts, Cyber Cold War Between Nations and its Repercussion. *2019 International Conference on Computational Intelligence and Knowledge Economy (ICCIKE)*, Dubai, United Arab Emirates, 11–12 December 2019. 2019. URL: <https://doi.org/10.1109/iccike47802.2019.9004236> (date of access: 10.10.2024).
27. van Niekerk B. Information Warfare in the 2013-2014 Ukraine Crisis. *Advances in Digital Crime, Forensics, and Cyber Terrorism*. 2015. P. 307–339. URL: <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8456-0.ch012> (date of access: 10.10.2024).
28. Wilson A. Politics in and around Crimea: *The Tatars of Crimea*. 1998. P. 281–322. URL: <https://doi.org/10.2307/j.ctv1198wnn.19> (date of access: 10.10.2024).
29. Wilson A. Ukraine Crisis. Yale University Press, 2020. URL: <https://doi.org/10.12987/9780300212921> (date of access: 10.10.2024).
30. Yuskiv K. SOCIAL MEDIA CONTENT MODERATION: THE CASE OF RUSSIA'S WAR AGAINST UKRAINE. *Visnyk of the Lviv University*. 2023. No. 46. P. 373–379.

- URL: <https://doi.org/10.30970/pp.s.2023.46.47> (date of access: 10.10.2024).
31. Zharovska I., Ortinska N. The information war as a modern globalization phenomenon. *Visnik Nacional'nogo universitetu «Lvivska politehnika»*. *Seria: Uridicni nauki*. 2020. Vol. 7, no. 26. P. 56–61. URL: <https://doi.org/10.23939/law2020.26.056> (date of access: 10.10.2024).
32. Digital Hydra: Security Implications of False Information Online. NATO StratCom, 2020. URL: <https://www.slideshare.net/slideshow/digital-hydra-security-implications-of-false-information-online-253965302/253965302> (дата звернення: 10.10.2024).
33. EU vs Disinformation. East StratCom Task Force. URL: [https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-about-east-stratcom-task-force\\_en](https://www.eeas.europa.eu/eeas/questions-and-answers-about-east-stratcom-task-force_en) (дата звернення: 10.10.2024).
34. RAND Corporation. Russian Social Media Influence: Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe. URL: [https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/CT400/CT496/RAND\\_CT496.pdf](https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/testimonies/CT400/CT496/RAND_CT496.pdf) (дата звернення: 10.10.2024).
35. VOA News. How Kremlin Uses False Fact-Checks to Spread Disinformation. 2024. URL: <https://www.voanews.com/a/how-kremlin-uses-false-fact-checks-to-spread-disinformation/7620992.html> (дата звернення: 10.10.2024).
36. Brookings Institution. How to combat fake news and disinformation URL: <https://www.brookings.edu/articles/how-to-combat-fake-news-and-disinformation/> (дата звернення: 10.10.2024).
37. Amid War in Ukraine, Open-Source Intelligence Investigators. *Scientific American*, 2022. URL:

<https://www.scientificamerican.com/article/amid-war-in-ukraine-open-source-intelligence-investigators-need-better-ethics/> (дата звернення: 10.10.2024).

38. Global Disinformation Campaigns and Lessons from Ukraine. RAND Corporation, 2023. URL: [https://www.rand.org/pubs/research\\_reports/RRA2771-1.html](https://www.rand.org/pubs/research_reports/RRA2771-1.html) (дата звернення: 10.10.2024).

39. Гривнак Б. Дезінформація як загроза національній безпеці України в умовах неоголошеної Російсько-Української війни. 2024р. URL: <https://journals.academ.vinnica.ua/index.php/eo-pa/article/download/122/115/119>

## ДОДАТКИ

## Додаток А

## Контент-аналіз фейкових новин про Україну та їх спростування

У таблиці наведено приклади поширених фейкових новин, спрямованих на інформаційні маніпуляції в українському та міжнародному медіапросторі. Дані зібрано шляхом контент-аналізу офіційних українських джерел, які викривають дезінформацію.

