Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Філософський факультет

Кафедра політології

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної роботи бакалавра

на тему «Дезінформація в медіа та її вплив на політичні процеси»

Виконав: здобувач вищої освіти 4 курсу
групи ОПз-41 денного відділення
напряму підготовки 05 - "Соціальні та
поведінкові науки"
спеціальності 052 «Політологія»
ОПП «Політичні технології
та аналіз політики»
Олізаренко Дмитро Сергійович
Керівник: кандидат політичних наук,
Доцент кафедри полтології
Мовчан Уляна Ігоревна
Рецензент: к. політ. н., доцент кафедри
Міжнародних відносин Одеського національного
Університету ім. І.І Мечникова

Харків – 2025 року

Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна
Філософський факультет
Кафедра політології
Спеціальність 052 Політологія
Освітньо-професійна програма «Політичні технології та аналіз політики»
Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

ЗАТВЕРДЖУЮ:
Завідувач кафедри

_____ **О.А. ФІСУН**
(підпис) (ініціали, прізвище)

«____» _____ 20___ року

ЗАВДАННЯ
На кваліфікаційну роботу бакалавра

Олізаренка Дмитра Сергійовича
(прізвище, ім'я та по батькові)

1. Тема роботи: «**Дезінформація в медіа та її вплив на політичні процеси**» керівниця роботи кандидат політичних наук, доцент кафедри політології Мовчан Уляна Ігорівна
(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом по університету від «29» березня 2024 року. № 3801-5/740

2. Строк подання студентом роботи 30.04.2025 р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

3.1. Дослідити поняття дезінформації, її форми та відмінності від суміжних понять: фейків, пропаганди та інформаційних маніпуляцій.

3.2. Проаналізувати сучасні теорії масової комунікації щодо впливу медіа на формування громадської думки та політичної поведінки.

3.3. Розглянути механізми поширення дезінформації в медіапросторі, зокрема через соціальні мережі та цифрові платформи.

3.4. Визначити роль дезінформації у впливі на політичні процеси, зокрема під час виборів, протестів або політичних кампаній.

3.5. Проаналізувати приклади використання дезінформації в політичному контексті України та інших країн (США, Росія, країни ЄС).

3.6. Дослідити вплив дезінформації на рівень довіри до політичних інституцій та демократичних процесів.

3.7. Оцінити роль державних і недержавних акторів у продукуванні та поширенні політичної дезінформації.

3.8. Проаналізувати законодавчі та інституційні механізми протидії дезінформації в Україні та на міжнародному рівні.

3.9. Дослідити діяльність фактчекінгових ініціатив, роль медіаграмотності та журналістських стандартів у протидії дезінформації.

3.10. Розглянути дезінформацію як складову інформаційної та гібридної війни в умовах збройного конфлікту (на прикладі війни в Україні).

4. План роботи

№ з/п	Назва етапу роботи	Термін виконання етапу
1	Консультація з керівником щодо обрання теми роботи	30.09.2024
2	Затвердження теми роботи	12.10.2024
3	Аналіз та підбір літературних джерел для написання роботи	30.11.2024
4	Написання змісту до кваліфікаційної роботи	30.12.2024
5	Написання першого розділу та висновків до нього	30.01.2025
6	Написання другого розділу та висновків до нього	28.02.2025
7	Написання вступу до роботи	15.03.2025
8	Написання висновків до роботи	31.03.2025
9	Оформлення списку використаних джерел	07.04.2025
10	Написання анотації	14.04.2025
11	Фінальні коригування та доопрацювання	17.04.2025
12	Переддипломна практика	21.04.2025-11.05.2025
13	Підготовка доповіді до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	02.05.2025
14	Підготовка презентації до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	07.05.2025
15	Підготовка до виступу на захисті кваліфікаційної роботи	08.05.2025
16	Передзахист кваліфікаційної роботи	09.05.2025
17	Фінальні коригування та доопрацювання після зауважень на передзахисті	12.05.2025 - 23.05.2025
18	Перевірка кваліфікаційної роботи через систему антиплагіат	26.05.2025
19	Захист кваліфікаційної роботи	13.06.2025

5. Дата видачі завдання 30.09.2024

Здобувач вищої освіти _____ Д.С. Олізаренко

Керівниця роботи _____ У.І. Мовчан

ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА
ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ БАКАЛАВРСЬКОЇ РОБОТИ

Направляється студент *Олізаренко Д.С.* до захисту бакалаврської роботи за спеціальністю 052 – політологія на тему: *«Дезінформація в медіа та її вплив на політичні процеси»*

Бакалаврська робота і рецензія додаються.

Декан філософського факультету _____ Карпенко І. В.

Довідка про успішність

Студент *Олізаренко Д.С.* за період навчання на філософському факультеті з 2021 року по 2025 рік повністю виконав навчальний план за спеціальністю з таким розподілом оцінок за національною шкалою:

відмінно – _____%, добре – _____%, задовільно – _____%.

Фахівець 1 категорії
навчального центру організації
освітнього процесу філософського факультету _____ Ревкова Н. Є.

Висновок керівника бакалаврської роботи

Студент *Олізаренко Д.С.* виконав бакалаврську роботу на тему *«Дезінформація в медіа та її вплив на політичні процеси»*, яка присвячена аналізу механізмів поширення дезінформації в медіа та її впливу на політичну стабільність, громадську думку і функціонування демократичних інститутів.

Керівник кандидат політичних наук, доцент кафедри політології
Мовчан У.І.

_____20__ року

Висновок кафедри про бакалаврську роботу

Бакалаврська робота розглянута. Студент *Олізаренко Д.С.* допускається до захисту роботи в Екзаменаційній комісії.

Зав. кафедри політології _____ Фісун О.А.

_____20__ року

ЗМІСТ

ВСТУП 4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНОЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В МЕДІА-СЕРЕДОВИЩІ 10
1.1 Теоретичні засади політичної дезінформації та трансформації медіа-комунікації 10
1.1.1 Концептуалізація феномену дезінформації в сучасному політичному дискурсі 10
1.1.2 Інформаційні трансформації медіа та виклики для політичної комунікації 12
1.2 Вплив політичної дезінформації на демократичні процеси: аналітичний огляд досліджень 16
1.3 Зарубіжні підходи до вивчення політичної дезінформації: теоретико-практичний вимір 19
1.4 Стратегії протидії політичній дезінформації в умовах цифрової трансформації медіа 25
Висновки до розділу 1 27
РОЗДІЛ 2 МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВПЛИВУ ТА ПРОТИДІЇ ПОЛІТИЧНІЙ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ 29
2.1 Основні чинники впливу дезінформації на політичні процеси в глобальному вимірі 29
2.2 Політичні стратегії протидії дезінформації в Європейському Союзі та США 32
2.2.1 Законодавчі ініціативи в ЄС та США у сфері протидії політичній дезінформації 34
2.2.2 Приклади фактчекінгу та незалежних організації в боротьбі з політичною дезінформацією 37
2.2.3 Взаємодія держави, медіа та соціальних мереж у боротьбі з політичною дезінформацією 41
2.3 Вплив дезінформаційних кампаній на виборчі процеси: міжнародний контекст 47
2.3.1 Випадки маніпуляцій, їх масштаби та дані на прикладі виборів у США, Бразилії,Франції 47

2.3.2 Використання ботів, “фабрик тролів” та deepfake у політичних кампаніях 55
2.4 Практики демократичних держав у сфері боротьби з політичною дезінформацією 56
2.4.1 Механізми контролю та протидії політичної дезінформації 57
2.4.2 Роль регулювання соціальних медіа в питаннях політичної дезінформації 60
РОЗДІЛ 3 ПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ І СТРАТЕГІЇ ПРОТИДІЇ 65
3.1. Тенденції дезінформації в українському інформаційно-політичному просторі 65
3.1.1 Зовнішньополітична дезінформація: вплив російської пропаганди та її основні наративи 65
3.1.2 Внутрішньополітична дезінформація: маніпуляції українських політичних сил 68
3.1.3 Ключові теми політичної дезінформації сьогодення: війна, вибори, економічні маніпуляції 71
3.2 Вплив дезінформації на політичні процеси, легітимність влади та демократичну стабільність в Україні 78
3.3 Державна політика та інституційні механізми протидії дезінформації в умовах гібридної війни 81
3.3.1 Державні ініціативи протидії політичній дезінформації на сучасному етапі 81
3.3.2 Міжнародні ініціативи на підтримку політики України в сфері протидії російській дезінформації 86
3.3.3 Законодавчі ініціативи в політичній сфері та санкційні механізми після 2022 року 89
3.3.4 Вплив державної політики на медіапростір, громадську та політичну думку 91
Висновки до розділу 3 94
ВИСНОВКИ 97
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 99
ДОДАТКИ 117

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Політична дезінформація в медіапросторі набуває особливого значення в сучасних умовах інформаційної війни та трансформації глобальних комунікацій. З огляду на повномасштабне вторгнення РФ в Україну, інформаційний простір став ареною активних маніпуляцій, спрямованих на вплив на політичні процеси. Протистояння дезінформаційним кампаніям та аналіз їхніх механізмів набувають критичної актуальності, оскільки ефективна стратегія інформаційної безпеки є важливою складовою державної безпеки та демократичного розвитку суспільства.

Ступінь вивченості теми. У контексті політичної науки, дезінформація в медіа розглядається як ключова складова епохи постправди, коли політична конкуренція дедалі частіше відбувається не за факти, а за інтерпретації, емоційні наративи та вплив на те, як формуються знання в публічному просторі . Це зумовлює дослідницький інтерес не стільки до «чистої» теорії дезінформації, скільки до її медіа-посередництва та політичних ефектів. У постправдівському політико-медійному контексті дослідження (Carlson, M 2009; Lecheler, S, 2016; Hermida, A, 2014; Ekström, M. And Westlund 2019; Fletcher, R, 2014) показують, що цифровізація руйнує елітно-медійний симбіоз, змушує журналістів переосмислювати верифікацію й епістемологію, водночас перетворює соцмережі на арену, де падіння довіри до традиційних ЗМІ, змішування факту з дезінформацією та кураторська роль журналіста безпосередньо впливають на політичну мобілізацію. Сукупно ці роботи показують: аналіз дезінформації через призму постправди потребує політико-медіального підходу, який враховує структуру джерел, механізми легітимації знань та поведінкові наслідки для виборців і публічних інституцій.

Попри наявні ґрунтовні дослідження дезінформації як інструменту політичного впливу (Quandt, T, 2018; McIntyre, L, 2018; Woolley, S, 2019;13, M. Conrad, G. Hálfdanarson, 2023; M. Gregor, P. Mlejnková, 2021; Baeşu V 2023), особливості її застосування в умовах російсько-української війни досі залишаються недостатньо вивченими як у теоретичному, так і в прикладному вимірах.

Наприклад, результати аналізу зарубіжних досліджень (M. Conrad, G. Hálfdanarson, 2023; M. Gregor, P. Mlejnková, 2021; Baeșu V 2023) свідчать про те, що дезінформація в медіа є багатовимірним феноменом, який водночас впливає на політичні процеси, підриває довіру до демократичних інститутів і ускладнює реалізацію фундаментальних прав громадян. Незважаючи на різницю підходів — від політико-соціологічного до безпекового та правового — усі автори підкреслюють необхідність комплексної відповіді, що поєднує правове регулювання, технологічні інструменти, медіаграмотність і дотримання принципів свободи слова.

При цьому важливо розглянути теоретичні засади дезінформації в медіа та механізмам її протидії саме в умовах війни. Так в умовах інформаційної війни роль медіа є надзвичайно важливою, адже через них дезінформація може охоплювати величезну аудиторію за короткий час, що робить її потужним інструментом впливу на суспільство. Оскільки дезінформація є складним і багатогранним явищем, у розділі буде розглянуто теоретичне підґрунтя цього явища, що дозволить чітко визначити, що саме вважається дезінформацією, які її форми існують, та які наслідки вона може мати для суспільства. Важливою частиною цього напрямку є вивчення існуючих механізмів протидії дезінформації, серед яких – медіаграмотність, законодавчі ініціативи, а також міжнародні та локальні інструменти боротьби з маніпуляціями в інформаційному просторі.

Також важливо зосередитись на вивченні впливу дезінформації на політичні процеси взагалі та, зокрема, в Україні. Сучасний політичний ландшафт в Україні характеризується високим рівнем інформаційних маніпуляцій, що значною мірою формує політичну ситуацію в країні. Дезінформація в медіа має безпосередній вплив на політичні процеси, зміщуючи акценти в суспільних дебатах, формуючи спотворене сприйняття реальності серед громадян та підриваючи довіру до державних інститутів. У цьому контексті вивчення того, як саме дезінформація впливає на політичні процеси, є надзвичайно важливим для розуміння сучасних загроз для національної безпеки та стабільності. Аналіз дезінформації в Україні, зокрема в умовах війни, дозволяє розкрити механізми політичного впливу, які можуть призвести до негативних наслідків як на рівні

внутрішньої політики, так і на міжнародній арені.

Отже, дослідження дезінформації в медіа та її впливу на політичні процеси є не лише теоретично важливим, але й надзвичайно актуальним в умовах сьогодення, коли інформаційні технології визначають політичну реальність.

Мета та завдання дослідження. *Метою дослідження* є всебічне вивчення дезінформації як чинника впливу на політичні процеси, з урахуванням її функціонування в медійному середовищі та особливостей прояву в умовах сучасної російсько-української війни.

Для досягнення мети дослідження визначені наступні *завдання*:

Дослідити теоретичні засади політичної дезінформації та трансформаційні зміни в сфері медіа-комунікації.

- проаналізувати вплив дезінформації на демократичні процеси через огляд ключових наукових підходів;
- окреслити зарубіжні підходи до вивчення політичної дезінформації у контексті поєднання теорії та практики;
- розглянути основні стратегії протидії політичній дезінформації в умовах цифрової еволюції медіа-середовища;
- визначити чинники, що зумовлюють вплив дезінформації на політичні процеси в глобальному контексті;
- оцінити політичні стратегії боротьби з дезінформацією, які реалізуються в країнах Європейського Союзу та США;
- проаналізувати дезінформаційні кампанії та їхній вплив на виборчі процеси у світовій практиці;
- узагальнити практичний досвід демократичних держав у сфері протидії політичній дезінформації;

- дослідити тенденції поширення дезінформації в українському інформаційно-політичному просторі;
- оцінити вплив дезінформації на політичні процеси в Україні, зокрема на легітимність інститутів влади та стабільність демократії;
- проаналізувати державну політику України та інституційні механізми протидії дезінформації в умовах гібридної війни.

Об'єкт дослідження – процеси впливу дезінформації на політичні процеси як в світі, так і зокрема в Україні, в умовах війни та інформаційних маніпуляцій.

Предмет дослідження – механізми поширення дезінформації, зокрема через медіа та соціальні мережі, її вплив на громадську думку та політичні рішення, а також підходи щодо протидії цьому явищу.

Методи дослідження. Методологічна основа дослідження спирається на міждисциплінарний підхід, характерний для сучасної політичної науки, зокрема в межах досліджень інформаційної політики, політичної комунікації та феномену постправди. В роботі використано теорії медіа-впливу, інформаційної маніпуляції та соціальних комунікацій у поєднанні з концептуальними засадами політичного процесу й легітимації влади. Застосовано контент-аналіз як метод політичної інтерпретації медійного дискурсу (розділи 1 і 3), порівняльний аналіз державних стратегій протидії дезінформації (розділ 2), кейс-стаді для розгляду українського контексту в умовах війни (розділ 3), а також елементи дискурсивного аналізу з метою ідентифікації політичних наративів у дезінформаційних кампаніях. Соціологічні методи, зокрема аналіз емпіричних даних опитувань і вторинної інформації, використовуються для оцінки впливу дезінформації на громадську думку, політичну участь та легітимність інститутів. Комплексність підходу забезпечує цілісне розуміння взаємозв'язку між дезінформацією в медіа та політичними процесами в Україні та світі.

Теоретичною основою дослідження є сукупність положень теорії політичної комунікації, теорії інформаційного впливу, маніпуляції та постправди, які дозволяють проаналізувати механізми формування громадської думки, легітимації влади та трансформації політичної поведінки під впливом

дезінформаційних стратегій у медіа. Такий підхід дає змогу розглядати медіа не лише як канал передачі інформації, а як активного актора політичного процесу.

Емпіричну базу дослідження становлять результати контент-аналізу новинного та соціального медіа-дискурсу, матеріали наукових публікацій і міжнародних досліджень з питань дезінформації, а також соціологічні опитування, що відображають рівень довіри до медіа, сприйняття політичної інформації та реакції громадян на інформаційні виклики. Ці джерела дозволяють здійснити комплексну оцінку впливу дезінформації на політичні процеси як у світовому, так і в українському контексті.

Наукова новизна дослідження полягає у міждисциплінарному підході, що аналізує дезінформацію водночас як медіапродукт (журналістські практики, алгоритми, формати контенту) та як політичний інструмент постправди (легітимація владних рішень, вплив на виборчу поведінку). Це дає можливість простежити весь цикл — від виробництва фейків на цифрових платформах до їхнього впливу на громадські настрої та державні рішення в умовах війни, а також порівняти ефективність вітчизняних і зарубіжних стратегій протидії з позицій медіа- та політичних інституцій.

Практичне значення дослідження полягає в розробці рекомендацій для та зацікавлених сторін (наприклад, органів влади, медіа, громадських організацій) щодо боротьби з політичною дезінформацією. Результати дослідження можуть бути використані для розробки політик та законодавчих ініціатив, спрямованих на боротьбу з дезінформацією, створення та впровадження програм медіаграмотності для населення, що зменшує вплив дезінформації, а також для поліпшення співпраці між медіа, урядовими органами та міжнародними партнерами з метою оперативного реагування на випадки дезінформації, а також отримані допоможуть сприятимуть розробці підходів для захисту виборчих процесів та демократичних інститутів від маніпуляцій через медіа та соціальні мережі.

Апробація результатів дослідження. Автор роботи має практичний досвід із досліджуваної проблематики: у сфері телеграм ЗМІ досвід складає більше 5 років. Початок роботи був у регіональних ЗМІ до 2022 року («Київський Двіж», «ОКО», «Україна без Цензури». Після 2022 року отримав

запрошення працювати у міжрегіональній сітці каналів «Труха» в якості молодшого редактора. Після 2 років роботи молодшим редактором отримав пропозицію стати випускаючим шеф-редактором в каналах Times of Ukraine. Має практичний досвід роботи у традиційних ЗМІ, таких як «1+1» та телеканал «Simon».

Структура та обсяг дослідження. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатку. Робота містить 8 рисунків та 11 таблиць, 133 використаних джерела. Загальний обсяг проекту – 132 сторінки (з них основна частина – 95 сторінок).

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ АНАЛІЗУ ПОЛІТИЧНОЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В МЕДІА-СЕРЕДОВИЩІ

1.1 Теоретичні засади політичної дезінформації та трансформації медіа-комунікації

1.1.1 Концептуалізація феномену дезінформації в сучасному політичному дискурсі

Дезінформація є складним та багаторівневим феноменом, що охоплює сфери політики, медіа, міжнародних відносин і навіть економіки. У XXI столітті вона стала потужним інструментом маніпуляції громадською думкою, впливу на виборчі процеси, а також ключовим компонентом інформаційних війн. Важливо розуміти не лише механізми поширення дезінформації, а й теоретичні основи її функціонування, що дозволяє оцінити ризики та розробити ефективні стратегії протидії (Joshua A 2018; W. Bennett).

У наукових дослідженнях дезінформація класифікується за кількома параметрами (Carlos Diaz Ruiz, 2023; Edda Humprecht 2020):

1. За характером впливу:

- політична (маніпуляція виборцями, дискредитація опонентів) (Jonáš Syrovátka 2018);

- економічна (фінансові махінації, біржові спекуляції) (José J. M. Grangeiro, 2024);

- соціальна (створення паніки, розпалювання ворожнечі) (Christina la Cour, 2020).

2. За методами поширення:

- традиційні медіа (телебачення, радіо, преса).

- соціальні мережі (Facebook, Twitter, Telegram) (Alexander Lanoszka, 2019).

- фейки в месенджерах (WhatsApp, Viber, Signal).

Основні типи дезінформації та їхні характеристики (див. табл. 1)

Треба зазначити, що пропаганда є одним із найстаріших методів впливу на суспільну думку. Держави та політичні сили використовують її для контролю над населенням, а також для посилення своєї легітимності або дискредитації опонентів (Alexander Lanoszka, 2019). Пропаганда може бути:

1. Державна – офіційна інформаційна політика урядів (Alberto Olivieri, 2024).

2. Політична – маніпулятивні меседжі партій та лідерів (Joshua A, 2018).

3. Військова – інформаційні операції під час конфліктів (Julia Lemmon).

Також розглянемо таке поняття як інформаційні війни. Інформаційні війни – це цілеспрямовані кампанії, що використовують дезінформацію для послаблення опонентів або маніпуляції суспільною думкою (Alberto Olivieri, 2024). Вони можуть включати:

1. Кібератаки на інформаційні системи (Andrew Dowse, 2024).

2. Запуск фальшивих новин для створення політичної нестабільності (Sascha-Dominik Dov Bachmann, 2023).

3. Маніпуляцію історичними фактами для зміни суспільної пам’яті (Alexandra Sarcinschi, 2024).

В табл. 2 безпосередньо наведені основні методи інформаційної війни

Розглянемо також виборчі маніпуляції та відповідну дезінформацію. Вибори є однією з головних цілей дезінформаційних кампаній. Політики використовують маніпуляції для:

1. Дискредитації опонентів через фальшиві звинувачення (Jonáš Syrovátka, 2023).

2. Підтримки власного іміджу за допомогою фейкових рейтингів (Carlos Diaz Ruiz, 2023).

3. Створення хаосу в інформаційному просторі під час виборчих кампаній(W. Bennett, 2018).

Таким чином, політична дезінформація є важливим елементом сучасних інформаційних війн і виборчих маніпуляцій. Її аналіз дозволяє виявити основні методи впливу та розробити ефективні стратегії боротьби з нею. Подальші дослідження повинні зосереджуватися на протидії дезінформації на рівні

державних структур, ЗМІ та громадянського суспільства.

1.1.2 Інформаційні трансформації медіа та виклики для політичної комунікації

Розглянемо теоретичні засади дезінформації в контексті саме медіа більш детально. Фактично підтверджена інформація є важливим елементом суспільного життя, адже вона має значення як для громадян, так і для функціонування демократичного врядування. Упродовж значної частини XX століття традиційні новинні медіа відігравали ключову роль у забезпеченні доступу до такої інформації, висвітлюючи події локального та глобального масштабу. Журналісти поступово професіоналізувалися, встановлюючи стандарти, методи й мережі джерел, які дозволяли їм формулювати достовірні твердження про знання (Carlson, M, 2009). У сучасну епоху вони адаптували ці практики до можливостей цифрових платформ, наприклад, використовуючи соціальні медіа для пошуку джерел (Lecheler, S., & Kruikemeier 2016; Hermida, A., Lewis, S. C., & Zamith, R. 2014). Завдяки здатності журналістики забезпечувати достовірну публічну інформацію, її вважають одним із найвпливовіших суспільних інститутів, що продукують знання (Ekström, M., & Westlund, O. 2019).

Однак як поступові, так і раптові зміни викликають сумніви щодо ролі журналістики в сучасному суспільстві. Триває поступовий перехід від традиційних медіа до цифрових. З одного боку, це розширило можливості доступу до новин через різні платформи, такі як соціальні мережі та мобільні додатки. З іншого боку, ці зміни підірвали бізнес-моделі традиційних новинних медіа, що призвело до скорочення редакцій і фрагментації аудиторії, ставлячи під питання здатність журналістики й надалі забезпечувати якісну інформацію. У той же час інформаційний ландшафт зазнав ще швидшого впливу через поширення дезінформації, конспірології та "альтернативних фактів". Ці виклики стають особливо актуальними на тлі низької довіри до медіа, що спостерігається в багатьох розвинених країнах (Fletcher, R., & Park, S. 2017.), та свідомих кампаній з дезінформації, які використовують форми комп’ютерної пропаганди

(Woolley, S. C., & Howard, P. N. 2019). Швидке поширення дезінформації (Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. 2018) і пов’язане з цим явище "темної участі" (Quandt, T. 2018) стимулювали обговорення "епохи постправди" (McIntyre, L. 2018).

Ці події створюють нові можливості для наукових досліджень. Основне питання стосується того, як зміни в журналістиці впливають на її методи, практики та твердження про знання. Звідки журналісти отримують свої знання, як формулюють і обґрунтовують свої висновки? Крім того, важливо дослідити, як громадяни сприймають новини та дезінформацію, оцінюють їхню якість і реагують на них. Навички медіаграмотності стають критично важливими, але необхідно розуміти, як їх формувати в умовах цифрової епохи. У відповідь на поширення дезінформації багато організацій і країн досліджують способи створення, обігу та перевірки інформації (Caplan, R., Hanson, L., & Donovan, J. 2018). Розуміння механізмів таких ініціатив, як міжнародні рухи з фактчекінгу (Graves, L. 2016), а також цифрових інструментів для перевірки інформації, є ключовим для адаптації до змін у медіаландшафті (див. табл. 3).

Схематичний рис. 1 ілюструє взаємозв'язки між основними елементами інформаційного середовища:

- традиційна журналістика на вершині, як базовий інститут;

- цифрові платформи і дезінформація — на середньому рівні, як ключові рушії змін;

- проблеми довіри посідають центральне місце, з'єднуючи впливи;

- медіаграмотність і реакція суспільства — на нижньому рівні, як відповідь на виклики.

Рис. 1 показує, як традиційна журналістика поступово взаємодіє з цифровими платформами, породжуючи нові виклики, такі як дезінформація і проблеми довіри, та як суспільство реагує через медіаграмотність і фактчекінгові ініціативи.

Дослідження дезінформації є однією з найактивніше сфер, що розвивається та привертає увагу науковців, політиків, технологів та журналістів. Хоча дезінформація існує давно (Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. 2018), у

сучасному контексті вона стає пов'язаною з такими проблемами, як втрата довіри до медіа та інституцій, загроза виборчим процесам і зростання соціальної поляризації. Дезінформація здатна підривати демократію, водночас залишаючись вигідною бізнес-моделлю через програмну рекламу (Braun, J & Eklund, J. 2019).

При цьому визначемо наступні три ключові аспекти вивчення дезінформації (табл. 1.4):

1. Соціальна інфраструктура і "фейкові новини". В даному випадку пропонується розглядати феномен "фейкових новин" як можливість переосмислення цифрової інфраструктури. Вказується на роль економіки посилань, залученості та трекерної економіки у циркуляції контенту.

2. Фактчекінг та журналістські практики. Аналізується вплив віджета "поділіться фактами" як технологічного інструменту, що підтримує перевірку інформації в алгоритмічно керованих мережах. Цей інструмент посилює роль фактчекерів, але також створює напруженість між технологіями та інституціями.

3. Особисті пізнавальні підходи (когнітивні підходи). Наприклад, як люди обробляють новини через свої соціальні та когнітивні практики, використовуючи поняття "особистого пізнавального підходу". При цьому виділяють три ключові стратегії: вибіркова критичність, прагматична довіра та впевненість у компетентності(див. табл. 4).

Рис. 2 відображає ієрархію ключових аспектів вивчення дезінформації:

1. На першому рівні зображено дезінформацію як центральний виклик.

2. На другому рівні представлені три тематичні напрями: інфраструктура, фактчекінг і когнітивні підходи.

3. Нижній рівень включає наслідки цих феноменів для суспільства та демократії.

Наведемо приклади наслідків феноменів дезінформації для суспільства та демократії:

1. Зниження довіри до медіа та інституцій: люди стають менш схильними довіряти офіційним джерелам інформації, що ускладнює процес ухвалення обґрунтованих рішень.

2. Політична поляризація: поширення фейкових новин може посилити

розкол між різними соціальними чи політичними групами, ускладнюючи суспільний діалог.

3. Підрив виборчих процесів: використання дезінформації для маніпуляції громадською думкою під час виборів може призвести до недовіри до результатів голосування.

4. Зниження громадянської участі: дезінформація може демотивувати людей брати участь у політичних процесах через відчуття безсилля або плутанини.

5. Ерозія демократичних норм: коли значна частина суспільства починає покладатися на недостовірну інформацію, підриваються основи демократичного врядування, такі як свобода слова та відповідальність.

6. Економічні збитки: програмна реклама, що фінансує дезінформацію, може шкодити традиційним медіа та сприяти розвитку недобросовісних бізнес-практик.

7. Зростання соціальної тривоги: постійний потік дезінформації створює відчуття невпевненості та тривожності в суспільстві.

Таким чином, поширення дезінформації у сучасному медіапросторі має серйозні наслідки для довіри суспільства до медіа та демократичних процесів. Журналісти та фактчекінгові організації продовжують адаптувати свої методи для боротьби з цією проблемою. Особисті підходи до сприйняття новин впливають на те, як люди оцінюють достовірність інформації.

1.2 Вплив політичної дезінформації на демократичні процеси: аналітичний огляд досліджень

Дослідження дезінформації у політичному контексті набуває особливого значення у зв'язку зі зростанням її впливу на виборчі процеси, формування громадської думки та управління протестними рухами. Дезінформація стала потужним інструментом як внутрішньої, так і міжнародної політики, що підтверджується численними академічними дослідженнями. Цей підрозділ узагальнює деякі міжнародні та вітчизняні дослідження з цієї тематики, розглядає механізми впливу дезінформації та аналізує роль цифрових платформ у її поширенні.

Ряд наукових робіт доводить, що дезінформація є складовою гібридних

загроз для демократії. В дослідженні (Syrovátka, J. Towards. 2023) розробляє модель впливу дезінформації на вибори, тоді як (Bader, M) аналізується зв'язок між інформаційними маніпуляціями та правами людини. В (Judge, E. F. 2019) досліджується рівень інформаційної нерівності та її наслідки для виборчої інтеграції.

У своєму дослідженні виборів у Німеччині автор підтверджує, що дезінформація безпосередньо впливає на електоральні вподобання виборців, формуючи альтернативні наративи політичної реальності (Zimmermann, F. 2020). В роботі (Mauk, M. 2023) автор розглядає, як виборці, що піддаються впливу дезінформації, змінюють свої переконання щодо чесності виборів, що підриває довіру до демократичних інститутів.

Наприклад, в (Adler, W. T. 2022) демонструється, що дезінформація, що поширюється в США, Бразилії та Франції, впливає на різні електоральні групи з урахуванням соціокультурних особливостей. Автор досліджує, як дезінформація впливає на легітимність виборчих систем та довіру громадян до політичних інститутів.

Ряд досліджень підтверджують, що дезінформація активно використовується для маніпулювання громадською думкою та формування протестних настроїв. В роботі (Pedriza, S. B. 2021) автор аналізує джерела та стратегії дезінформаційних кампаній під час президентських виборів у США 2020 року, показуючи, як соціальні мережі та традиційні ЗМІ працювали у зв'язці для поширення маніпулятивних наративів. За результатами аналізу досліджень визначимо основні методи впливу дезінформації:

1. Поширення фейкових наративів – створення спотвореної реальності щодо виборчих процесів (Zimmermann, F. 2020).

2. Масове використання ботів – автоматизоване поширення дезінформаційного контенту (Carlos Diaz Ruiz, 2023).

3. Таргетована реклама – маніпуляція виборчими групами через персоналізований контент (Krafft P.M., Donovan J, 2020).

4. Дискредитація опонентів – кампанії, спрямовані на підрив довіри до політичних лідерів (Lanoszka A, 2019).

Таким чином. Визначимо основні механізми, що сприяють поширенню

дезінформації:

1. Алгоритмічні фільтри – платформи рекомендують користувачам контент, який підсилює їхні погляди (Carlos Diaz Ruiz, 2023).

2. Автоматизація контенту – використання ботів для маніпуляції популярністю інформації (W. Bennett.2018).

3. Масова дистрибуція через соцмережі – дезінформація поширюється через вірусний ефект (Krafft P.M., Donovan J.2020).

Так, в (Arce, D. 2024) розглядаються стратегії боротьби з дезінформацією, зокрема алгоритмічна модерація та фактчекінг. В роботі (Hernández, A. M. 2021) автор аналізує, як платформи, такі як YouTube, формують суспільне сприйняття політичної реальності через маніпулятивні відеоматеріали.

Аналіз державних стратегій протидії дезінформації показує, що країни використовують різні механізми захисту інформаційного простору. Дослідження Мельник (Мельник Ю. 2023) вказує на важливість міжнародного співробітництва у розробці ефективних підходів до боротьби з фейковими новинами. Васюк (Васюк Н. 2023) акцентує увагу на досвіді державної політики у сфері протидії дезінформації у сфері охорони здоров'я, що має значення не лише у кризових ситуаціях, але й у політичному дискурсі.

У статті (Колісник О. 2021) розглянуто поняття дезінформації, яке використовується у міжособистісному спілкування для позначення конкретного соціально-психологічного феномену у свою чергу припускає опис його специфіки, визначення місця, яке посідає серед інших соціально-психологічних явищ.

Різник (Різник В. А. 2023) розглядає правові аспекти регулювання дезінформації у політичній рекламі, що є важливим фактором впливу на виборців. Використання маніпулятивних тактик у передвиборчих кампаніях, фальшиві соціологічні опитування та тенденційне висвітлення подій є складовими інформаційної боротьби між політичними силами. Це підтверджує необхідність створення законодавчих ініціатив щодо обмеження впливу фейкової інформації в політичному процесі.

Панченко (Bachmann S. 2023) досліджує взаємозв’язок дезінформації із сучасними соціокультурними тенденціями. Інформаційна екосистема, що

формується під впливом цифрових технологій, сприяє поширенню дезінформації через соціальні мережі, блоги та месенджери. Гурківська (Гурківська А. 2023) наголошує на зміщенні меж між правдою та вигаданими фактами, що ускладнює ідентифікацію дезінформаційних кампаній у суспільстві.

Автори досліджень в роботах (Dunayeva L. M. 2022, Géraldine Wuyckens. 2022) аналізують дезінформацію як складову міжнародних конфліктів, особливо в контексті російсько-української війни. Використання пропагандистських наративів у зовнішній політиці, зокрема в інформаційних війнах, сприяє формуванню альтернативних реальностей та легітимізації агресивних дій. Це доводить, що дезінформація є не лише внутрішньополітичним, але й глобальним інструментом боротьби за вплив.

Таким чином, аналіз сучасних академічних досліджень підтверджує, що дезінформація є важливим чинником політичних процесів, особливо у виборчих кампаніях та протестних рухах. Цифрові платформи значно посилюють цей вплив, сприяючи швидкому розповсюдженню маніпулятивного контенту. Подальші дослідження мають бути спрямовані на вдосконалення механізмів боротьби з дезінформацією та розвиток стратегій медіаграмотності серед громадян.

1.3 Зарубіжні підходи до вивчення політичної дезінформації: теоретико-практичний вимір

В рамках теоретико-практичного огляду розглянемо три наукові праці, опубліковані в 2021–2023 рр., пропонують доповнювальні перспективи щодо природи дезінформації, її ролі в політиці та способів протидії (M. Conrad, G. Hálfdanarson, A. Michailidou, Ch. Galpin, N. Pyrhönen. 2023; M. Gregor, P. Mlejnková. 2021; Baeșu V. 2023). Перша з них – колективна монографія «Europe in the Age of Post-Truth Politics: Populism, Disinformation and the Public Sphere» (Palgrave, 2023) – аналізує феномен «політики постправди» в Європі (Baeșu V. 2023). Друга – збірник «Challenging Online Propaganda and Disinformation in the 21st Century» (Palgrave, 2021) – зосереджується на сучасних викликах онлайн-пропаганди та методах її подолання (M. Conrad, G. Hálfdanarson, A.

Michailidou, Ch. Galpin, N. Pyrhönen. 2023). Третя – стаття Валеріу Баєсу «Desinformation and Fundamental Human Rights» (2023) – розглядає проблему дезінформації крізь призму захисту основоположних прав людини. Порівняння підходів авторів цих робіт дає цілісне уявлення про дезінформацію як суспільно-політичний феномен і окреслює практичні кроки для реагування на нього (Baeşu V. 2023).

У монографії під редакцією М. Конрада та ін. (Baeşu V. 2023) дезінформація розглядається як центральна складова «постправдивої» політичної культури, що супроводжує підйом популізму в Європі. Автори описують політику постправди як новий режим політичної комунікації, для якого характерна динамічна взаємодія актора і арени: з одного боку, певний тип популістських акторів (лідерів, партій) цілеспрямовано поширює емоційно забарвлені неправдиві або маніпулятивні наративи; з іншого – сучасна інформаційна арена (цифрові медіа, соціальні мережі) слугує благодатним ґрунтом для швидкого розповсюдження таких повідомлень. Як історичний рубіж появи цієї постправдової ери наводиться референдум щодо Brexit 2016 року, коли безпрецедентна кількість перекрученої інформації вплинула на громадську думку та результат голосування. Показово, що успіх популістських кампаній, насичених дезінформацією, спостерігався майже одночасно й за океаном – на виборах у США 2016 року, де кандидатура Дональда Трампа супроводжувалася явною зневагою до фактів і «альтернативними фактами» у риториці його команди. Такий підхід підкреслює, що дезінформація не просто викривляє окремі факти, а є частиною ширшого зсуву політичної культури, за якого громадські дискусії будуються на емоціях та переконаннях, а не на об’єктивній правді.

Натомість праця (M. Conrad, G. Hálfdanarson, A. Michailidou, Ch. Galpin, N. Pyrhönen. 2023) (збірник під редакцією М.Грегора і П.Млейнкової) підходить до проблеми з боку безпекових студій та медіадосліджень. Автори цієї книги наголошують, що дезінформація та пропаганда еволюціонують разом із розвитком інформаційних технологій. Історично маніпуляція інформацією використовувалася у війнах і політиці віддавна, але інтернет і соціальні мережі спричинили якісно новий виток цієї загрози. Якщо раніше західні демократії

вважали дезінформацію переважно інструментом авторитарних режимів, то після 2014 року – зокрема, на тлі конфлікту в Україні та кампаній впливу в соціальних мережах – стало очевидно, що жодне відкрите суспільство не застраховане від масованих дезінформаційних атак. У збірнику детально аналізуються сучасні тактики онлайн-пропаганди, серед яких виокремлено феномен «відносності правди». Замість прямої переконливості пропагандисти все частіше вдаються до підриву самої ідеї об'єктивної істини – через засилля суперечливої інформації, теорій змови, ярликів на кшталт «фейкових новин» (термін, який, як зауважують автори, часто неправомірно використовується політиками для дискредитації медіа). Цей підхід фокусується на дезінформації як гібридній загрозі, що ставить під удар інформаційну безпеку держав і громадян. Водночас розглядається й протилежна сторона – зусилля демократій протидіяти цьому явищу. У книзі описано технологічні рішення (наприклад, алгоритми штучного інтелекту для виявлення фейків), «пропорційні форенсики» для розслідування інформаційних операцій, інституційні відповіді європейських країн (зокрема правові норми щодо фейкових новин) та ініціативи громадянського суспільства, спрямовані на підвищення стійкості до дезінформації. Таким чином, друге джерело підходить до дезінформації практично: як до конкретної загрози, яку потрібно і можна долати за допомогою комплексних заходів.

Валеріу Баєсу у своїй статті (2023) (Baeșu V. 2023) застосовує третій, правничо-етичний підхід, зосереджуючись на взаємодії дезінформації з правами людини та демократичними стандартами. Він підкреслює, що масштабна присутність дезінформації підриває реалізацію фундаментальних прав, насамперед права на достовірну інформацію та свободу вираження поглядів. Дезінформація спотворює суспільний дискурс і може створювати «хибну публічну сферу», в якій громадяни втрачають орієнтири, а медіа не виконують свою демократичну роль. Автор наголошує на делікатному балансі: реагувати на інформаційні загрози потрібно так, щоб не порушити свободи. Будь-які обмеження поширення контенту повинні здійснюватися лише на законних підставах і в межах необхідності, аби заходи проти дезінформації не перетворилися на цензуру. У статті проаналізовано правові режими втручання держави (репресивний, превентивний тощо) та наголошено, що навіть в умовах

надзвичайного стану не можна свавільно обмежувати свободу слова під приводом боротьби з фейками. Ці висновки підкріплено прикладом Молдови: відсутність чіткої офіційної реакції на «інфодемію» під час надзвичайного стану там ставить питання про можливі зловживання владою. Водночас Баєсу акцентує на європейських стандартах протидії дезінформації. Він цитує документи ЄС, де дезінформація визначена як «очевидно хибна або оманлива інформація, що становить загрозу для демократії та завдає суспільної шкоди», і нагадує, що «законний контент, навіть якщо він потенційно шкодить, захищається свободою вираження і потребує іншого підходу, ніж нелегальний». Серед практичних кроків, схвалених на рівні ЄС і рекомендованих автором, ключове місце посідає підвищення медіаграмотності населення. Зокрема, в Європейській директиві 2018/1808 (рецитал 59) медіаграмотність окреслено як інструмент, покликаний «озброїти громадян критичним мисленням для розрізнення думок і фактів». Баєсу підтримує ці ініціативи, закликаючи до спільних зусиль держави, громадянського суспільства та медіа у просвіті населення, що він розглядає як «ключ до майбутнього демократії» в умовах інформаційних загроз. Таким чином, третє джерело розкриває нормативний вимір проблеми: воно наголошує, що боротьба з дезінформацією має вестися в руслі верховенства права та поваги до прав людини, паралельно зміцнюючи суспільний імунітет через освіту.