№	Автор / Джерело	Дата публікації	Посилання	Короткий опис
1.	Центр протидії дезінформації при РНБО	31.01.2025	<a href="https://www.pravda.com.ua/news/2025/01/31/7496136/">https://www.pravda.com.ua/news/2025/01/31/7496136/</a>	Російські ресурси поширюють фейк про нібито вбивства та згвалтування цивільних українськими військовими в Курській області.
2.	Укрінформ	24.09.2024	<a href="https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3908854-kr-eml-prodovzue-aktivno-rozganati-fejki-pro-zvirstva-ukrainskih-vijskovih-na-kursini-cpd.html">https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3908854-kr-eml-prodovzue-aktivno-rozganati-fejki-pro-zvirstva-ukrainskih-vijskovih-na-kursini-cpd.html</a>	Кремль активно поширює фейки про 'звірства' українських військових на Курщині.
3.	24 Канал	12.09.2022	<a href="https://24tv.ua/fejki-rosiya-n-pro-zvirstva-zsu-vkidi-v-zhe-roblyat-nashvidkuruch_n2156532">https://24tv.ua/fejki-rosiya-n-pro-zvirstva-zsu-vkidi-v-zhe-roblyat-nashvidkuruch_n2156532</a>	Росіяни в паніці через контрнаступ ЗСУ, тому нашвидкуруч вигадують фейки про 'звірства' українських військових.
4.	Укрінформ	27.09.2023	<a href="https://www.ukrinform.ua/rubric-factcheck/3969863-rf-rozganae-fejk-pro-zapusk-v-ukraini-reklami-aka-vcit-ditej-donositi-u-sbu-narodiciv-za-rosijsku-movu.html">https://www.ukrinform.ua/rubric-factcheck/3969863-rf-rozganae-fejk-pro-zapusk-v-ukraini-reklami-aka-vcit-ditej-donositi-u-sbu-narodiciv-za-rosijsku-movu.html</a>	Російські ЗМІ поширюють фейк про нібито українську рекламу, яка закликає дітей доносити в СБУ на батьків за використання російської мови.
5.	Укрінформ	11.01.2023	<a href="https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3651143-informacijni-operacii-rf-ak-diskreditovali-ukrainu-v-interneti-u-grudni.html">https://www.ukrinform.ua/rubric-world/3651143-informacijni-operacii-rf-ak-diskreditovali-ukrainu-v-interneti-u-grudni.html</a>	Російська пропаганда продовжує дискредитувати Україну на міжнародній арені, запускаючи інформаційні операції.
6.	Укрінформ	29.09.2022	<a href="https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3581768-rosijska-propaganda-stvorila-pere-dumovi-dla-novogo-genocidu-istoriki.html">https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3581768-rosijska-propaganda-stvorila-pere-dumovi-dla-novogo-genocidu-istoriki.html</a>	Російська пропаганда дегуманізувала українців протягом десятиліть, створюючи передумови для нового геноциду.
	Українська правда	27.06.2022	<a href="https://www.pravda.com.ua/columns/2022/06/27/7354575/">https://www.pravda.com.ua/columns/2022/06/27/7354575/</a>	Огляд основних наративів та гасел, які використовує російська пропаганда для

				виправдання війни проти України.
7.	Центр протидії дезінформації при РНБО	26.09.2024	<a href="https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3910094-u-cpd-sprostuvali-rosijskij-fejk-pro-znisenna-cotiroh-f16.html">https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3910094-u-cpd-sprostuvali-rosijskij-fejk-pro-znisenna-cotiroh-f16.html</a>	Спростування російського фейку про нібито знищення чотирьох українських винищувачів F-16.
8.	24 Канал	12.06.2023	<a href="https://24tv.ua/rosiyska-pr-opaganda-yevropi-yaki-narativi-moskvi-poshireni-krayinah_n2322609">https://24tv.ua/rosiyska-pr-opaganda-yevropi-yaki-narativi-moskvi-poshireni-krayinah_n2322609</a>	Аналіз наративів російської пропаганди, поширених у країнах-сусідках України.
9.	Укрінформ	08.11.2023	<a href="https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3784466-u-svitovomu-kongresi-ukrainciv-rozpovili-pro-dva-tipi-rosijskoi-propagandi.html">https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3784466-u-svitovomu-kongresi-ukrainciv-rozpovili-pro-dva-tipi-rosijskoi-propagandi.html</a>	Світовий конгрес українців розповів про два основні типи російської пропаганди, спрямовані на різні аудиторії.
10.	НВ	31.01.2025	<a href="https://nv.ua/ukr/ukraine/events/ruske-porichne-propaganda-rf-namagayetsya-vidati-za-buchu-shcho-vidomo-pro-informaciyu-specoperaciyu-50487601.html">https://nv.ua/ukr/ukraine/events/ruske-porichne-propaganda-rf-namagayetsya-vidati-za-buchu-shcho-vidomo-pro-informaciyu-specoperaciyu-50487601.html</a>	Російська пропаганда намагається видати події в селі Руське Порічне за 'нову Бучу', звинувачуючи ЗСУ у звірствах.
11.	Укрінформ	12.10.2024	<a href="https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3768526-taker-karlson-ta-alternativni-pravi-ak-rosijski-narativi-posiruutsa-v-ssa.html">https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3768526-taker-karlson-ta-alternativni-pravi-ak-rosijski-narativi-posiruutsa-v-ssa.html</a>	Як російські наративи поширюються в США через альтернативні праві медіа та фігури, такі як Такер Карлсон.
12.	Укрінформ	03.10.2021	<a href="https://www.ukrinform.ua/rubric-antifake/3327454-rosijski-manipulacii-27-veresna-3-zovtna-tisaca-j-odin-fejk-pro-nacizm-v-ukraini.html">https://www.ukrinform.ua/rubric-antifake/3327454-rosijski-manipulacii-27-veresna-3-zovtna-tisaca-j-odin-fejk-pro-nacizm-v-ukraini.html</a>	Російські маніпуляції про 'нацизм' в Україні, тисяча і один фейк від Кремля.
13.	СтопФейк	15.03.2024	<a href="https://www.stopfake.org/uk/kremlevski-fejki-pro-ukrayinu-golovni-narativi-za-berezen-2024/">https://www.stopfake.org/uk/kremlevski-fejki-pro-ukrayinu-golovni-narativi-za-berezen-2024/</a>	Огляд головних кремлівських фейків та маніпуляцій за березень 2024 року.
14.	Українська правда	22.07.2023	<a href="https://www.pravda.com.ua/articles/2023/07/22/7408575/">https://www.pravda.com.ua/articles/2023/07/22/7408575/</a>	Як Кремль використовує соцмережі та блогерів для просування пропаганди на міжнародному рівні.