Розглянуті роботи, хоч і різняться підходами, сходяться на думці про деструктивний вплив дезінформації на демократичні процеси. Вони одностайно вказують, що систематичне поширення неправдивих відомостей підриває довіру громадян до інститутів, поляризує суспільство та може спричинити викривлені політичні рішення. Водночас кожна праця привносить свої акценти і поняття, релевантні для теми дослїдження.

В (Conrad, G. Hálfdanarson, A. Michailidou, Ch. Galpin, N. Pyrhönen. 2023) запропоновано бачити дезінформацію не ізольовано, а як частину ширшого культурного зсуву. Найрелевантнішими є концепції «інформаційного безладу» та «занепаду правди» (information disorder, truth decay), що описують ситуацію, коли факти втрачають вагу у політиці. Приклади на кшталт Brexit, риторики євроскептиків чи маніпуляцій довкола міграції демонструють, як фейки стають інструментом делегітимації політичних процесів (зокрема, європейської

інтеграції). Важливим є підхід до аналізу через виміри акторів та арен, який дозволяє структурно оцінити, хто генерує дезінформацію і де вона поширюється. Практична цінність цього джерела – у висвітленні контексту: дисертант зможе краще пояснити, чому і як дезінформація впливає на політичні процеси (наприклад, через популістські рухи), і врахувати ці фактори при аналізі українського чи європейського матеріалу.

У виданні (M. Gregor, P. Mlejnková. 2021) найкориснішими є конкретні класифікації та рішення. Наприклад, автори розрізняють традиційну пропаганду і сучасну онлайн-дезінформацію, показуючи, що цілі маніпуляторів лишаються тими самими (вплив на аудиторію), але засоби змінилися радикально з приходом соцмереж. Введено поняття «відносизації правди», щоб описати нинішню стратегію, коли замість нав'язування певної «правди» інформаційні атаки прагнуть посіяти сумнів у самій можливості знайти правду. Книга наводить різновиди сучасної дезінформації: від державних дезінформаційних кампаній (як втручання у вибори чи конфлікти) до екстремістської пропаганди (вербування терористами через інтернет). Окремо аналізується феномен «інфодемії» під час COVID-19 як приклад глобального поширення міфів та паніки. З практичного погляду, це джерело дає дисертантові інструментарій: огляд технологічних підходів (напр. автоматичне виявлення фейків), огляд державних політик в різних країнах (закони проти фейкових новин, регулювання соцмереж) та рекомендації щодо залучення ЗМІ і НУО до протидії. Ці дані можна використати при розробці практичних рекомендацій у дисертації щодо протидії дезінформації в медіа.

Головним внеском джерела (Baeșu V. 2023) є висвітлення етико-правових рамок. Баєсу чітко розмежовує навмисну дезінформацію (свідоме поширення фальшивих фактів для введення в оману) і інші форми хибної інформації (помилки, чутки), адже від цього залежить правова відповідь. Він вводить поняття «інформаційного забруднення» (information pollution) для характеристики середовища, перенасиченого ненадійною інформацією, в якому громадяни позбавлені можливості реалізувати своє право на правду. Одним з ключових концептів є вже згадана «хибна публічна сфера», що виникає, коли медійний простір настільки сповнений дезінформацією, що перестає виконувати

функцію демократичного форуму. Приклади з практики ЄС (Директиви, Кодекс практик щодо дезінформації 2018 р., заходи проти фейків під час виборів) показують, як можна законодавчо та саморегулятивно реагувати на загрозу, не порушуючи свободи слова. Для дисертаційного дослідження ця стаття важлива тим, що наголошує: ефективна боротьба з дезінформацією неможлива без врахування прав людини. Отже, розробляючи рекомендації, здобувач має пам’ятати про міжнародні стандарти (як-от європейські) та потенційні ризики цензури, і передбачити заходи на кшталт просвіти населення, які підвищують стійкість суспільства, не обмежуючи невиправдано свободи.

Зіставлення трьох праць демонструє як спільне ядро висновків, так і відмінності, зумовлені різними кутами зору (див.табл. 5). Всі автори сходяться на тому, що дезінформація – глобальна проблема, тісно пов’язана з популізмом, екстремізмом та кризою довіри в суспільстві. Кожна робота відзначає необхідність комплексної відповіді: поєднання просвіти, технологічних рішень, регуляцій та міждержавної співпраці. Втім, акценти різняться. Європейська монографія робить висновок, що хоча «ера постправди» серйозно зашкодила демократичному дискурсу, демократія не приречена: спостерігається й протидія – від зусиль держорганів до поступового зниження підтримки радикальних популістів у Європі. Збірник 2021 року більш зосереджений на тому, як діяти: він підсумовує успішні підходи різних секторів (урядів, ЗМІ, НУО) у боротьбі з дезінформацією і підкреслює, що проблема «розвивається щоденно», вимагаючи постійного оновлення інструментів. Стаття Баєсу ж застерігає, що у гонитві за правдою не можна втрачати свободу: будь-які заходи мають узгоджуватися з принципами демократії та прав людини. Таким чином, ці три джерела доповнюють одне одного: від теоретичного осмислення та політико-соціального контексту – до практичних механізмів протидії та правових меж їх застосування. Разом вони формують багатовимірне розуміння того, як саме дезінформація впливає на політичні процеси і що з цим робити, що є надзвичайно корисним для дослідження теми дисертації.

Таким чином, всі три розглянуті джерела є надзвичайно корисними у контексті теми даного дослідження. Вони забезпечують широкий теоретико-практичний фундамент: від розуміння того, чому дезінформація стала

визначальним фактором сучасної політики (європейська перспектива постправди), через аналіз того, як вона поширюється і як їй протистояти (комунікаційно-безпековий підхід), до усвідомлення меж і принципів цієї протидії (правозахисний вимір). Такий міждисциплінарний огляд закладає основу для всебічного дослідження проблеми в дипломній роботі та для розробки обґрунтованих рекомендацій щодо мінімізації впливу дезінформації на політичні процеси.

1.4 Стратегії протидії політичній дезінформації в умовах цифрової трансформації медіа

У цьому підрозділі розглядаються різні підходи та стратегії протидії дезінформації в медіа (див.табл. 6).

Розглянемо ці механізми протидії дезінформації в медіа більш детально.

Освіта з медіаграмотності. Існує значна кількість доказів, що навчання медіаграмотності сприяє виявленню неправдивих новин та ненадійних джерел (Monica Bulger and Patrick Davison. 2018; Géraldine Wuyckens. 2022). Проте ефективність кожної програми різниться через різноманітність підходів до навчання. Найкращі програми стимулюють людей контролювати споживання медіа та шукати якісну інформацію, розвиваючи впевненість і відповідальність. Незважаючи на перспективність цього підходу, необхідно зробити багато значних та різноманітних витрат і зусиль, щоб охопити широку аудиторію, особливо тих, хто найбільш вразливий до дезінформації.

Фактчекінг. Перевірка фактів виявилася ефективним інструментом для виправлення хибних переконань щодо конкретних тверджень, особливо для нейтральної аудиторії (Brendan Nyhan, Ethan Porter, Jason Reifler, Thomas Wood. 2019; Thomas Wood and Ethan Porter. 2018). Проте зміни у фактичних переконаннях не завжди ведуть до змін у поведінці або ставленні, як, наприклад, зниження підтримки політиків, які обманюють. Ефективність фактчекінгу також залежить від контекстуальних факторів, таких як формулювання, джерело та спосіб подання інформації. Хоча фактчекінг зазвичай не викликає зворотного ефекту, неправдиві твердження поширюються швидше та дешевше. Технологічні

інновації можуть допомогти покращити баланс.

Маркування контенту в соціальних мережах. Додавання маркерів до неправдивого або ненадійного контенту може зменшити ймовірність його поширення та віру в нього (Gordon Pennycook, Adam Bear, Evan T. Collins, and David G. Rand. 2020; Kevin Aslett. 2022). Найбільш ефективними є великі, помітні та яскраві маркери, тоді як обережні та загальні часто не працюють (рис. А.1 додатокА). Нагадування користувачам про необхідність перевірки точності перед поширенням також є перспективним методом. Різні аудиторії по-різному реагують на маркування, тому ризики залишаються. Основні платформи вже впровадили такі методи, але подальший розвиток вимагає кращого обміну інформацією та нових технологій.

Стратегії протидії повідомленням. Комунікаційні кампанії, спрямовані на залучення людей на емоційному та психологічному рівні, є більш ефективними за одні лише факти (Jacob Davey, Henry Tuck. 2019; Rachel Brown and Laura Livingston. 2019). Орієнтуючись на глибинні почуття та ідеї, ці кампанії можуть вплинути на важкодоступну аудиторію. Успіх таких стратегій залежить від багатьох факторів, включаючи ретельний аналіз аудиторії та використання відповідних меседжів. Це дорогий процес, успіх якого важко виміряти. Перспективні техніки включають передачу поваги, звернення до просоціальних цінностей та надання аудиторії відчуття суб'єктності (див. рис. 6).

Кібербезпека під час виборів та кампанійю Покращення кібербезпеки виборчих кампаній може запобігти зломам та витоку інформації (Brennan Center for Justice. 2019; Erik Brattberg and Tim Maurer. 2018). Хоча існують загальноприйняті базові практики, багато з яких не впроваджуються, їх дотримання могло б суттєво підвищити безпеку. Пріоритезація кібербезпеки є складною задачою для кандидатів, але захист виборчих систем може бути досягнуто за розумні кошти. Однак залишається питання, чи сприйме громадськість ці системи як безпечні.

Управління державою, стримування і підрив. Кібероперації можуть тимчасово зірвати закордонні операції під час виборів, але їх довгостроковий ефект є незначним (Keir Giles.2017; Gabriel Band.2022). Незважаючи на санкції та обвинувальні акти, стратегічного стримування досягнуто не було. Заборони

іноземних платформ можуть зменшити їх доступність, але призведуть до помсти демократичним ЗМІ (див. рис. 7). Превентивні зусилля з просвіти громадськості є найефективнішими, але внутрішня дезінформація залишається більш продуктивною та впливовою.

Видалення несправжніх мереж активів. Видалення неправдивих облікових записів та сторінок з платформ може знизити вплив неавтентичних мереж, але його ефективність важко оцінити (Threat Report: The State of Influence Operations 2017-2020;Camille François and Evelyn Douek. 2021). Дані вказують на те, що видалення може накласти витрати на зловмисників, хоча інвестиції значні. Дослідження показують, що такі мережі не є дуже ефективними для поширення дезінформації, тому видалення може отримати надмірну увагу в дискурсі.

Зменшення збору даних та таргетованої реклами. Захист конфіденційності даних може зменшити ефективність мікротаргетингу, який використовується для політичних переконань (Nathalie Maréchal and Ellery Roberts Biddle. 2020; Balázs Bodó, Natali Helberger, and Claes de Vreese. 2017). Хоча мікротаргетинг є частково ефективним, його можливості часто перебільшуються. Захист конфіденційності знижує його ефективність, але підвищує витрати на політичну діяльність, особливо для активістів і меншин.

Зміна алгоритмів рекомендацій. Алгоритми соціальних медіа посилюють політичну поляризацію, але їх зміна може допомогти (Tarleton Gillespie. 2022; Paul Barrett, Justin Hendrix, and J. Grant Sims. 2021). Проте такі зміни можуть підірвати бізнес-модель платформ. Користувачі могли б прийняти здоровіші алгоритми, але більшість людей, ймовірно, цього не зроблять. Алгоритми є непрозорими, і їх зміна може придушити законний контент.

Таким чином, впровадження різних механізмів протидії дезінформації в медіа вимагає комплексного підходу та значних ресурсів. Ефективність кожного методу залежить від багатьох факторів, включаючи контекст та технологічні інновації.

Висновки до розділу 1

Визначено, що політична дезінформація є важливим елементом сучасних

інформаційних війн і виборчих маніпуляцій. Її аналіз дозволяє виявити основні методи впливу та розробити ефективні стратегії боротьби з нею. Подальші дослідження повинні зосереджуватися на протидії дезінформації на рівні державних структур, ЗМІ та громадянського суспільства.

Дослідження дезінформації показують, що вона негативно впливає на довіру громадян до медіа, політиків та інституцій, а також підриває непорушність виборчих процедур і загострює соціальну роз'єднаність.. Журналістські практики та фактчекінгові організації мають ключову роль у боротьбі з дезінформацією, використовуючи нові технології для перевірки фактів та поширення достовірної інформації. Зміни в медіапросторі та поява структурованої журналістики впливають на ефективність цих методів. Особисті пізнавальні підходи є важливими для розуміння того, як люди сприймають новини та оцінюють їхню достовірність. Комплексне застосування технологічних інновацій та особистісних стратегій забезпечує більш результативну боротьбу з дезінформацією, підкріплюючи демократичні засади.

Актуальні дослідження підтверджують, що дезінформація є поліфункціональним явищем, яке використовується як інструмент політичної боротьби, маніпуляції громадською думкою та міжнародної конкуренції. Вона впливає на виборчі процеси, соціокультурні відносини та формує нові методи інформаційних конфліктів.

Успішна протидія дезінформації в медіа потребує багатовекторного підходу. Навчання медіаграмотності є важливим, але потребує значних ресурсів для широкого охоплення. Фактчекінг допомагає виправляти хибні переконання, але його ефективність залежить від контексту. Маркування контенту в соціальних мережах може знизити поширення дезінформації, але потребує вдосконалення технологій. Стратегії протидії повідомленням мають бути спрямовані на емоційний рівень аудиторії. Кібербезпека є критично важливою для захисту виборчих процесів, але її реалізація стикається з труднощами. Управління державою та видалення несправжніх мереж активів також є важливими, але їх ефективність важко оцінити. Зменшення збору даних та зміна алгоритмів рекомендацій можуть допомогти, але потребують врахування економічних та технологічних аспектів. Комплексний підхід до цих методів

допоможе ефективно протидіяти дезінформації та підтримувати довіру суспільства до медіа.

РОЗДІЛ 2
МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД ВПЛИВУ ТА ПРОТИДІЇ ПОЛІТИЧНІЙ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

2.1 Основні чинники впливу дезінформації на політичні процеси в глобальному вимірі

Дослідження основних складових впливу дезінформації на політичні процеси проведемо за наступними трьома напрямками (Misinformation poses a bigger threat to democracy than you might think, 2024; Lorenz-Spreen, P., Oswald, L., Lewandowsky, 2023):

1. Вплив дезінформації на виборчі процеси та демократичні інститути.
2. Соціальні та психологічні аспекти сприйняття дезінформації.
3. Стратегії протидії дезінформації в політичному контексті.

Дезінформація є однією з ключових загроз сучасній демократії, яка зумовлена швидким розвитком цифрових технологій та глобалізацією інформаційного простору. У контексті виборчих процесів, дезінформація виступає не лише як інструмент маніпуляції, але і як каталізатор політичної поляризації, підриву довіри до демократичних інститутів та електоральної апатії. Проаналізуємо механізми впливу дезінформації на виборчі процеси, оцінимо їх наслідки для демократичних інститутів та розглянемо можливі шляхи протидії (див. табл. 7).

Перший механізми впливу дезінформації, це формування викривлених уявлень серед виборців. Основним інструментом дезінформації є маніпуляція інформаційним простором через створення і поширення неправдивих або напівправдивих відомостей. Серед ключових аспектів цього механізму можна виділити:

1. Емоційний вплив: Дезінформація часто апелює до емоцій виборців, спрямовуючи їхню увагу на провокативні або скандальні теми.

2. Дискредитація опонентів: Створення фейкових історій або використання "брудних технологій" для зниження рейтингу кандидатів чи партій.

3. Стимулювання упереджень: Використання соціальних стереотипів для

формування викривлених уявлень.

Другий механізм, це посилення поляризації суспільства. Дезінформаційні кампанії сприяють посиленню розколу між різними соціальними групами, що ускладнює діалог і досягнення політичного консенсусу. Це досягається:

1. Створенням конфліктних наративів: Використання інформації, яка підсилює розбіжності у поглядах.

2. Інформаційною ізоляцією: Формування "інформаційних бульбашок", у яких люди отримують лише ті дані, що підтверджують їхні існуючі погляди.

Третій механізм, це підрив довіри до демократичних процесів

Дезінформація може створювати враження, що виборчі процеси не є прозорими чи чесними, що підриває довіру громадян до демократії загалом. Основні засоби:

1. Поширення фейкових новин про фальсифікації: Неправдиві заяви про порушення під час виборів.

2. Делегітимізація виборчих комісій та органів влади: Використання неправдивої інформації для зниження авторитету відповідальних установ.

Наступний механізм, це алгоритмічне підсилення дезінформації. Цифрові платформи, особливо соціальні мережі, сприяють швидкому поширенню дезінформації завдяки алгоритмам, які пріоритизують емоційно заряджений контент. Це призводить до:

1. Вірусного поширення фейків: Дезінформація стає вірусною завдяки її емоційній привабливості.

2. Автоматизації поширення: Використання ботоферм для масового розповсюдження контенту.

Розглянемо основні наслідки для демократичних інститутів від механізмів впливу дезінформації на виборчі процеси. По-перше, це делегітимізація виборчих процесів. Вибори є основою демократичної системи. Дезінформація підриває їхню легітимність через поширення сумнівів щодо прозорості і чесності виборів. Наслідками є:

1. Зниження явки виборців: Люди відмовляються від участі у виборах через недовіру до процесу.

2. Суперечки щодо результатів: Зростання кількості оскаржень результатів виборів.

По-друге, ерозія громадянського суспільства. Демократичні інститути залежать від активного і свідомого громадянського суспільства. Дезінформація руйнує ці основи через:

1. Поширення апатії: Відсутність віри у здатність впливати на політичні процеси.

2. Дискредитацію громадських організацій: Зниження довіри до незалежних спостерігачів та активістів.

По-третє, сприяння авторитарним тенденціям. Дезінформація часто використовується авторитарними режимами для посилення контролю та дискредитації демократичних цінностей. Це проявляється у:

1. Придушенні свободи слова: Використання фейків для обґрунтування цензури.

2. Посиленні пропаганди: Використання маніпулятивних технологій для утвердження лояльності до режиму.

Основні шляхи протидії дезінформації в даному випадку детально фактично були вже розглянуті в першому розділі.

Щодо соціальних та психологічних аспектів сприйняття дезінформації можна сказати наступне. Люди сприймають дезінформацію через її апеляцію до емоцій, стереотипів і підтвердження існуючих упереджень. Емоційно насичений контент, створений для викликання страху, гніву або співчуття, має більшу ймовірність стати вірусним. Дезінформація також сприяє формуванню "інформаційних бульбашок", які ізолюють аудиторію в односторонніх наративах. Це ускладнює критичне мислення, посилює соціальну поляризацію та знижує здатність суспільства до конструктивного діалогу.

З огляду на стратегії протидії дезінформації в політичному контексті зауважимо, що ефективна протидія дезінформації потребує комплексного підходу. Першочергове значення має розвиток медіаграмотності, щоб громадяни могли розпізнавати неправдиву інформацію. Важливу роль відіграють регулювання цифрових платформ, прозорість їх алгоритмів і модерація контенту. Використання інноваційних технологій, таких як штучний інтелект і блокчейн, дозволяє оперативно виявляти фейки та забезпечувати прозорість інформації. На міжнародному рівні потрібна координація зусиль для боротьби з дезінформацією

та запровадження санкцій проти її системних джерел.

Таким чином, дезінформація суттєво впливає на політичні процеси, підриваючи виборчу легітимність, посилюючи соціальну поляризацію та маніпулюючи громадською свідомістю. Її вплив охоплює як демократичні інститути, так і психологічні аспекти суспільства.

2.2 Політичні стратегії протидії дезінформації в Європейському Союзі та США

Упродовж останнього десятиліття проблема дезінформації набула особливої гостроти в Європейському Союзі та США. Події 2014 року – зокрема інформаційна кампанія навколо кризи в Україні – привернули увагу західних демократій до масштабів і наслідків цілеспрямованого поширення неправдивої інформації. Відтоді дезінформація розглядається як загроза національній безпеці, демократичним процесам та суспільній єдності. За результатами опитувань, 60% американців вважають дезінформацію однією з головних проблем США, випереджаючи занепокоєння навіть щодо безпеки кордонів чи тероризму (Бурдяк П. 2024). Європейські інституції також наголошують, що потік неправдивих чи оманливих відомостей – зокрема з боку іноземних акторів – підриває довіру громадян, розпалює екстремізм та впливає на вибори (Meyers Z. 2022). Тому протягом 2014–2024 рр. в ЄС та США було розроблено низку політик і стратегій для боротьби з дезінформацією: від ухвалення нових законодавчих ініціатив до підтримки незалежного фактчекінгу та співпраці з медіа і соцмережами.

Концептуальна схема основних механізмів поширення дезінформації (фейкові новини, пропаганда та інформаційні маніпуляції через різні канали). Складено автором на основі літератури про дезінформацію.

2.2.1 Законодавчі ініціативи в ЄС та США у сфері протидії політичній дезінформації

У ЄС боротьба з дезінформацією спершу здійснювалася переважно неформальними засобами та через стратегічні комунікації, але поступово

переросла в нормативне регулювання. Вже у березні 2015 року ЄС створив спеціальну групу East StratCom Task Force при Європейській службі зовнішніх дій, мандатом якої стало виявлення і спростування прокремлівської пропаганди (Українська правда, 2016; Narrating Disinformation: The Templates for Kremlin Lies / SCEEUS Report No. 10, 2021). На базі цієї групи запущено проект EUvsDisinfo, що моніторить дезінформаційні наративи. Паралельно Єврокомісія напередодні виборів до Європарламенту 2019 року ініціювала Кодекс практик щодо дезінформації (2018) – добровільну угоду з найбільшими онлайн-платформами (Facebook, Google, Twitter тощо) про саморегуляцію для обмеження поширення фейків EU Code of Practice on Disinformation (2018, strengthened 2022). У межах цього кодексу компанії зобов’язалися демонетизувати сайти, що регулярно публікують фейки, маркувати політичну рекламу, закривати фальшиві акаунти і співпрацювати з фактчекерами. Хоча Кодекс 2018 р. мав добровільний характер, він заклав основу для подальших регуляторних кроків. У грудні 2018 року ЄС ухвалив План дій проти дезінформації, що передбачав створення Системи швидкого оповіщення (Rapid Alert System) для обміну даними про інформаційні загрози між країнами-членами, а також розширення ресурсу EuvsDisinfo (EU Code of Practice on Disinformation (2018, strengthened 2022). Проте ефективність цих заходів була обмеженою через невиконання окремими платформами всіх зобов’язань та брак санкційних механізмів.

Кульмінацією нормативної відповіді ЄС на проблеми інтернет-контенту став Акт про цифрові послуги (Digital Services Act, DSA). Цей регламент, запропонований Єврокомісією у грудні 2020 р. та ухвалений у 2022 р., набув чинності в ЄС у серпні 2023 року (Detector Media. 2024). DSA встановлює єдині правила модерації контенту для онлайн-посередників (соцмереж, пошуковиків, маркетплейсів), з особливими зобов’язаннями для дуже великих платформ з понад 45 млн користувачів. Хоча поширення дезінформації як таке не криміналізоване в ЄС (свобода вираження поглядів захищає навіть помилкові твердження (EU Code of Practice on Disinformation (2018, strengthened 2022), DSA зобов’язує платформи проактивно оцінювати ризики системного поширення шкідливого контенту (в тому числі дезінформації) та вживати заходів для їхнього пом’якшення. Зокрема, передбачено: прозорість алгоритмів та рекламних

систем; надання даних дослідникам для аналізу дезінформаційних трендів; впровадження механізмів пріоритизації достовірної інформації під час криз (так званий “кризовий протокол” DSA) (EU Code of Practice on Disinformation (2018, strengthened 2022); інститут “довірених сповіщувачів” (trusted flaggers), які оперативно повідомляють про фейковий контент; обов’язковий аудит систем модерації великих платформ. За невиконання вимог DSA передбачено штрафи до 6% глобального обороту компанії (Detector Media. 2024). Важливо, що DSA фактично надає правовий “важіль” для раніше добровільних заходів: приміром, оновлений Кодекс щодо дезінформації 2022 р. тепер прив’язаний до DSA – підписанти коду отримують пом’якшення регуляторних вимог, а його невиконання може стати підставою для санкцій. Таким чином, ЄС перейшов від опори лише на саморегуляцію індустрії до співрегуляції та прямого нагляду за платформами з боку регуляторів. Показовим прикладом є розслідування Єврокомісії проти платформи X (Twitter) у 2023 р. щодо поширення незаконного контенту та дезінформації – це продемонструвало готовність застосувати DSA на практиці (Detector Media. 2024). Окремі країни ЄС ще до DSA ухвалювали власні закони: зокрема, Німеччина запровадила Закон про виконання мережевого права (NetzDG, 2017) з вимогою видаляти протизаконні матеріали протягом 24 годин, а Франція у 2018 р. – закон, що дозволяє судам оперативно блокувати завідомо неправдиві повідомлення під час виборчих кампаній. Втім, саме загальноєвропейський підхід DSA нині формується як «золотий стандарт» глобального регулювання дезінформації (Meyers Z.2022), поєднуючи захист свободи слова з відповідальністю онлайн-посередників.

Попри високу амбітність DSA, оцінки його ефективності поки обережні. Оскільки закон щойно почав діяти, експерти вказують на виклики: по-перше, виконання на практиці – чи зможуть техгіганти належно адаптувати алгоритми та ресурси модерації; по-друге, втручання держави у кризових ситуаціях – останньої миті в DSA з’явилася норма про особливі повноваження Єврокомісії під час надзвичайних ситуацій (наприклад, війни), що викликало дискусії про потенційну цензуру (Meyers Z.2022). Баланс між боротьбою з дезінформацією і свободою вираження залишається тонким: в ЄС, де пам’ятають про небезпеку державної цензури, законодавці намагалися виписати норми, спрямовані проти

поведінки (координації інформаційних атак, використання ботів, непрозорої реклами), а не проти змісту як такого. Незаконною є не “брехня”, а конкретні її прояви – наклеп, розпалювання ворожнечі, терористична пропаганда тощо, які вже заборонені законами. Саме на видалення такого незаконного контенту орієнтований DSA (Detector Media. 2024), тоді як протидія дезінформації, що формально не порушує закон, здійснюється методами “м’якого впливу” – зменшення охоплення, позначення спірного матеріалу, підвищення видимості авторитетних джерел.

На відміну від Європи, у США пряма заборона або цензура дезінформації значно обмежена конституційно-правовими гарантіями свободи слова. Перша поправка до Конституції США трактувалася Верховним судом таким чином, що уряд не може обмежувати висловлювання лише через їхню неправдивість або образливість (Бурдяк П, 2024). Прецедентна справа U.S. v. Alvarez (2012) показала, що навіть свідомо неправдиві твердження (як-от хибні заяви про наявність військових нагород) можуть бути захищені, якщо їхнє обмеження не проходить тест “найменш обмежувальних заходів” для досягнення вагомої державної мети (Бурдяк П, 2024). Таким чином, у США не існує загального федерального закону, що прямо криміналізує дезінформацію як явище – законодавчі ініціативи в цій сфері зіштовхуються з ризиком порушити конституційні стандарти (Бурдяк П, 2024). Станом на 2024 р., конгрес так і не досяг консенсусу щодо спеціального закону проти дезінформації (Бурдяк П, 2024).

Втім, це не означає відсутності політик протидії дезінформації. У США діє розгалужена система органів та програм, покликана боротися з окремими аспектами цього явища – насамперед з іноземною пропагандою, втручанням у вибори та дезінформацією з питань охорони здоров’я. Влада спирається на чинні закони та акти у суміжних сферах. Наприклад, ще з 1938 р. діє Закон про реєстрацію іноземних агентів (FARA), за яким медіа, що фінансуються іноземними урядами, повинні реєструватися та позначати свій контент. Саме за цим законом російський телеканал RT у 2017 р. був зобов’язаний зареєструватися як іноземний агент у США, що підвищило прозорість його матеріалів. Після виявлення масштабної російської дезінформації під час виборів

2016 р. Конгрес схвалив у складі бюджету на оборону Акт протидії іноземній пропаганді та дезінформації 2016 (Countering Foreign Propaganda and Disinformation Act). Цей двопартійний закон започаткував Центр глобальної взаємодії (Global Engagement Center, GEC) при Держдепартаменті США – міжвідомчий координаційний орган, покликаний протистояти закордонній пропаганді та дезінформації. Первинно GEC зосереджувався на протидії терористичній пропаганді, але з 2017–2018 рр. його мандат було розширено на боротьбу з державними дезінформаційними кампаніями Росії, Китаю, Ірану та інших акторів (Бурдяк П, 2024). Центр глобальної взаємодії аналізує наративи й тактики дезінформаторів, обмінюється інформацією з союзниками, підтримує партнерські програми медіаграмотності і розвінчування фейків за кордоном (Countering Foreign Propaganda and Disinformation Act). Таким чином, на законодавчому рівні США зробили акцент на протидії зовнішньому впливу, не обмежуючи внутрішній інформаційний простір прямою цензурою.

Іншим напрямом стало виборче законодавство. Після скандалів 2016 року було внесено пропозиції щодо прозорості політичної реклами онлайн (законопроект “Honest Ads Act”, 2017), але його не було ухвалено Конгресом. Частково платформи добровільно запровадили такі заходи – маркування та архіви політичної реклами. Низка штатів прийняли свої закони: скажімо, Каліфорнія в 2018 р. ухвалила закон, що забороняє розповсюдження навмисно неправдивої інформації про процедури голосування напередодні виборів (щоб запобігти дезінформації про місце та час виборів). Також деякі штати (Техас, Каліфорнія) прийняли закони проти діпфейків: за кілька тижнів до виборів заборонено публікувати фальшиві відео із зображенням кандидатів. На федеральному рівні ініціативи щодо діпфейків та маніпулятивних медіа (наприклад, “DEEPFAKES Accountability Act”) поки що перебувають на розгляді.

Попри конституційні обмеження, уряд США розвиває політики “м’якого впливу” на інформаційне середовище. Показово, що у 2023 р. Держдепартамент оголосив про створення міжнародної коаліції демократій для боротьби з дезінформацією іноземних урядів (Detector Media. 2024). Ініціатива, озвучена спецпредставником GEC Джеймсом Рубіном, передбачає спільні стандарти маркування контенту, поширюваного державними медіа недемократичних країн.

Зокрема, планується, що інформація, яка надходить від урядів Китаю, Росії, Ірану, буде чітко позначатися як така, щоб аудиторія знала джерело (Detector Media. 2024). США, Велика Британія, Канада вже підписали рамкову угоду і закликають долучитися інших союзників. Ідея коаліції – не цензурувати контент, а прозоро його маркувати: “Ми не просимо видаляти приховану дезінформацію, а вимагаємо знайти спосіб позначити джерело” – пояснив Рубін (Detector Media. 2024). Цей підхід відображає американський правовий принцип: боротися шляхом додавання правди, а не заборони брехні. Навіть у контексті пандемії COVID-19, коли кількість небезпечних фейків зросла, державні органи США обмежувалися рекомендаціями та контркампаніями, а видаленням відверто шкідливих міфів займалися приватні платформи за власними політиками.

Отже, законодавчі стратегії США фокусуються на протидії іноземній дезінформації та захисті виборів, тоді як ЄС запровадив комплексні правила для самих онлайн-платформ. Європейський підхід можна охарактеризувати як регуляторний та превентивно-прозорий (примус до прозорості і відповідальності технокомпаній), американський – як безпеково-орієнтований і заснований на міжвідомчій координації та співпраці з приватним сектором. В обох випадках закони самі по собі не здатні повністю викорінити дезінформацію – їх доповнюють незалежні суспільні ініціативи, про які йтиметься далі.

2.2.2 Приклади фактчекінгу та незалежних організації в боротьбі з політичною дезінформацією

Одним з ключових компонентів стратегії протидії дезінформації у демократичних суспільствах є незалежна перевірка фактів (фактчекінг) та діяльність громадських організацій, що викривають неправдиві твердження. За останні 5–10 років рух фактчекерів значно зріс у глобальному масштабі: якщо у 2014 р. у світі налічувалось кілька десятків професійних фактчекінгових проєктів, то станом на 2023 р. їх понад 400 у більш ніж 100 країнах (Duke Reporter's Lab). В ЄС та США сформувалася широка екосистема незалежних ініціатив – від медіапроєктів при традиційних ЗМІ до спеціалізованих

неурядових організацій.

PolitiFact – один із найвідоміших американських фактчекінгових проєктів. Заснований у 2007 році при газеті St. Petersburg Times (нині Tampa Bay Times), PolitiFact став піонером фактчек-журналістики з власною шкалою правдивості Truth-O-Meter (від “True” до “Pants on Fire” для кричущої брехні). Вже у 2009 році команда PolitiFact отримала Пулітцерівську премію за висвітлення виборчої кампанії 2008 р., підтвердивши суспільну важливість такої роботи (PolitiFact). За 15 років існування (2007–2022) PolitiFact опублікував понад 22 тисячі фактчеків заяв політиків і медіа (Duke Reporter's Lab). Проєкт задав стандарти прозорості: кожна перевірка містить перелік джерел, на основі яких зроблено висновок, що сприяє довірі аудиторії (Duke Reporter's Lab). Успіх PolitiFact надихнув створення аналогічних ініціатив у світі – від британського FullFact до української VoxCheck. Нині PolitiFact входить до мережі незалежних фактчекерів при Інституті Пойнтера і продовжує викривати неправдиві твердження в американському публічному дискурсі (зокрема, щодо виборів, пандемії, політики тощо).

Іншим провідним американським проєктом є FactCheck.org, започаткований ще 2003 року при Університеті Пенсильванії. Також відомі платформи Snopes.com (працює з 1990-х, спростовуючи інтернет-чутки і міські легенди) та фактчекінгові підрозділи в великих медіа (наприклад, AP Fact Check від Associated Press, фактчек-редакція телеканалу CNN тощо). Під час президенства Дональда Трампа (2017–2021), відомого численними сумнівними чи неправдивими заявами, роль фактчекерів особливо зросла: The Washington Post вела базу “Trump’s false or misleading claims”, зафіксувавши понад 30 тис. випадків за каденцію. Це демонструє масштаби роботи, яка стоїть перед незалежними верифікаторами інформації.

В Європейському Союзі діє мережа як загальноєвропейських, так і національних ініціатив. Офіційним проєктом ЄС з протидії дезінформації є вже згаданий EUvsDisinfo, запущений у 2015 р. East StratCom Task Force. Формально це частина структури ЄС, але формат його роботи – радше інформаційно-аналітичний портал, який функціонує прозоро і відкрито для громадськості, що зближує його з незалежними фактчек-платформами.

EUvsDisinfo ідентифікує та спростовує приклади дезінформації, переважно прокремлівської, у міжнародному медіапросторі. Станом на 2021 рік база даних EUvsDisinfo містила понад 13 000 задокументованих випадків дезінформації різними мовами (Narrating Disinformation: The Templates for Kremlin Lies / SCEEUS Report No. 10, 2021). Кожен випадок супроводжується поясненням, чому твердження неправдиве, та посиланнями на першоджерела. Близько третини кейсів стосуються України – найпоширенішої мішені кремлівської пропаганди (Narrating Disinformation: The Templates for Kremlin Lies / SCEEUS Report No. 10, 2021). Значна увага також до тем ЄС, НАТО, США, де російські наративи прагнуть підірвати єдність Заходу. EUvsDisinfo публікує щотижневі огляди основних фейкових тем, аналітичні статті про методи дезінформаторів, проводить тренінги. Хоча проект фінансується ЄС, він працює на принципах відкритого фактчекінгу – усі кейси доступні онлайн, що дозволяє незалежним дослідникам і медіа використовувати ці дані.

Окрім EUvsDisinfo, в Європі діє багато незалежних фактчек-організацій. Наприклад, Bellingcat – міжнародна розслідувальна спільнота, що прославилася викриттям дезінформації через аналіз відкритих даних (хоча Bellingcat займається більш широким спектром OSINT-розслідувань, їх внесок у спростування фейків про збиття рейсу MH17 чи отруєння Скрипалів неоціненний). В кожній країні ЄС є свої фактчек-проєкти: Correctiv (Німеччина), Maldita.es (Іспанія), Les Décodeurs від Le Monde (Франція), Pagella Politica (Італія) та інші. В Україні з 2014 р. активно діє волонтерський проект StopFake, заснований журналістами та викладачами Києво-Могилянської академії для спростування російських фейків про події в Україні. StopFake став одним із перших у Східній Європі прикладів самоорганізації суспільства проти пропаганди: їхні матеріали перекладаються кількома мовами і поширюються міжнародно.

Фактчекінгові організації не лише публікують викриття, а й співпрацюють з платформами соціальних мереж. Facebook у 2016–2017 рр. започаткував партнерську програму з незалежними фактчекерами (в рамках Інституту Poynter та Міжнародної мережі фактчекінгу, IFCN). Коли користувачі Facebook позначають певний пост як підозрілий або ж алгоритми виявляють вірусний

контент із сумнівними ознаками, цей матеріал передається на перевірку стороннім фактчекерам, як-от PolitiFact, Associated Press, AFP та ін. Якщо фактчекери підтверджують, що інформація фейкова, Facebook маркує та знижує видимість такого посту в стрічці, додаючи посилання на спростування. Аналогічні програми мають Instagram (який входить до Meta), YouTube співпрацює з мережою фактчек-проєктів для висвітлення спростувань у пошуковій видачі, Twitter (до ребрендингу в X) експериментував з функцією Community Notes, де користувачі можуть колективно додавати примітки з перевіркою фактів до сумнівних твітів.

Незалежні організації також виконують освітню та дослідницьку роль. Приміром, Atlantic Council DFRLab (Лабораторія цифрової судової експертизи) займається аналізом дезінформаційних кампаній у різних країнах та тренує урядовців і журналістів розпізнавати дезінформацію. EU DisinfoLab – брюссельська НУО – здійснює розслідування впливових операцій (відомим є їх викриття мережі фейкових “медіа” сайтів по всій Європі, пов’язаних з індійськими структурами, у 2019 р.). Такі організації доповнюють роботу держав, діючи більш гнучко і оперативно.

Важливою перевагою незалежних фактчекерів є відносна довіра суспільства до них (звичайно, серед тієї частини, що взагалі готова сприймати спростування). Їхні публікації часто цитуються ЗМІ, передруковуються в соцмережах. Наприклад, спростування від StopFake або EUvsDisinfo на тему російських фейків про війну в Україні широко розходяться по інформаційному простору, частково нейтралізуючи вплив пропаганди. Водночас, є і проблеми: аудиторія дезінформаційних медіа часто не довіряє фактчекерам, вважаючи їх “частиною системи” або “упередженими”. Прихильники конспірологічних теорій схильні відкидати офіційні спростування, натомість черпати інформацію із закритих груп або альтернативних платформ. Таким чином, ефективність фактчекінгу обмежена його аудиторним ефектом – фактчек читають ті, хто вже налаштований критично, тоді як закоренілих конспірологів він переконує рідко.

Незважаючи на ці виклики, фактчек-рух лишається невід’ємною частиною стратегії протидії дезінформації. Боротьба з фейками – це не лише видалення шкідливого контенту, а й просвітництво суспільства, формування критичного

мислення. У цьому плані показовим є досвід скандинавських країн, особливо Фінляндії. Фінляндія, маючи тривалий досвід протистояння російській інформаційній війні, однією з перших ввела медіаграмотність до шкільної програми (ще з 2014–2015 рр.) і послідовно реалізує національну стратегію підвищення стійкості до дезінформації (Finnish youth taught how to spot disinformation (by AFP). – VOA News, 24.12.2024). За даними індексу медіаграмотності, з 2017 р. Фінляндія посідає 1-е місце в Європі за рівнем критичного сприйняття інформації (Finnish youth taught how to spot disinformation (by AFP). – VOA News, 24.12.2024). Це свідчить, що довгострокові інвестиції у просвіту громадян дають плоди: молодь здатна розпізнавати "вкид", розуміє, хто може стояти за тим чи іншим повідомленням, і не довіряє сумнівним джерелам. Отже, незалежні ініціативи – від фактчек-проєктів до освітніх програм – є другим стовпом протидії дезінформації поряд з державною політикою.

2.2.3 Взаємодія держави, медіа та соціальних мереж у боротьбі з політичною дезінформацією

Стратегія протидії дезінформації є багатокомпонентною, і її успіх значною мірою залежить від координації між урядовими структурами, традиційними медіа та онлайн-платформами. У період 2014–2024 рр. в ЄС та США склався унікальний досвід такої взаємодії – зі своїми досягненнями і проблемами.

Європейський підхід. В ЄС співпраця держави і приватного сектору в питаннях інформаційної політики відбувається як на наднаціональному, так і на національному рівнях. Єврокомісія з 2018 р. регулярно залучає найбільші ІТ-компанії до діалогу: в рамках розробки Кодексу практик відбувалися галузеві зустрічі, де чиновники повідомляли про свої занепокоєння щодо тих чи інших видів дезінформації, а представники соцмереж звітували про вжиті заходи (Бурдяк П, 2024). Такий формат продовжився і після впровадження Кодексу: платформи погодилися надавати ЄС щомісячні звіти про викриті кампанії дезінформації (особливо під час виборів 2019 р. та "інфодемії" 2020 р.). Згодом, під час пандемії COVID-19, Єврокомісія створила окрему групу з протидії COVID-дезінформації за участі ВООЗ, урядів та соцмереж, що виробляла

рекомендації щодо модерації небезпечного медичного контенту. У 2022 р., з початком повномасштабної війни РФ проти України, співпраця набрала безпрецедентних обертів: ЄС фактично рекомендував платформам заблокувати акаунти російських державних ЗМІ (RT, Sputnik) на території Союзу, що ті й зробили. Хоча цей крок можна розглядати як цензурний, його підтримали всі 27 країн ЄС як винятковий захід проти воєнної пропаганди.

Важливу роль відіграють традиційні медіа: вони не лише транслюють спростування, але й часто самі виступають ініціаторами розслідувань. Приміром, авторитетні європейські газети (The Guardian, Le Monde, El Pais тощо) створили власні рубрики фактчекінгу і розвінчування міфів. Суспільні мовники (BBC, Deutsche Welle, France24) запускають спеціальні проєкти для боротьби з дезінформацією, зокрема й на міжнародну аудиторію (російськомовну, арабомовну). BBC Reality Check – сегмент новин, присвячений перевірці сумнівних тверджень, – став прототипом для інших країн. Медіа також співпрацюють між собою у міжнаціональних ініціативах: під час виборів до Європарламенту 2019 року понад 20 європейських редакцій об’єдналися в проект FactCheckEU, щоб спільно відстежувати фейки, що циркулювали різними мовами. Така горизонтальна кооперація посилює спроможність відповідати на транснаціональні інформаційні загрози.

Американський підхід. У США взаємодія уряду і соцмереж довгий час носила неформальний характер: до 2016 р. основними темами комунікації були боротьба з дитячою порнографією та тероризмом онлайн (Бурдяк П. 2024). Після втручання РФ у вибори 2016 р. ситуація змінилася. Урядові відомства – передусім ФБР та Департамент внутрішньої безпеки (DHS) – налагодили регулярні консультації з провідними соцмережами перед виборами 2018 та 2020 років (Бурдяк П. 2024) . Метою було спільно виявляти фіктивні акаунти, сторінки та групи, створені іноземними агентами для маніпуляції суспільною думкою. ФБР попереджало Facebook, Twitter про підозрілі дії, платформи зі свого боку ділилися загальною інформацією про активність, яка могла бути пов’язана з іноземними впливами. Така співпраця дала результати: наприклад, у 2018 р. Facebook і Twitter спільно видалили сотні акаунтів, пов’язаних з “Агентством інтернет-досліджень” (російською “фабрикою тролів”), саме на основі урядових

розвідданих. Під час виборів 2020 р. платформи отримували від DHS та агентств кібербезпеки дані про спроби зламу виборчої інфраструктури та кампанії дезінформації, що дало змогу вчасно позначати сумнівний контент (наприклад, Twitter активно маркував твітти з фейками про фальсифікації на виборах).

Однак у США така взаємодія наштовхнулася на політичну поляризацію. Різні політичні сили по-різному оцінюють ступінь співпраці уряду з соцмережами. Прихильники Демократів загалом підтримують активну модерацію і вважають, що платформи мають рішучіше видаляти шкідливий контент (антивакцинаторські заклики, теорії змови тощо) (Бурдяк П. 2024). Прихильники Республіканців, навпаки, звинувачують соцмережі та владу у цензурі консервативних голосів і надмірному тиску на свободу слова (Бурдяк П. 2024). Як влучно зауважила колишня директорка публічної політики Facebook Кеті Гарбат, в очах різних сторін “для демократів ми видаляли замало контенту, а для республіканців – забагато” (Бурдяк П. 2024). Цей конфлікт вилився у правову площину: у травні 2022 р. генеральні прокурори штатів Міссурі та Луїзіани (республіканці) подали позов проти адміністрації Джо Байдена, звинувативши посадовців у “неконституційному тиску” на компанії соцмедіа з метою цензурування певних поглядів. Позов Missouri v. Biden стверджував, що уряд, співпрацюючи з платформами задля видалення дезінформації про COVID-19 та вибори, порушив Першу поправку, оскільки фактично примушував приватні компанії обмежувати контент консерваторів (Бурдяк П. 2024). Серед позивачів були активісти, чиї пости про неефективність масок або фальсифікацію виборів видалялися за порушення політик соцмереж. Ця справа спричинила прецедент: в липні 2023 р. федеральний суддя видав тимчасову судову заборону, яка обмежила право низки державних органів (у т.ч. Білого дому, CDC, ФБР) комунікувати з соцмережами щодо модерації контенту. У вересні 2023 Апеляційний суд залишив заборону в силі (звузивши коло суб’єктів до кількох агентств). Фактично це тимчасово заморозило взаємодію: за повідомленнями, після рішення суду адміністрація не могла передавати в Meta інформацію навіть про іноземні інформаційні операції або кіберзагрози для виборів (Бурдяк П. 2024). Цей випадок підсвітив дилему: як уряду США протидіяти дезінформації, не переступаючи межу між співпрацею і тиском. Наразі справа очікує остаточного

вирішення (можливо, у Верховному суді), а чиновники обережні у контактах з платформами, щоб не виглядати цензорами.

Роль медіа і суспільства. Традиційні медіа в США виконують функцію “сторожового пса” як щодо влади, так і щодо корпорацій. Журналісти-розслідувачі не раз викривали недостатні зусилля платформ: так, у 2018 р. New York Times опублікувала розгорнутий матеріал про те, як Facebook повільно реагував на російське втручання 2016 р., ставлячи репутацію понад безпеку виборів. Громадянське суспільство також чинить тиск: правозахисні організації (напр. Electronic Frontier Foundation) уважно стежать, щоб під прапором боротьби з дезінформацією не придушувалася законна критика чи меншинні думки. Баланс потребує відкритості: коли соцмережі звітують про видалення “координованих нечистих операцій” (CIB), вони публікують детальні звіти, де вказують, які групи, з яким наративом, з якої країни діяли – це підвищує довіру до таких дій.

Координація між різними акторами проявляється і у спільних інформаційних кампаніях. Наприклад, під час пандемії урядові агентства (CDC, Офіс Генерального хірурга) у співпраці з платформами запускали ініціативу “Get the Facts” – серію банерів і повідомлень у соцмережах з перевіреною інформацією про вакцини, які бачила широка аудиторія (Бурдяк П. 2024). В Європі Єврокомісія спільно з ВООЗ та ЮНІСЕФ реалізували кампанію проти вакцинних міфів, що транслювалася на телебаченні та онлайн. Такі зусилля націлені “перекрити” шум дезінформації правдивими повідомленнями.

Втім, державі та медіа доводиться рахуватися з тим, що дезінформація нерідко має коріння всередині самого суспільства. У США особливо гостро це проявилося в русі QAnon та виборчих змовах: частина політиків і каналів новин (наприклад, деякі ведучі на Fox News) поширювали непідтверджені теорії, які потім підхоплювались соцмережами. У Європі теж буває, що крайні партії або популістські медіа поширюють дезінформацію (про мігрантів, про ЄС тощо). В таких ситуаціях уряд не може прямо змусити їх замовкнути через свободу слова, тож робиться ставка на контраргументи і підтримку відповідальної журналістики. Наприклад, у Німеччині під час міграційної кризи 2015–2016 рр. основні медіагрупи узгодили стандарти подачі інформації, щоб не потурати

паніці та ксенофобським фейкам – це приклад саморегуляції медіа спільно з державними закликами до відповідальності.

Успішні та провальні кейси. За останні роки накопичилося чимало прикладів, які дозволяють оцінити ефективність стратегій. Серед успішних кейсів можна назвати:

1. Президентські вибори у Франції 2017 р.: напередодні другого туру було злито підроблені документи (так званий “Macron leaks”) з метою дискредитувати проєвропейського кандидата Емманюеля Макрона. Французька влада, медіа і соцмережі відреагували блискавично: виборча комісія попередила про кримінальну відповідальність за поширення злитої інформації, провідні медіа відмовилися публікувати неперевірені дані, а Facebook видалив десятки фейкових акаунтів російського походження, що поширювали хештег #MacronLeaks. У результаті ця дезінформаційна кампанія не вплинула на вибір виборців, і її вважають прикладом вчасної протидії.

2. Вакцинальна кампанія 2021–2022 рр.: хоча фейки про COVID-19 були масовими, координація ВООЗ, урядів та соцмереж дала частковий результат. YouTube видалив тисячі відео з неправдивими порадами “лікування” COVID, Twitter впровадив маркування для повідомлень із дезінформацією про коронавірус. Це, разом із активним науково-медичним роз’ясненням у медіа, допомогло довести рівень вакцинації населення в Європі до 70% попри шалений опір антивакцинаторів онлайн. Хоч повністю спростувати міфи не вдалося, але авторитетні джерела змогли більш-менш донести свою позицію до більшості громадян.

3. Протидія кремлівській пропаганді після 24.02.2022: як уже згадувалось, ЄС запровадив безпрецедентні заходи – блокування RT та Sputnik. Також Meta (Facebook) позначила всі сторінки, пов’язані з державними ЗМІ РФ, спеціальними ярликами, а Google News перестав індексувати ці джерела в Європі. Одночасно Україна і західні країни розгорнули активну інформаційну кампанію правди про війну. У результаті в країнах ЄС підтримка українського наративу дуже висока, а російські дезінформаційні меседжі (“нацисти в Україні”, “біолабораторії США” тощо) маргіналізовані у серйозному дискурсі (Detector Media, 2024). Це свідчить про ефективність комплексного підходу: коли і

держава ввела чіткі обмеження, і медіа зайняли проактивну позицію.

Водночас є і провали або спірні випадки (Meyer R. 2018; Pamment J, 2020; Adair B, 2023):

1. Президентські вибори США 2016 р.: заднім числом очевидно, що ні уряд, ні соцмережі не були готові до масштабів іноземної дезінформації. Понад 126 млн американців потенційно побачили контент від російських “тролів” у Facebook, фейки поширювались вірусно. Платформи визнали, що тоді недооцінили загрозу. Цей кейс вважається поворотним пунктом, після якого всі зацікавлені сторони почали діяти активніше.

2. Рух QAnon і штурм Капітолію 6 січня 2021 р.: ця змова зародилася на анонімних форумах і соцмережах, її підживлювали дезінформаційні відео на YouTube та пости в Facebook. Попри попередження експертів, платформи лише в кінці 2020 р. почали масово банити акаунти QAnon. До того моменту теорії змови проникли навіть в Конгрес. Штурм Капітолію став трагічним доказом, що онлайн-дезінформація може мати реальні наслідки, і реакція на неї була запізнілою. Після цих подій Twitter і Facebook заблокували аккаунт самого президента Трампа – крок безпрецедентний і досі дискусійний з огляду на свободу слова.

3. Інфодемія в Східній Європі: країни Балкан, Центральної Європи стикнулися з сильними антивакцинаторськими та проросійськими наративами. Наприклад, в Болгарії рівень вакцинації лишився одним з найнижчих в Європі (~30%), багато в чому через недовіру до влади та поширеність дезінформації. Тут заходи ЄС наштовхуються на внутрішні проблеми: якщо уряд країни не має довіри громадян, ні Євросоюз, ні соцмережі не зможуть повністю компенсувати це фактчекінгом чи видаленням контенту. Це демонструє, що боротьба з дезінформацією тісно пов’язана з питаннями якості державного управління і рівня освіти.

У підсумку, і ЄС, і США ще продовжують шукати оптимальний баланс у протидії дезінформації. Ця проблема залишається актуальною і вимагає адаптивних стратегій, адже дезінформатори теж освоюють нові технології (deepfake-відео, генеративний штучний інтелект для фабрикації текстів тощо). Майбутні політики й стратегії, ймовірно, приділятимуть більше уваги штучному

інтелекту – як загрозам (автоматизація створення фейків), так і можливостям (AI для фактчекінгу, виявлення координації ботів). Також акцент зміщуватиметься на підвищення стійкості аудиторії: медіаграмотність, критичне мислення, побудову довіри до надійних джерел. Вже зараз зрозуміло, що успіх у боротьбі з дезінформацією залежить від цілісного підходу: закон + технології + просвіта + відповідальна журналістика + міжнародна співпраця. Досвід останнього десятиліття дав важливі уроки і створив фундамент, на якому можна будувати нові, ще ефективніші механізми захисту інформаційного простору демократій.

2.3 Вплив дезінформаційних кампаній на виборчі процеси: міжнародний контекст

2.3.1 Випадки маніпуляцій, їх масштаби та дані на прикладі виборів у США, Бразилії, Франції

Дезінформаційні кампанії стали вагомим фактором впливу на вибори навіть у сталих демократіях. У США, Бразилії та Франції останні виборчі цикли продемонстрували різні масштаби та методи маніпуляцій, а також їх наслідки для суспільства і політичних процесів. Аналіз випадків у цих країнах дозволяє порівняти обсяги дезінформації, основні канали поширення та ефекти на виборців.

В першу чергу розглянемо США: вибори 2016 року. Президентська кампанія 2016 року в США стала поворотною точкою, коли соціальні мережі заповнили цілеспрямовано неправдиві повідомлення (“fake news”). Класичний приклад – теорія змови «Pizzagate» (неправдиве твердження про причетність кандидатки Гілларі Клінтон до мережі педофілів), що поширювалась онлайн і врешті спонукала озброєну особу здійснити напад на піцерію. Інший гучний фейк стверджував, ніби 3 мільйони нелегальних іммігрантів проголосували на виборах – цей міф, поширений прокремлівськими тролями, навіть підхоплювався деякими політиками (Study: Twitter bots played disproportionate role spreading misinformation during 2016 election). Дослідження засвідчили, що значна частина дезінформації походила від російських “фабрик тролів” (наприклад, сумнозвісне Агентство Інтернет-досліджень, IRA) та автоматизованих акаунтів. Так, російські

пропагандистські сторінки у Facebook могли охопити до 126 мільйонів американців (Denton A, 2023), поширюючи поляризуючий контент та підриваючи довіру виборців. Крім іноземного втручання, процвітали і внутрішні дезінформаційні сайти, що публікували сенсаційні вигадки для прибутку або політичної вигоди.

Після виборів 2016 р. експерти проаналізували обсяги фейкових новин і дійшли тривожних висновків. Соціальні мережі стали важливим джерелом новин для значної меншості виборців (14% американців назвали їх основним джерелом) (Allcott H., Gentzkow M. 2021). Лише за останні 3 місяці кампанії 2016 р. фейкові новини на підтримку Дональда Трампа у Facebook були поширені приблизно 30 млн разів, тоді як фейки на підтримку Гілларі Клінтон – близько 8 млн разів. В середньому кожен американець побачив близько однієї (або кількох) неправдивих історій в період виборів, причому понад половина тих, хто їх бачив, повірили у ці фейки. Поширення дезінформації було явно асиметричним і підсилювалося “інформаційними бульбашками”: люди значно частіше вірили новинам, що відповідали їх політичним уподобанням, особливо якщо їхнє коло спілкування в мережі однорідне за поглядами (Allcott H., Gentzkow M. 2021). Окремі дослідження виявили, що в критичних штатах рівень «джанку» (низькоякісних політичних новин) в соцмережах зрівнявся з рівнем професійних новин. Зокрема, в штаті Мічиган у дні перед голосуванням 2016 року кількість поширень “junk news” у Twitter була такою ж, як і професійних новин (Electronic Source \ What Are French Voters Sharing Over Twitter In Round Two?) Велику роль у накручуванні популярності фейків відіграли боти: лише 6% акаунтів у Twitter (ідентифікованих як боти) згенерували 31% усіх повідомлень із недостовірних джерел під час виборів. Ці автоматизовані мережі швидко тиражували неправдиві історії, створюючи ілюзію масової підтримки і примушуючи реальних користувачів несвідомо підхоплювати дезінформацію (Electronic Source \ Study: Twitter bots played disproportionate role spreading misinformation during 2016 election).

За оцінками, масштаб дезінформації у 2016 році не мав прецеденту в попередніх американських виборах. У 2012 р. соціальні мережі ще не були настільки впливовими, і організовані кампанії дезінформації майже не

фіксувалися. Різке зростання відбулося в 2016-му, що спонукало платформи та суспільство реагувати. Цікаво, що вже під час проміжних виборів 2018 р. показники споживання фейкових новин суттєво знизилися: частка американців, які відвідували сайти-фейки, впала на 75% порівняно з 2016 роком. Дослідники відзначають, що завдяки зусиллям Facebook після 2016-го частота взаємодії користувачів з відомими дезінформаційними сайтами на платформі скоротилася більш ніж удвічі (Lyons T. 2018). Отже, після шоку 2016 року розгорнулися заходи протидії, які дещо обмежили вплив фейків на наступні вибори (детально розглянуто у розд. 2 і 3). Водночас на виборах 2020 р. проблема дезінформації не зникла, а змінила форму: основними дезінформаторами стали внутрішні джерела (наприклад, численні неправдиві заяви про фальсифікації виборів). Це призвело до нових викликів, коли сам чинний президент поширював недостовірні твердження, і платформи змушені були маркувати або обмежувати такий контент (Electronic Source \ Twitter flagged Donald Trump's tweets with election misinformation: They continued to spread both on and off the platform). У підсумку випадок США продемонстрував, що дезінформація може суттєво поляризувати суспільство, підірвати довіру до ЗМІ та виборчих інституцій, а можливо, і вплинути на результат в умовах незначного розриву голосів.

Маніпуляції 2016 року мали широкий резонанс: розвідувальні служби США офіційно підтвердили іноземне втручання у вибори. Суспільна дискусія сфокусувалася на проблемі «fake news», цьому терміну було навіть присвоєно статус «слова року» за версією Collins Dictionary у 2017-му. Довіра до медіа знизилася, а політичний дискурс ще більше радикалізувався. Вибори 2016-го стали уроком, після якого технологічні компанії почали політику протидії фейкам, а виборці – більш скептично ставитися до неперевірених сенсацій (що, однак, не усунуло проблему повністю). Американський приклад також виявив нову загрозу – скоординовані кампанії в соцмережах – яка проявилася і в інших демократіях.

Наступним прикладом розглянемо вибори в Бразилії 2018 року. Вибори президента Бразилії у 2018 році увійшли в історію масованим використанням дезінформації, особливо через месенджери. Ключовим каналом стала не стільки відкрита соціальна мережа, скільки WhatsApp – надзвичайно популярний у

Бразилії додаток, яким користується понад 90% власників смартфонів (Silveira P., Gancho C, 2020).

На відміну від публічних платформ, закриті групи WhatsApp виявилися важко контрольованими й ідеально підходили для прихованого поширення фейків. У ході кампанії 2018 р. простежувалися скоординовані вкиди неправдивих повідомлень на підтримку кандидата Жаіра Болсонару та дискредитацію його опонентів. Один з найбільш резонансних фейків стосувався так званого «kit gay» – нібито набору з просування гомосексуалізму в школах, який опонент Болсонару Фернандо Аддад начебто поширював серед дітей, коли був міністром освіти. Ця історія була повністю спотворена: насправді йшлося про освітню програму проти гомофобії для вчителів, але дезінформатори перекрутили факти, стверджуючи про роздачу дітям книжок сумнівного змісту. «Гей-кіт» став вірусним у консервативних спільнотах – опитування показало, що 85% виборців Болсонару чули цю неправдиву історію, і 56% з тих, хто її бачив, повірили у неї (Silveira P., Gancho C, 2020). Інші приклади фейків включали вигадані кримінальні звинувачення проти кандидатів, хибні заяви про виборчі порушення та спотворені дані про економіку. Поширювалися й відверто шокуючі зображення, вирвані з контексту або згенеровані з метою очорнення опонентів.

Масштаб дезінформації 2018 року в Бразилії також був безпрецедентним для країни. Другий тур виборів перетворився на поле інформаційної війни: за перші 12 годин після відкриття “гарячої лінії” для скарг команда Аддада отримала понад 5 000 повідомлень про випадки фейків. Це вказувало на наявність великої організованої мережі зі вкидання дезінформації. Розслідування провідної газети Folha de S.Paulo викрило підпільну схему: група бізнесменів – прихильників Болсонару – фінансувала масову розсилку повідомлень WhatsApp, спрямованих проти опонентів. На маркетингові компанії, які збирали бази телефонних номерів і розсилали фейки сегментованим групам користувачів, було нелегально витрачено понад 12 млн бразильських реалів (близько $3 млн). Ця «сірка» кампанія фактично була прихованим внеском у вибори, порушуючи виборче законодавство. Зміст повідомлень був пристосований під цільові аудиторії: наприклад, релігійним громадам надсилали вигадки про «гей-кіт» і антирелігійну політику лівих, тоді як іншим групам – фейки про корупцію чи

кримінал, пов’язані з партією суперника. WhatsApp став головним каналом: закриті групи до 256 учасників та функція одночасної розсилки широкому списку контактів дозволяли невеликій координованій команді ініціювати масову дезінформаційну кампанію. Через шифрування та приватність цього месенджера, такі вкиди було важко вчасно відстежити й спростувати. Хоча фейки ширились і в Facebook та YouTube, WhatsApp у Бразилії став “слабкою ланкою” інформаційної екосистеми, яку експлуатували маніпулятори (Silveira P., Gancho C, 2020).

У 2014 році, під час попередніх президентських виборів, вплив соціальних медіа та месенджерів у Бразилії був значно меншим. WhatsApp вже існував, але не був настільки масово використаний для політичної агітації. Тоді основні битви точилися у теледебатах та традиційних ЗМІ. Прорив смартфонів і месенджерів між 2014 та 2018 роками, а також приклади успішних дезінформаційних кампаній за кордоном (Brexit 2016, США 2016), підготували ґрунт для нових методів маніпуляції в Бразилії. Виборчі органи та партії не очікували настільки потужної хвилі фейків у закритих каналах. Порівняно з попередніми циклами, де були поодинокі негативні кампанії й “брудні” методи, 2018 рік відзначився структурною зміною: дезінформація стала масовим явищем, організованим і технологічно підсиленим. На наступних виборах 2022 року бразильська влада і громадянське суспільство вже намагалися врахувати уроки 2018-го. Повторне протистояння Болсонару з лівоцентристським кандидатом (Лула да Сілва) знов супроводжувалося потоком фейків, але були ознаки певного прогресу. Наприклад, за спостереженнями фактчекерів, у 2022 році кількість дезінформації дещо зменшилася порівняно з 2018 (частково завдяки заходам протидії), проте її якість стала більш витонченою, а вплив – цілеспрямованішим. Таким чином, бразильський досвід засвідчив, що без активної протидії дезінформація може вирости від периферійного фактора до вирішальної сили, здатної змінити хід виборчої боротьби.

Вплив фейків на вибори 2018 року у Бразилії, на думку багатьох аналітиків, сприяв перемозі Болсонару та поглибив розкол у суспільстві. Маніпулятивні повідомлення дискредитували опонентів в очах значної частини виборців (як видно з прикладу з «kit gay»). Хоча неможливо точно виміряти,

скільки голосів було вирішено під впливом дезінформації, політичний дискурс явно змістився: кампанія зосередилася на спростуванні вигадок замість обговорення реальних програм. Це зашкодило якості демократичного процесу – значна частина енергії кандидатів пішла на боротьбу з “фантомами” фейкових скандалів. Влада (Виборчий суд – TSE) після виборів провела розслідування і подала низку позовів, проте покарання організаторів було ускладнене. Виборче законодавство виявилося не готовим до виклику соцмереж: суди могли швидко зреагувати на наклеп у традиційних медіа (наказати надати право відповіді чи зняти ролик з ТБ), але у випадку соцмереж судді залежали від співпраці платформ, бо не могли напряму санкціонувати кандидатів за фейки в інтернеті (Silveira P., Gancho C, 2020). Урок Бразилії полягає в необхідності адаптувати виборчі норми до цифрової ери та залучити платформи до відповідальності за поширення дезінформації (див. розд.3).

Останнім прикладом є Франція: вибори 2017 року. Під час президентських виборів у Франції 2017 року також мали місце спроби дезінформаційних атак, хоча масштаби їх були меншими, ніж у США чи Бразилії. Найвідоміший випадок – операція «Macron Leaks». За два дні до другого туру виборів хакери (ймовірно, пов’язані з Росією) злили в інтернет масив внутрішніх документів штабу кандидата Емманюеля Макрона. Одночасно у соцмережах поширювалися чутки та фейки, що намагалися скомпрометувати Макрона – від неправдивих повідомлень про його офшорні рахунки до перекручень щодо його особистого життя. Кампанія супроводжувалася і активністю зовнішніх пропагандистських медіа: кремлівські ресурси RT і Sputnik публікували маніпулятивні матеріали проти Макрона, які його команда публічно називала «органами брехливої пропаганди». Окрім “Макрон-лікс”, у французькому сегменті соцмереж виявлялися й інші фейки – наприклад, вигадані історії про підтримку суперниці Марін Ле Пен з боку різних груп, або спотворені новини про скандали (такі як справа «Penelopegate» навколо іншого кандидата). Проте кількість і вірусність таких фейків була порівняно обмеженою. Значну роль зіграли проактивні дії французьких медіа та самих кандидатів: штаб Макрона з самого початку застосовував тактику «контрдезінформації», навіть навмисно “позначивши” деякі свої документи, аби відстежити витік і дезавуювати його у разі публікації

(Electronic Source \ The “Macron leaks” operation: a post-mortem). В підсумку, попри зусилля іноземних тролів та ботів роздмухати скандал, дезінформаційна кампанія у Франції не досягла значного успіху.

Академічне дослідження французьких виборів 2017 року показало, що обсяг фейкових новин у французькому сегменті Twitter був надзвичайно малим у порівнянні з загальним потоком інформації. Зокрема, з 60 мільйонів твітів, опублікованих протягом виборчої кампанії, лише близько 0,1% містили посилання на “фейковий” контент, верифікований фактчекерами Le Monde. Іншими словами, дослідники не виявили «цунамі фейків» у французькому твіттері – хибна інформація була краплею в морі загального дискурсу. Більше, аналіз показав, що майже три чверті (73%) дезінформаційних повідомлень були поширені зусиллями лише двох політизованих спільнот (Electronic Source \ Data reveals big picture of the French 2017 presidential election: Social media, fake news, and political communities). Ці спільноти відповідали крайнім сегментам електорату – зокрема, значну частину поширювачів фейків складали прихильники ультраправих поглядів (та частково радикально-ліва аудиторія). Тобто поширення фейків було дуже концентрованим: основний масив виборців або не бачив, або не надавав значення подібному контенту. Додатково, дослідження активності ботів у Twitter під час операції Macron Leaks виявило, що автоматизовані акаунти були присутні, але їхній внесок теж був обмеженим. За даними аналізу Е.Феррари, бот-акаунти ретвітнули витік даних Макрона та пов’язані фейки, проте переважну частину уваги до цього контенту проявили не французи, а іноземні користувачі з інтересом до ультраправих тем. Іншими словами, кампанія “Макрон-лікс” резонувала переважно в англомовних та пропагандистських колах за межами Франції (наприклад, серед американських прихильників конспірології), аніж серед самих французьких виборців (Ferrara E, 2017). Це пояснює її “скромний” вплив: французький електорат загалом не піддався на вудку, а багато хто просто не встиг ознайомитися зі злитою інформацією до дня тиші.

На президентських виборах 2012 року у Франції явище онлайн-дезінформації майже не проявлялося. Французький медіапростір традиційно характеризувався сильними професійними ЗМІ та регулюванням

(наприклад, законом про “день тиші” перед виборами). Втім, уроки 2016 року зі США стали попередженням, і до кампанії 2017 р. у Франції підійшли насторожено. Владі та громадянському суспільству певною мірою вдалося зміцнити “імунітет”: провідні медіа об’єдналися у фактичну коаліцію CrossCheck, щоб спільно спростовувати фейки протягом кампанії, а виборці демонстрували відносно високий рівень медіаграмотності. Як наслідок, спроби масштабних маніпуляцій натрапили на опір. Порівняно з 2017-м, на наступних виборах 2022 року проблема дезінформації теж залишалася під контролем: діяв вже прийнятий закон проти фейків (2018), соцмережі співпрацювали з виборчою комісією, а суспільство було свідомим щодо загрози. Хоча у 2022 р. знову фіксувалися проросійські наративи (особливо на тлі війни в Україні), вирішального впливу на волевиявлення вони не мали. Французький випадок часто наводиться як приклад успішного стримування іноземної дезінформації: деякі аналітики назвали невдачу «Macron Leaks» “поразкою інформаційної війни” для Кремля (The “Macron leaks” operation: a post-mortem).

Попри обмежений успіх дезінформаторів, Франція винесла серйозні уроки. Після 2017 року президент Макрон ініціював створення законодавства для швидкого реагування на фейки у виборчий період (детально – у розд.3). У суспільстві укорінилося розуміння, що демократія вразлива перед кібератаками та інформаційними операціями. Одночасно французький досвід продемонстрував, що тверда позиція держави і медіа, плюс прозорість і швидке спростування, можуть значно знизити ефективність дезінформації. На відміну від США чи Бразилії, де фейки вплинули на порядок денний виборів, у Франції 2017 р. вони не змогли перехопити ініціативу: виборці більше покладалися на традиційні новини і перевірені джерела. Це позначилося на результаті – кампанія Макрона не була серйозно підірвана останніми інформаційними ударами, і він переміг із значним відривом. Таким чином, у французькому випадку дезінформація радше виявила вразливі місця і стимулювала їх захистити, ніж реально змінила волевиявлення громадян.

Три розглянуті країни – США, Бразилія, Франція – продемонстрували різний рівень проникнення та успішності дезінформаційних кампаній. У США 2016 р. дезінформація була масовою і частково інституціоналізованою (із

зовнішнім втручанням), у Бразилії 2018 – масованою і мережевою (через месенджери), а у Франції 2017 – відносно обмеженою і здебільшого відбитою. В табл.8 наведено порівняльні дані щодо масштабів та наслідків маніпуляцій у цих країнах.

2.3.2 Використання ботів, “фабрик тролів” та deepfake у політичних кампаніях

Сучасні технології відкрили нові можливості для маніпуляції громадською думкою. У політичних кампаніях дедалі ширше застосовуються соціальні боти, координовані групи коментаторів (“тролі”), а також методи глибокої фальсифікації (deepfake) та таргетована реклама для мікроприцілення на аудиторію. Цей розділ розглядає основні інструменти дезінформаційного впливу та реакцію найбільших онлайн-платформ (Facebook, Twitter, YouTube) на зловживання.

Технології маніпулятивного впливу в онлайнових кампаніях як правило включають(див. табл.9):

1. Соціальні боти. Боти – це автоматизовані акаунти в соцмережах, що імітують поведінку людей. У політиці боти використовуються для масового поширення повідомлень, розкручування хештегів, накручування “лайків” і створення враження широкої підтримки або обурення. Дослідження підтверджують, що боти можуть диспропорційно посилювати дезінформацію. Наприклад, аналіз 14 млн твітів у США виявив, що лише 6% акаунтів (ботів) згенерували майже третину всього контенту з недостовірних джерел (Electronic Source \ Study: Twitter bots played disproportionate role spreading misinformation during 2016 election).

2. “Фабрики тролів” і скоординовані кампанії. Тролі в контексті інформаційних війн – це реальні користувачі (часто організовані в групи або підрозділи), які системно поширюють пропаганду чи дезінформацію, зазвичай під фальшивими профілями. Відомим прикладом є російська “Internet Research Agency” – фабрика тролів, яка втручалася в вибори інших країн. Її співробітники під виглядом американців заводили тисячі постів та коментарів у соцмережах США, вміло експлуатуючи політичні розколи (Denton A, 2019).

3. Deepfake та “cheapfake”. Deepfake – це аудіо або відео, створене з використанням алгоритмів штучного інтелекту, яке реалістично підробляє зовнішність чи голос реальної особи. У контексті виборів deepfake теоретично може стати “ідеальною зброєю” для дискредитації кандидата (наприклад, поширити відео, де політик говорить те, чого насправді не казав). У 2016–2017 роках технологія тільки зароджувалась і практично не застосовувалася. Пізніше, у 2019–2020 рр., з’явилися перші політичні deepfake: так, в Індії на регіональних виборах було зроблено deepfake-відео, де кандидат виступає іншою мовою (щоб охопити більше виборців) – цей випадок був не обманом, а саме агітацією з допомогою ІІ, і був публічно розкритий як експеримент. Справжні зловмисні deepfake в демократичних країнах досі поодинокі. Більшість прикладів – поза виборами (наприклад, дипфейкове “звернення” президента України В.Зеленського здаватися у березні 2022, яке швидко викрили і видалили). У 2023 р. прогримів так званий “словацький випадок”: за пару днів до виборів у Словаччині поширили підроблений аудіозапис (генерований ШІ), де лідер опозиції нібито обговорює фальсифікацію виборів (de Nadal L., Jančárik P, 2024).

4. Таргетована реклама та мікротаргетинг. Окремо слід згадати використання законних інструментів рекламних платформ для непрямої маніпуляції. Соціальні мережі надають можливість надзвичайно тонко таргетувати політичні повідомлення – за демографією, інтересами, геолокацією, історією пошуків тощо. Цей мікротаргетинг став відомим завдяки скандалу Cambridge Analytica: британська фірма отримала дані з десятків мільйонів Facebook-профілів і створила психологічні профілі виборців у США, щоб показувати кожному “найбільш переконливу” рекламу (Electronic Source \ Misinformation Campaigns through WhatsApp and Telegram in Presidential Elections in Brazil).

Таким чином, боти і тролі виступають “двигуном” поширення дезінформації, deepfake поки що більше теоретична небезпека, а таргетинг – офіційний інструмент, що може використовуватися маніпулятивно.

2.4 Практики демократичних держав у сфері боротьби з політичною дезінформацією

Демократичні країни, зіштовхнувшись з хвилею політичної дезінформації, розробляють різні механізми для контролю та зменшення її впливу. Йдеться як про правове регулювання (закони, норми для соцмедіа), так і про софт-інструменти – підтримку фактчекінгу, медіаграмотності, саморегуляції платформ. У цьому підрозділі розглянуто ключові підходи демократичних держав до проблеми та наведено приклади політик протидії в різних країнах (IDEIA BIG DATA.Elections and Fake News. October 2018; LAZER, David M, 2018; HERN, Alex, 2019; Alemanno 2019; Shao 2018).

2.4.1 Механізми контролю та протидії політичної дезінформації

Першим механізмом контролю та протидії політичної дезінформації є виборче законодавство і швидке реагування. Багато демократій адаптують свої виборчі закони, щоб врахувати феномен онлайн-фейків. Наприклад, Франція після досвіду 2017 р. ухвалила спеціальний закон (2018) проти маніпуляції інформацією під час виборів. Закон дозволяє кандидатам чи державі оперативно звернутися до суду для видалення явно неправдивої інформації у період за 3 місяці до виборів (Young Z, 2018). Суд має розглянути звернення впродовж 48 годин – фактично запроваджено процедуру екстреного судового контролю за дезінформацією. Також цей закон зобов’язує платформи розкривати інформацію про замовників політичної реклами і вводить покарання за відмову блокувати фейки. Німеччина ще у 2017 р. прийняла закон NetzDG (Закон про захист прав у соцмережах): він зобов’язує великі платформи швидко видаляти протизаконний контент – зокрема мова йшла про мову ворожнечі та екстремізм, але частково це застосовне і до дезінформації (якщо вона, наприклад, наклеп або підбурює до злочину). За ненадання контенту або невидалення очевидно протиправного поста впродовж 24 годин платформі загрожує штраф до €50 млн. Хоч NetzDG прямо не згадує “фейкові новини”, його існування спонукало соцмережі посилити модерацію контенту в Німеччині загалом, що непрямо вплинуло й на зменшення поширення фейків. Бразилія пішла шляхом активної ролі виборчих органів: Вищий виборчий суд (TSE) перед виборами 2018 створив робочу групу з

протидії фейкам, співпрацював з платформами та запустив кампанії з фактчекінгу (наприклад, проект Comprova об'єднав 24 медіа для перевірки виборчих фейків за підтримки Google і Facebook). Під час самих виборів TSE розглядав судові позови щодо дезінформації: було зареєстровано 50 судових справ про фейки, з яких у 16 випадках суд наказав видалити контент. Ці справи здебільшого стосувалися соцмереж (47 з 50, тільки 3 – телерадіо). Ці дані показують, що бразильська юстиція намагалася використати існуючі закони про наклеп і виборчі порушення для онлайн-випадків. Однак стикається з обмеженнями: суд може вимагати видалення поста, але не може покарати кандидата, якщо фейк поширюють його прихильники онлайн (Silveira P., Gancho C, 2020). В результаті в Бразилії після 2018 почали обговорювати новий закон – так званий "Закон про фейкові новини" (PL 2630), який би врегулював соцмережі та месенджери, зобов'язавши їх більше звітувати про ботів, обмежити пересилання повідомлень тощо. Станом на 2023 цей законопроєкт ще дискутується, стикаючись з опором щодо питань цензури і приватності.

Наступним механізмом контролю та протидії дезінформації є регуляція соцмереж та співрегуляція. На наднаціональному рівні Європейський Союз є лідером у розробці стратегій проти дезінформації. У 2018 році ЄС запустив План дій проти дезінформації і першим у світі домовився з великими інтернет-компаніями про Кодекс практик щодо дезінформації. Цей Кодекс (добровільний, підписаний Facebook, Google, Twitter, Mozilla та ін. в жовтні 2018) містив 21 зобов'язання для платформ: від прозорості політичної реклами до закриття фейкових акаунтів і демонетизації сайтів, що поширюють фейки (European Commission, 2022). Хоча Кодекс не був законом, його реалізацію моніторили і щорічно оцінювали. В 2020–2021 рр. ЄС оголосив, що компанії виконали далеко не все, але є прогрес (наприклад, мільйони фейкових профілів видалені, сотні маркерів зроблені тощо). У 2022 Кодекс оновили: він став жорсткішим і прив'язаним до нового регулювання – Закону про цифрові послуги (DSA). DSA, що почав діяти у 2023, робить низку зобов'язань Кодексу фактично обов'язковими для великих платформ: вони мусять проводити оцінку ризиків, зокрема ризику дезінформації, на своїх сервісах і впроваджувати заходи для зниження цих ризиків. Також DSA зобов'язує надавати дослідникам доступ до

даних (щоб незалежно вивчати дезінформацію) і накладає штрафи до 6% обороту за невиконання. Таким чином, ЄС рухається до співрегуляції: платформи самі реалізують конкретні кроки, але під наглядом і з погрозою санкцій. Крім того, у Європі діють проекти під егідою ЄС, як-от East StratCom Task Force – група, що моніторить і спростовує проросійську дезінформацію (видає бюлетень EUvsDisinfo). В багатьох країнах ЄС (напр. Швеція, Фінляндія) уряди підтримують програми медіаграмотності, особливо перед виборами, щоб підвищити стійкість населення до фейків.

В якості механізму контролю та протидії дезінформації розглянемо також партнерство та саморегуляція медіа. Демократії також покладаються на громадянське суспільство: незалежні фактчекери та медіа-коаліції. Наприклад, перед виборами 2017 у Франції проект CrossCheck об'єднав понад 30 журналістів з різних видань для колективного оперативного фактчекінгу. Схожі ініціативи були в Німеччині, Великобританії. В Україні з 2019 діє платформа "По той бік новин", де різні ЗМІ разом спростовують фейки. Такі співпраці дозволяють швидко реагувати на вірусні маніпуляції, що особливо важливо під час коротких виборчих кампаній. Деякі країни створюють державні центри стратегічних комунікацій – наприклад, Центр протидії дезінформації в Україні (2021) чи аналогічні відділи в Балтійських країнах, покликані відстежувати зовнішню пропаганду та інформувати громадськість. Медіарегулятори теж включаються: у Великій Британії Ofcom отримав повноваження наглядати за соцмережами (згідно "Online Safety Bill") і зможе штрафувати їх за бездіяльність щодо контенту, що завдає шкоди, включно з дезінформацією. У США прямого федерального закону проти дезінформації немає (через захист свободи слова Першою поправкою). Натомість, США зосередились на розслідуванні іноземного втручання (прокуратура і Конгрес провели слухання, в результаті чого опублікували багато даних про операції РФ), а також на повищенні інформаційної стійкості: Державний департамент розширив діяльність Центру глобальної взаємодії (GEC) для протидії іноземній пропаганді, а Агентство кібербезпеки (CISA) запустило кампанії з навчання громадян розпізнаванню дезінформації. Крім того, у США на рівні штатів приймаються специфічні закони, наприклад Каліфорнія у 2019 ввела вимогу до бот-акаунтів чітко

ідентифікуватися як роботи (коли взаємодіють політично), щоб люди знали, що спілкуються з ботом. Це цікавий приклад “м’якого” регулювання: не забороняти ботів, але вимагати прозорості.

В якості останнього механізму контролю та протидії дезінформації коротко розглянемо міжнародну співпрацю. Демократичні країни почали координувати зусилля проти дезінформації. У 2020 р. США, ЄС, Велика Британія, Канада та інші підписали спільні заяви про боротьбу з інформаційними загрозами. NATO включило до своєї стратегії протидію гібридним війнам, куди входить і дезінформація. Формуються багатосторонні ініціативи – наприклад, Парламентська асамблея Ради Європи ухвалила кілька резолюцій, які рекомендують країнам-членам посилити медіаграмотність і прозорість онлайн-алгоритмів. В рамках “Саміту за демократію” (ініційованого США) теж обговорювалась спільна відповідь на пропаганду авторитарних режимів. Одним з пунктів є тиск на технологічні компанії: демократичні уряди мають великий ринок і можуть вимагати від платформ глобально застосовувати вищі стандарти (що і відбувається з DSA ЄС – фактично глобальні соцмережі через нього змінюють політики для всіх країн).

2.4.2 Роль регулювання соціальних медіа в питаннях політичної дезінформації

Соцмережі стали основним середовищем поширення дезінформації, в тому числі політичної, тому регулювання їх діяльності – центральний елемент стратегії. Демократії намагаються знайти баланс між запобіганням шкоді від фейків та захистом свободи слова онлайн. Є кілька підходів:

По перше, це зобов’язання прозорості і співпраці. Більшість країн (у т.ч. всі країни ЄС, Великобританія, Австралія, Канада) пішли шляхом вимоги до платформ бути більш прозорими: публікувати звіти про модерацію, надавати інструменти для користувачів (мітки, скарги), ділитися даними з дослідниками. Це передбачає добровільні кодекси (як в ЄС 2018) або вже закони (як DSA 2022). Прозорість не обмежує прямо контент, але створює умови для громадського тиску та підзвітності платформ за їх дії/бездіяльність.

По друге, Цільова заборона деяких дій. Другий аспект – заборона ботів та фейкових акаунтів. Як згадано, Каліфорнія вимагала маркування ботів. Інші пропозиції – заборонити масове автоматичне пересилання повідомлень (обговорювалось у Бразилії: ліміт на форварди, WhatsApp сам ввів обмеження пересилки до 5 чатів після інцидентів у Індії та Бразилії (Silveira P., Gancho C, 2020)). Twitter і Facebook добровільно заборонили макроси для масового постингу. Також забороняється використання даних користувачів з метою впливу без їх згоди (випадок Cambridge Analytica призвів до штрафу Facebook на $5 млрд і суворіших правил приватності).

По третє, ідповідальність за контент. Найдискусійніше – чи притягати платформи до відповідальності за дезінформацію, яка не є прямо протизаконною. У США діє знаменита Секція 230 закону CDA, що звільняє онлайн-платформи від відповідальності за контент користувачів, дозволяючи модерацію добросовісно. Деякі політики пропонували змінити це (щоб примусити соцмережі сильніше модерувати фейки), але поки 230 залишається. В Європі DSA фактично зберігає принцип невідповідальності за користувацький контент, але вводить відповідальність за системні ризики. Це новий підхід: не карати за окремий пост, а карати, якщо платформа не зробила достатньо для зменшення шкідливих потоків (наприклад, якщо алгоритми спеціально підштовхували користувачів до дезінформації – це може трактуватись як порушення).

Розглянемо також регулювання месенджерів та шифрування. Особливий випадок – закриті платформи (WhatsApp, Telegram). Демократії тут обережні, бо шифрування – це приватність. Бразилія, після заворушень 8 січня 2023 (коли натовп, підбурений фейками про вибори, штурмував урядові будівлі), задумалась над законом, що зобов’яже месенджери пом’якшити шифрування – наприклад, зберігати хто першим запустив масове пересилання (щоб знайти першоджерело фейку). Це викликало протест тех-компаній і правозахисників. Наразі жодна велика демократія не зобов’язала зламувати шифрування задля боротьби з фейками. Замість цього тиснуть на месенджери впроваджувати свої обмеження: WhatsApp добровільно глобально обмежив кількість пересилань повідомлення (до 5 чатів одночасно) саме після випадків з лінчуваннями через чутки в Індії

(Silveira P., Gancho C, 2020). Такі кроки істотно зменшили вірусність фейків у WhatsApp (раніше одне повідомлення могли перевідправити в 256 чатів, зараз – у 5, що стримує лавину). Інша міра – мітки в чатах: WhatsApp помічає пересланні повідомлення (“Forwarded”) і часто пересланні (“Forwarded many times”), сигналізуючи користувачам, що це не оригінальне повідомлення від їх знайомого, а масовий контент. Це теж елемент, що покращує обізнаність.

Наприкінці розглянемо, в чому сутність підтримки журналістики та освіті. Боротьба з дезінформацією – не лише про заборони. Демократії інвестують у медіаграмотність: вводять курси в школах, проводять інформаційні кампанії “Як розпізнати фейк”. Наприклад, Фінляндія славиться національною програмою медіаосвіти, що вважається однією з причин низького впливу російської пропаганди на її населення. У країнах Балтії ще з 1990-х викладали критичне мислення щодо ЗМІ. Пандемія COVID-19 стимулювала багато урядів (Італія, Іспанія, Тайвань) запустити просвітницькі сайти з перевіркою фактів та науковими роз’ясненнями – цей досвід переноситься і на виборчу тематику. Також деякі демократії фінансово підтримують суспільне мовлення та незалежні медіа як противагу фейковим вкидам. Адже наявність якісної журналістики зменшує вплив дезінформації: люди, що споживають авторитетні новини, менше піддаються випадковим фейкам. В цьому плані модель скандинавських країн (сильні суспільні мовники, високий рівень довіри) – ефективний щеп для суспільства. Щоправда, є і проблема: політики можуть зловживати темою фейків, щоб тиснути на медіа. Тому у впровадженні законів важливо дотримуватися принципу невтручання у свободу слова і не дати механізми цензури.

Таким чином, вплив дезінформації на вибори залишається серйозною загрозою для демократичних процесів, але він не є непереборним. Аналіз показує, що при належній увазі, швидкій реакції та співпраці різних акторів – влади, платформ, медіа і самих громадян – можна суттєво зменшити масштаб маніпуляцій і захистити інформаційну цілісність виборів. Кожна з розглянутих країн винесла свої уроки: США – потребу регулювати соцмережі та протидіяти поляризації, Бразилія – необхідність контролю за месенджерами та просвіти населення, Франція – важливість проактивних дій проти зовнішніх впливів і правових інструментів швидкого реагування. Спільним знаменником є

усвідомлення, що демократія має адаптуватися до цифрової ери, модернізуючи інститути та закони, щоб зберегти чесність і прозорість виборів в умовах інформаційних загроз XXI століття.

Висновки до розділу 2

Дезінформація є потужним викликом для сучасної демократії, що потребує системного підходу до її подолання. Її вплив охоплює не лише виборчі процеси, а й соціально-психологічну сферу, що підриває основи громадянського суспільства. Для ефективного вирішення цієї проблеми необхідно впроваджувати міждисциплінарні стратегії, які поєднують освітні, технологічні та політичні інструменти. Лише за умови консолідації зусиль можна забезпечити стійкість демократичних інститутів та захистити виборчі процеси від маніпуляцій.

Досвід 2014–2024 років в ЄС та США показує, що комплексна протидія дезінформації – це поєднання законодавчих рамок, активної позиції технологічних компаній, відповідальної журналістики та підвищення медіаграмотності громадян. Європейський Союз за цей час еволюціонував від точкових кроків (створення групи East StratCom, добровільного Кодексу) до впровадження всеосяжного регуляторного підходу у вигляді DSA. Сполучені Штати, зважаючи на конституційні особливості, зосередились на безпековому аспекті – створенні центрів і процедур для виявлення та нейтралізації іноземних інформаційних операцій – і стимулюванні саморегуляції платформ. При цьому, основним висновком стало те, що дезінформація – це не короткочасна проблема, а постійний виклик епосі цифрових комунікацій.

Дослідження впливу дезінформації на виборчі процеси у демократичних країнах показує, що ця проблема є глобальним викликом, який проявляється різними способами залежно від особливостей медіасередовища та суспільства. Випадки США, Бразилії та Франції демонструють еволюцію дезінформації: від відкритих соцмереж (Facebook, Twitter) до закритих месенджерів (WhatsApp) і комплексних операцій (хакерство + фейки). Масштаби маніпуляцій можуть сягати десятків мільйонів охоплених виборців і впливати на політичні результати (як мінімум, посилюючи поляризацію та недовіру). Водночас, досвід Франції

свідчить, що за умови високої медіаграмотності та швидкої протидії, навіть потужна дезінформаційна атака може бути нейтралізована без суттєвої шкоди для виборів.

Технологічні чинники – боти, “фабрики тролів”, алгоритми платформ – значно посилили ефективність дезінформації, дозволивши їй поширюватися вірусно і прицільно. Однак і контрзаходи теж удосконалюються: великі платформи за останні роки суттєво покращили механізми виявлення та стримування фейків, що підтверджується зниженням взаємодії з дезінформативними сайтами. *Гонка озброєнь* в інформаційному просторі триває: маніпулятори освоюють нові платформи (Telegram, TikTok), використовують мультимедіа і емоції для обходу раціональної перевірки, а суспільства відповідають підвищенням обізнаності та новими правилами.

Демократичні країни виробляють комплексний підхід до проблеми. На законодавчому рівні запроваджуються норми, які підвищують прозорість інтернет-платформ та накладають відповідальність за розповсюдження відверто шкідливого контенту. Одночасно держава інвестує в підвищення стійкості суспільства – підтримку якісної журналістики, фактчекінг, освіту громадян, адже зрештою найкращий захист від фейків – критично мислячий виборець. Міжнародна співпраця демократичних режимів дозволяє обмінюватися найкращими практиками і спільно тиснути на транснаціональні корпорації, щоб ті дотримувалися стандартів інформаційної безпеки в усьому світі.

РОЗДІЛ 3
ПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ: АНАЛІЗ І СТРАТЕГІЇ ПРОТИДІЇ

3.1. Тенденції дезінформації в українському інформаційно-політичному просторі

Повномасштабна агресія Росії проти України супроводжується безпрецедентною інформаційною війною. У 2022 році інформаційний простір пережив різкий бум фейків, дезінформації, маніпуляцій та пропаганди, спричинений вторгненням (Електроний ресурс \ Пропаганда та дезінформація: що найбільше впливає на український інфопростір). Дезінформація стала інструментом впливу як зовнішніх сил, так і внутрішніх політичних гравців. Цей аналіз розглядає ключові аспекти дезінформації в українському медіапросторі під час війни, зокрема: вплив російської пропаганди та її наративів; внутрішньополітичну дезінформацію; основні теми фейків (війна, вибори, економіка); роль соціальних мереж і традиційних ЗМІ у поширенні дезінформації; конкретні приклади дезінформаційних кампаній; статистичні дані і порівняння з попередніми періодами. В умовах війни інформаційна безпека стала не менш важливою, ніж безпека військова, тому академічний підхід до вивчення цього явища є надзвичайно актуальним.

3.1.1 Зовнішньополітична дезінформація: вплив російської пропаганди та її основні наративи

Російська пропаганда становить головне джерело зовнішньої дезінформації в українському інфопросторі. Її мета – виправдати агресію, зламати опір українців та посіяти сумніви в міжнародної спільноти щодо підтримки України (Manko M, 2023; Троян В, 2024). Для цього Кремль активно поширює кілька базових наративів (Електроний ресурс \ Пропаганда та дезінформація: що найбільше впливає на український інфопростір; Disinformation in the Russian invasion of Ukraine; ВоксЧек. Дезінформація про

Україну в російських та проросійських телеграм-каналах – аналітичне дослідження, 2023; Treyger E, 2025):

1. Заперечення української державності і нації. Російська інформаційна кампанія систематично атакує сам факт існування окремої української нації, називаючи українців «малоросами» або частиною «єдиного русского народу». Такий імперський дискурс бере початок ще з XVII століття і нині використовується для обґрунтування тези, що Україна нібито не має права на суверенітет. Президент РФ Володимир Путін відкрито ставив під сумнів легітимність української державності, відроджуючи імперські ідеї про історичну єдність з Росією

2. «Нацисти» та необхідність «денацифікації». Кремль протягом війни невпинно таврує українську владу як «нацистську». У день вторгнення Путін оголосив своєю метою «денацифікацію України», голослівно стверджуючи, що країною керують «наркомани і неонацисти». Цю риторику повторював і глава МЗС РФ С.Лавров на міжнародних майданчиках. Насправді такі заяви не відповідають дійсності і є частиною дезінформаційної кампанії для виправдання агресії.

3. «Геноцид російськомовних на Донбасі». Ще одним наріжним міфом роспропаганди стало звинувачення України у вчиненні геноциду проти російськомовного населення Донбасу. У своєму зверненні 24 лютого 2022 р. Путін безпідставно заявив, що Збройні Сили України здійснюють геноцид в Донбасі, і що Росія змушена «захищати» людей на окупованих територіях.

4. НАТО як «провокатор» війни, теза про «proxy war». Російська пропаганда намагається зняти з себе відповідальність за розв’язання війни, звинувачуючи у всьому Захід. Популярний наратив стверджує, що НАТО оточило та спровокувало Росію, використовуючи Україну як «маріонетку» або плацдарм для агресії проти РФ. Насправді ж жодних доказів «агресії НАТО» не існує: це вигадка для внутрішньої і зовнішньої пропаганди. Втім, такий меседж знаходить відгук у частини аудиторії за кордоном. Як відзначають українські медійники, кремлівська дезінформація про «чужу війну» добре координується: ті ж самі тези одночасно вкидаються російськими і псевдоукраїнськими телеграм-каналами та іншими ресурсами, діючи синхронно хвилями.

5. «Біолабораторії», «брудна бомба» та інші фейки про зброю. Росія неодноразово звинувачувала Україну у розробках зброї масового ураження. У березні 2022 року Міноборони РФ заявило про існування американських біологічних лабораторій в Україні, де нібито створюється біологічна зброя. Західні уряди різко спростували цю дезінформацію. Подібні історії – частина давньої кремлівської тактики звинувачувати жертву у тому, що планує (або робить) сама Росія. Важливо, що російські фейки часто мають "раціональне зерно" з точки зору вразливостей аудиторії: як зазначають дослідники, вигадки Кремля не беруться з повітря, вони опираються на реальні страхи чи домисли, існуючі в суспільстві, через що певні групи людей готові їм вірити.

6. Заперечення воєнних злочинів і перекладання вини. Коли світ побачив докази звірств російської армії в Україні, російська пропаганда перейшла до тактики заперечення та створення альтернативної реальності. Будь-які звинувачення у воєнних злочинах відкидаються офіційною Москвою як «постановка» або «фейк Києва». Класичний приклад – реакція РФ на різанину в Бучі. Міністр закордонних справ Лавров назвав масове вбивство мирних жителів Бучі «інсценуванням», заявивши, що це «фейкова атака» проти Росії. Представник РФ при ООН Небензя цинічно стверджував, ніби тіла загиблих з'явилися на вулицях вже після виходу російських військ. Ці твердження повністю спростовані супутниковими знімками, які показали тіла на місці ще за час окупації.

7. Дегуманізація та мова ворожнечі. Окрім конкретних фейків, російська пропаганда використовує загальну тональність ненависті щодо українців. Дослідники RAND відзначають, що кремлівські наративи перенасичені расистськими та зневажливими висловлюваннями, що зображують українців як «неповноцінних», «зомбованих» тощо. Мета такої мови – виправдати насильство, представивши українців як нібито «негідних життя». Подібні висловлювання – ознака екстремістської риторики, що межує із закликами до геноциду.

Перелічені наративи становлять ядро російської дезінформаційної кампанії проти України. Вони багаторазово повторюються на різних майданчиках – від офіційних промов російських посадовців до тиражування тисячами ботів у

соціальних мережах. Варто зазначити, що російська пропаганда еволюціонує залежно від обставин. Якщо одні тези не «зайшли» аудиторії, їх замінюють іншими. Приміром, акцент на «нацистах» дещо зменшився, коли виявилося, що він не знаходить достатньої підтримки навіть серед росіян. Натомість більшу вагу отримали «більш правдоподібні» для внутрішнього споживача теми – «НАТО хоче нас знищити», «в Україні править антиросійський Захід», «треба воювати, бо це війна з США» тощо. Для зовнішньої аудиторії, як відзначають українські медійники, Кремль розгорнув інші меседжі: про корумпованість України, її слабкість як держави, невдячність, неспроможність перемогти, а також нав'язує думку «це не ваша війна» громадянам Європи та Америки (Manko M, 2023). Ці тези спрямовані на те, щоб розколоти міжнародну коаліцію, знизити рівень підтримки України. Наприклад, один зі стрижневих наративів росіян на західну аудиторію – що допомога Україні марна, бо «українці все розкрадуть». Про це далі, у розділі про економічні маніпуляції.

3.1.2 Внутрішньополітична дезінформація: маніпуляції українських політичних сил

Хоча левова частка дезінформації під час війни генерується російською стороною, не можна нехтувати і внутрішніми джерелами інформаційних маніпуляцій. Під «внутрішньополітичною дезінформацією» маються на увазі навмисні викривлення фактів і фейки, що поширюються українськими політичними акторами (партіями, медіа, окремими політиками) заради власних інтересів. У складних умовах війни суспільство схильне згуртовуватися, проте деякі сили намагаються використати інформаційний хаос у своїх цілях, вдаючись до маніпуляцій.

Одним із найвідоміших прикладів є діяльність проросійських медіа всередині України до 2022 року. Йдеться про телевізійні канали та інтернет-ресурси, формально українські, але фактично керовані з Москви через підставних осіб. Зокрема, канали "112 Україна", "NewsOne" та "ZIK", що належали оточенню проросійського політика Віктора Медведчука, роками слугували майданчиком для кремлівської пропаганди в українському

інформаційному просторі. Через них у масову свідомість намагалися вкорінити сумніви у прозахідному курсі України, дискредитувати проєвропейських політиків, просувати тези про «зовнішнє управління» тощо. У лютому 2021 року президент Володимир Зеленський запровадив санкції проти цих телеканалів, фактично закривши їхнє мовлення за антиукраїнську діяльність. Це рішення було зумовлене необхідністю захистити національну безпеку в інформаційній сфері. Як відзначали журналісти і експерти, закриті канали відігравали ключову роль у поширенні дезінформації в межах гібридної війни РФ проти України. Після їх закриття значна частина проросійської аудиторії мігрувала в інтернет, зокрема в Telegram, де ті самі наративи продовжили розганятися анонімними каналами (про це – в розділі про соцмережі).

Крім відверто проросійських медіа, внутрішня дезінформація проявляється і у передвиборчих маніпуляціях та інформаційних війнах між українськими політичними таборами. Українські вибори традиційно супроводжуються брудними технологіями, до яких можна зарахувати і цілеспрямоване поширення неправдивих відомостей про опонентів. Наприклад, під час президентської кампанії 2019 року в інформаційному полі з’являлися різні сумнівні вкиди: від чуток про таємні домовленості кандидатів із Кремлем до фейкових компроматів про особисте життя. Російські фабрики тролів також не лишилися осторонь: за даними досліджень, до 25% контенту про українські вибори у соцмережах ініціювали ботоферми з РФ, аби розпалити внутрішні чвари (Електроний ресурс \ Рік після виборів: чи підтримували Зеленського російські боти – 21 квітня 2020). Кремль намагався зобразити вибори як нелегітимні або наперед сфальсифіковані. Задовго до дня голосування російські медіа та проросійські спікери поширювали тезу, що “влада все підробить” і результати “не відображатимуть волю народу” (Fakty ICTV, 2019). Такі заяви мали на меті підірвати довіру українців до демократичного процесу і делегітимізувати нову владу в очах як громадян, так і світу. Українські правоохоронні органи протидіяли цьому: СБУ не раз повідомляла про викриття груп, що за гроші російських кураторів поширювали фейки перед виборами.

Варто зазначити, що значна частина внутрішніх фейків має російське походження, але просувається через українських посередників. Експерти

медіаграмотності підкреслюють: багато російських дезінформаційних вкидів розраховані на те, що їх підхоплять зацікавлені українські політичні кола для власної вигоди (Електроний ресрус\ Пропаганда та дезінформація: що найбільше впливає на український інфопростір). Таким чином, відбувається своєрідна синергія внутрішніх і зовнішніх маніпуляторів. Наприклад, меседж про «непомірну корупцію у верхах під час війни» вигідний і російській пропаганді (щоб посіяти зневіру в західної підтримки), і окремим опозиційним силам усередині країни (щоб дискредитувати уряд). Тому важко інколи розмежувати, де закінчується російська деза і починається внутрішньоукраїнська. Часто це ланки одного ланцюга.

Показовою є історія зі зміщенням міністра оборони Олексія Резнікова у 2023 році. З одного боку, це стало наслідком реальних корупційних скандалів у Міноборони, які мали широкий розголос. З іншого боку, розслідування Digital Forensic Research Lab (DFRLab) при Atlantic Council виявило масштабну дезінформаційну кампанію в соцмережах проти Резнікова, що могла додатково підірвати його репутацію (Харинович Мб 2024). Йдеться про найбільшу мережу фейкових акаунтів в TikTok, яку коли-небудь викривали: 12 тисяч акаунтів сімома мовами масово поширювали відео зі звинуваченнями, ніби міністр купує собі розкішні авто та маєтки і «наживається на війні». Ці відео набрали сотні мільйонів переглядів на різних платформах. Згодом з’ясувалося, що за кампанією стояли структури, пов’язані з РФ. Факти, наведені в тих роликах, не витримували перевірки, але мета була досягнута – створити інформаційний фон недовіри. В результаті Резніков втратив посаду. Цей випадок ілюструє вплив інформаційних атак на реальну політику: вміло роздмухана деза, навіть базована на напівправді, здатна прискорити кадрові рішення і змінити хід внутрішньополітичних подій.

Інший різновид дезінформації, що циркулює всередині країни, – чутки та панічні вкиди, спрямовані на дестабілізацію. Ворог постійно шукає можливості посіяти паніку серед населення: наприклад, запускались фейки про «масований наступ з Білорусі», «шалене зростання курсу долара до 100 грн», «дефіцит пального» чи «відключення зв’язку по всій країні». Більшість таких панічних чуток народжуються в телеграм-каналах сумнівного походження. Часто їх підхоплюють окремі українські публічні особи або ЗМІ без належної перевірки,

що тільки множить ефект. Маніпуляція на емоціях – улюблений прийом: наприклад, у розпал російських атак на енергетику восени 2022 року соцмережами ширилися неправдиві повідомлення про нібито “повний блекаут на пів року” і поради скуповувати всі продукти. Ці вкиди могли підтримувати і внутрішні політичні опоненти влади, щоб показати її безпорадність. Хоча конкретні автори таких повідомлень найчастіше залишаються анонімними, вигоду від хаосу отримує і ворог, і ті, хто прагне послабити центральну владу.

Таким чином, внутрішньополітична дезінформація в Україні під час війни проявляється двояко. З одного боку, проросійські сили (як от мережа Медведчука або блогери-утікачі) продовжують транслювати кремлівські меседжі під українським соусом, апелюючи до внутрішньої аудиторії. З іншого боку, традиційні політичні конкуренти також не гребують маніпуляціями, особливо у чутливих темах (військові невдачі, економічні проблеми, корупційні скандали), аби отримати рейтингові бали або послабити позиції чинної влади. Все це у сукупності створює наполегливий інформаційний шум, що ускладнює для громадян відрізнення правди від брехні. Війна лише посилила ставки у цій грі, зробивши медіаграмотність населення питанням національної безпеки.

3.1.3 Ключові теми політичної дезінформації сьогодення: війна, вибори, економічні маніпуляції

Тематика власне війни – найпотужніший кластер політичної дезінформації як зовнішнього, так і внутрішнього походження. Сюди входять всі фейки, що стосуються бойових дій, становища на фронті, втрат, воєнних злочинів тощо. Основні російські наративи воєнної тематики вже розглянуто вище (про «нацистів», «визвольну місію» і заперечення злочинів). Додамо, що ворог активно експлуатує чутливі теми війни, аби деморалізувати українське суспільство. Аналітики з’ясували, що кремлівські інформаційні операції уважно відстежують і використовують такі болючі для українців сюжети: проблеми мобілізації, великі втрати на фронті, труднощі контрнаступу, зниження постачання зброї з Заходу, а також будь-які конфлікти між різними гілками української влади чи між військовим і політичним керівництвом (Троян В, 2024).

Саме ці теми російська сумнозвісна «Агенція соціального дизайну» (АСД) взяла за основу своєї кампанії з розхитування України у 2023–24 рр., як показало журналістське розслідування.

Приклади воєнної дезінформації включають:

- неправдиві заяви про капітуляцію чи втечу керівництва (перші дні вторгнення росіяни запустили фейк, ніби Зеленський покинув Київ – Офіс Президента спростував це відеозверненнями самого Зеленського з центру столиці);

- повідомлення про «успіхи» росіян та поразки ЗСУ, перебільшення взяття міст (РФ не раз оголошувала захоплення населених пунктів ще до завершення боїв, створюючи хибну картину невідворотної поразки України);

- навпаки, фейкові «перемоги» України, щоб потім розчарувати суспільство (був випадок, коли у соцмережах розійшлась неправдива новина про звільнення Херсону ще до реального відступу росіян – це могло бути зроблено, щоб спровокувати завищені очікування, а у разі затримки викликати зневіру);

- численні інсинуації довкола воєнних злочинів (як-то згадане заперечення Бучі, чи твердження, що українські військові самі обстрілюють мирні міста, «щоб виставити росіян варварами»). Кожен резонансний випадок – від удару по Краматорському вокзалу до знищення Каховської ГЕС – супроводжувався шквалом взаємних звинувачень, де російська сторона намагалася перекласти провину на Україну.

Ціль воєнної дезінформації – підірвати волю українців до спротиву і посіяти сумніви щодо правдивості будь-яких повідомлень про перебіг війни. Як наслідок, частина людей може впасти в зневіру («нас зливають», «все пропало, ми не переможемо»), а інша частина – втратити довіру до офіційної інформації і піддатися панічним чуткам. Проте соціологія дає і обнадійливі сигнали: більшість українців вже навчилися критично сприймати російські наративи про війну. За даними опитування USAID-Internews 2023 року, респонденти масово стикалися з основними кремлівськими тезами, але значно частіше відкидали їх як неправдиві, ніж вірили (Internews USAID, 2023). Наприклад, українці майже одностайно не погоджуються з твердженням, що «Україна не зможе перемогти Росію» чи що «у розпал війни винен НАТО». Це свідчить про певний імунітет

суспільства до воєнної дези, вироблений за роки протистояння.

Тема виборів в Україні – ще один напрям, де концентрується політична дезінформація. Виборчі процеси вразливі до інформаційних впливів, адже під час них суспільство поляризоване, а обсяг повідомлень зростає в рази. Російська пропаганда традиційно приділяє увагу українським виборам, намагаючись або втрутитися у їх перебіг, або поставити під сумнів їхню легітимність. Вже згадувалося, що Кремль вкидав меседжі про наперед начебто сфальсифіковані вибори 2019 року (Fakty ICTV, 2019). Були спроби і кібервтручань – напередодні голосування фіксувалися атаки на сервери ЦВК, джерела яких вели в Росію.

Окрім зовнішнього втручання, вибори супроводжувалися внутрішніми фейками. У 2019 році спостерігачі громадянської мережі ОПОРА та фактчекери StopFake фіксували приклади дезінформації у медіа: скажімо, поширювались неправдиві «новини» про зняття того чи іншого кандидата, вигадані цитати від їх імені, маніпулятивні соціологічні рейтинги тощо. Представник StopFake зазначав, що прямих брутальних фейків проти Зеленського з боку росЗМІ тоді майже не було – ймовірно, Кремль обрав тактику не демонізувати його публічно (Вплив фейків на вибори в Україні, 2019). Натомість російські «інфовійська» більше били по тодішньому президенту Порошенку, зображуючи його партію як партію війни, корупції і банкрутства країни. Після перемоги Зеленського російська пропаганда певний час займала вичікувальну позицію, але згодом знов активізувалася проти нового керівництва.

На локальному рівні дезінформація під час виборів проявлялася у вигляді чорного піару: наприклад, під час місцевих виборів 2020 р. розсилалися фейкові агітаційні листівки від імені конкурентів, інсинуувалися неіснуючі домовленості між партіями. Такі технології хоч і не завжди мають російський слід, але формують токсичне інформаційне середовище, де виборцю важко розібратися, де правда.

Повномасштабна війна внесла свої корективи: вибори 2022–2023 років були відкладені, але російська дезінформація вже націлилася на майбутні вибори в Україні та партнерських країнах. Зокрема, фіксуються наративи, спрямовані на дискредитацію самої ідеї виборів під час війни. Російські спікери твердять, що чесні вибори у воюючій країні неможливі, або що Захід «призначить» потрібний

результат. Це робиться, щоб у разі проведення виборів оголосити їх «фарсом» незалежно від реального перебігу.

Цікаво, що діяльність АСД (Агенції соціального дизайну), згаданої вище, була спрямована не лише проти України, а й на втручання у вибори в країнах ЄС (Троян В, 2024). Витік документів засвідчив, що російські політтехнологи планували на виборах до Європарламенту та на національних виборах у ключових державах Європи просувати ультраправі проросійські партії. Інструментами були ті ж фейки та маніпуляції – від вигаданих новин, стилізованих під західні ЗМІ, до меседжів про «зрадницьку політику урядів, що ведуть Європу до війни з Росією». Тобто вибори є мішенню дезінформаторів не лише в Україні, а й всюди, де ставки високі для Кремля.

Україна, маючи власний досвід, ще з 2014 року вибудовує механізми захисту виборів від дезінформації. Залучаються і законні методи (блокування явно ворожих ресурсів), і просвітницькі (курси для журналістів, проєкти з підвищення медіаграмотності електорату). Результати поки що неоднозначні: з одного боку, українці стали більш скептичними до політичних фейків, з іншого – у соцмережах усе ще багато некритичного поширення чуток. Війна консолідувала суспільство і збільшила довіру до офіційної інформації, що грає на руку боротьбі з ворожими тезами про вибори. Але у разі проведення виборів під час війни слід очікувати нової хвилі дезінформації – від сумнівів у можливості голосування військових і переселенців до провокацій щодо зриву виборчого процесу через обстріли. Українське суспільство і влада мають бути готовими до інформаційного протистояння на цьому фронті.

Економічна ситуація та корупція – третій великий блок тем, навколо яких концентрується політична дезінформація. Росія систематично експлуатує тему економічних труднощів України, намагаючись представити державу як «банкрута на утриманні Заходу». З початком повномасштабної війни ці меседжі лише посилились: кремлівська пропаганда твердить, що українська економіка нібито знаходиться в руїні, вся інфраструктура знищена, люди масово бідніють і голодують. Мета – підірвати стійкість тилу і викликати невдоволення громадян. Наприклад, російські канали не раз запускали фейкові «новини» про дефолт України, про те, що гривня от-от знеціниться до фантастичного рівня, або що

уряд скасує соціальні виплати через відсутність грошей. Такі вкиди могли спричиняти паніку: навесні 2022 через чутки про проблеми найбільшого банку почалися масові зняття готівки, хоча насправді система працювала стабільно (уряд прямо вказував на цю паніку як наслідок ворожої ІПСО) (Ukraine: The perils of PrivatBank – Eric Ellis, 2016).

Особливу увагу пропаганда РФ приділяє корупції в Україні. Цей меседж розрахований і на внутрішню, і на зовнішню аудиторію. Всередині країни підкреслення корупційних скандалів має сіяти розчарування та злість: «за що ми воюємо, якщо верхівка краде». А на Заході кремлівські лобісти використовують корупційну тему, щоб аргументувати: «не варто допомагати Україні, там все розкрадають». Таким чином, наратив про тотальну корупцію став одним із ключових в дезінформаційному арсеналі. Причому він часто спирається на реальні випадки (яких у воєнний час вистачає, на жаль), але подається з гіперболізацією і без контексту.

Дослідження українського Національного агентства з питань запобігання корупції (НАЗК) показало, наскільки великий обсяг дезінформації циркулює в соцмережах щодо корупційної тематики. У серпні 2024 року частка дезінформаційних повідомлень про корупцію становила майже 41% від усіх згадок на цю тему у соцмережах України (Ukraine: The perils of PrivatBank – Eric Ellis, 2016). Тобто майже половина дискурсу про боротьбу з корупцією в інфопросторі формується під впливом пропагандистських каналів, пов’язаних з РФ. Моніторинг зафіксував 608 джерел у Telegram, Facebook, X (Twitter), що скоординовано розганяли корупційні скандали, перебільшуючи їх та додаючи вигадки. Найчастіше такі повідомлення відштовхуються від автентичних подій, які набули розголосу – арешти корупціонерів, гучні викриття – але додають пропагандистські меседжі (Електроний ресурс \ НАЗК, 2024). Наприклад, якщо затримали чиновника-хабарника, проросійські ресурси починають кричати про «тотальну корумпованість усієї влади», заявляють, що «всі крадуть західну допомогу», або що «звичайним людям нічого не перепаде при відбудові, бо все розкрадуть». Хоча реальна подія одна, дезінформація роздуває з неї узагальнення на всю країну.

Маніпуляції на економічних темах також проявляються через викривлення

даних. Можуть публікуватися фейкові «статистичні звіти» про падіння ВВП чи інфляцію у фантастичних розмірах. Або, наприклад, вкидалася теза, що «всі аграрії збанкрутували, Україна більше не посіє хліб», щоб спровокувати страх голоду. У відповідь на це уряд і незалежні медіа змушені були приводити справжні цифри, які показували далеку від істини картину. Але спростування часто не мають такої віральності, як первинні страшилки.

Користуючись важким економічним становищем воєнного часу, деякі українські політики теж можуть поширювати маніпулятивні твердження економічного характеру. Приміром, наголошувати, що уряд «навмисно доводить народ до зубожіння», чи висувати необґрунтовані обвинувачення у зраді національних інтересів під час укладання фінансових угод. Такі заяви часто підхоплюються російськими ЗМІ і цитуються вже як «думка самих українців про свою владу». Це ще один приклад, як внутрішній політичний піар грає на руку зовнішнім дезінформаторам.

Підсумовуючи, війна загострила всі старі проблеми і породила нові, й на кожну реальну проблему накладається шар дезінформації. Якщо раніше економічна тематика могла бути відносно відокремлена від питань безпеки, то тепер від курсу гривні і наповнення бюджету залежить обороноздатність країни. Тому внутрішні економічні фейки стали зброєю в руках ворога. Україна намагається реагувати прозорістю: регулярно публікуються звіти про використання західної допомоги, пояснення щодо макрофінансової ситуації, спростування від НБУ тощо. Це певною мірою знижує ефективність ворожих вкидів, але повністю нейтралізувати їх важко. Інформаційна гігієна населення, критичне сприйняття сенсаційних «новин» про економіку – ключові чинники, що дозволяють зберігати суспільний спокій.

3.2 Вплив дезінформації на політичні процеси, легітимність влади та демократичну стабільність в Україні

Вплив дезінформації на політичні процеси в Україні розглянемо з урахуванням особливостей російсько-української війни 2022 - 2024 років за наступними напрямками:

1. Медіа та дезінформація в період війни в Україні.

2. Соціальні мережі як інструмент дезінформації в період війни в Україні.

3. Вплив дезінформації на громадську думку та політичні рішення в період війни в Україні.

Війна в Україні, яка розпочалася у 2022 році, суттєво вплинула на медіа-ландшафт країни. Українські медіа зіткнулися з численними викликами, включаючи необхідність адаптації до нових умов, забезпечення безпеки журналістів та боротьбу з дезінформацією. Серед цих викликів виділемо наступні основні виклики для медіа (Звіт «Стан українських регіональних медіа 2024 року»; Українські медіа та війна. Електроний ресурс \ Підсумки моніторингів ІМІ 2022 року; Українські медіа та війна. Електроний ресурс \ Підсумки моніторингів ІМІ 2023 року):

1. Безпека журналістів: Війна створила небезпечні умови для роботи журналістів. Багато з них працювали в зонах бойових дій, ризикуючи своїм життям, щоб надати достовірну інформацію. Деякі журналісти були поранені або загинули під час виконання своїх обов'язків.

2. Фінансові труднощі: Війна призвела до зниження доходів від реклами та інших джерел фінансування для медіа. Багато видань були змушені скоротити свої бюджети, що вплинуло на якість та обсяг контенту.

3. Дезінформація та пропаганда: Російська агресія супроводжувалася масовою кампанією дезінформації. Українські медіа активно боролися з фейковими новинами та пропагандою, намагаючись забезпечити громадян достовірною інформацією.

Ключові проблеми, з якими мають справу незалежні, зокрема локальні, медіа у воєнних умовах наведено на рис.3. Результати розраховано на основі даних опитування незалежних регіональних медіа 2022 та 2023 років (Звіт «Стан українських регіональних медіа 2024 року»).

Це в свою чергу вимагає адаптації медіа до нових умов, а саме:

1. Використання нових технологій: Українські медіа активно використовували соціальні мережі та інші цифрові платформи для поширення новин. Це дозволило швидко реагувати на події та доносити інформацію до широкої аудиторії.

2. Співпраця з міжнародними організаціями: Багато українських медіа отримували підтримку від міжнародних організацій, які надавали фінансову допомогу, технічну підтримку та навчання для журналістів.

3. Фактчекінг та медіаграмотність: Для боротьби з дезінформацією українські медіа активно впроваджували фактчекінг та проводили кампанії з підвищення медіаграмотності серед населення.

В якості прикладів успішних ініціатив щодо адаптації медіа до нових умов можна навести наступні:

1. Інститут масової інформації (IMI). IMI проводив моніторинг українських медіа та надавав рекомендації щодо покращення якості контенту та боротьби з дезінформацією.

2. Проєкт "StopFake". Цей проєкт був створений для перевірки фактів та спростування фейкових новин про Україну. Він став важливим інструментом у боротьбі з дезінформацією.

3. Співпраця з міжнародними медіа. Українські журналісти активно співпрацювали з міжнародними медіа, такими як BBC, CNN та Reuters, щоб донести правду про події в Україні до світової спільноти.

Треба зазначити, що соціальні мережі перетворилися на ключовий механізм для розповсюдження дезінформації під час російсько-української війни 2022-2024 років Соціальні мережі, які диктують ритм новин. (Дослідження IMI, 2024). Вони використовувалися для розповсюдження фейкових новин, маніпуляцій та створення вражень, які можуть змінити громадську думку та вплинути на політичні рішення (див. рис. 4).

Серед основних методів дезінформації саме в соціальних мережах (з прикладами) можна навести наступні:

1. Фейкові новини: соціальні мережі стали платформою для поширення фейкових новин. Наприклад, у 2022 році було поширено фейкові повідомлення про те, що певні райони Києва захоплені російськими військами. Ці повідомлення викликали паніку серед населення та ускладнили ситуацію для українських військових.

2. Маніпуляції з фотографіями та відео: поширення змінених або вирваних з контексту фотографій та відео стало ще одним засобом дезінформації.

Наприклад, було поширено відео, яке нібито показувало обстріли мирних жителів з українських позицій, тоді як насправді це було змонтоване відео з різних джерел.

3. Боти та фейкові облікові записи: використання ботів та фейкових облікових записів для поширення дезінформації стало поширеною практикою. Ці облікові записи створюють ілюзію масової підтримки або опозиції до певних дій чи подій, впливаючи на думку громадськості.

4. Дезінформація часто розповсюджується через вірусний контент, такий як меми та графічні зображення, які швидко стають популярними та досягають великої аудиторії. Наприклад, меми, що поширюють фейкові новини про героїчні дії або злочини, можуть мати значний вплив на сприйняття громадськості.

При цьому, має все це має значний вплив як на громадську думку, так і безпосередньо на політичні рішення. Наприклад, вплив на громадську думку може полягати в наступному:

1. Зміна уявлень про події: соціальні мережі впливають на сприйняття реальності. Наприклад, фейкові новини про військові успіхи або поразки можуть змінити уявлення людей про хід війни.

2. Поляризація суспільства: дезінформація може призводити до поляризації суспільства, створюючи відчуття "ми проти них". Це посилює конфлікти всередині країни та ускладнює процес знаходження компромісів.

В свою чергу, вплив на політичні рішення може полягати в тому, що дезінформація може впливати на політичні рішення, зокрема:

1. Вибори та підтримка уряду: дезінформація могла впливати на результати виборів та підтримку уряду. Наприклад, поширення фейкових новин про корупцію чи зраду могло знизити довіру до певних політиків або партій, що впливало на їхні шанси на виборах. Це могло призвести до зміни політичного ландшафту та прийняття рішень, які не відповідали реальним потребам населення.

2. Політичні рішення та законодавство: політики могли приймати рішення на основі неправдивої інформації, що призводило до неправильного прийняття законів або недостатнього фінансування для відповідних програм. Наприклад, фейкові новини про загрозу з боку певних груп населення могли призвести до

прийняття дискримінаційних законів або обмеження прав і свобод громадян.

3. Міжнародні відносини: дезінформація могла впливати на міжнародні відносини України. Наприклад, поширення фейкових новин про співпрацю України з терористичними організаціями могло знизити підтримку з боку міжнародної спільноти та призвести до дипломатичних ускладнень.

При цьому, наприкінці, треба зазначити, що загальний рівень довіри до медіа знизився, і лише 47% опитаних висловлюють повну або часткову довіру до них. Найбільше довіряють інформації від Генштабу та Міністерства оборони, хоча і тут спостерігається зниження довіри. Серед медіа найбільшу довіру мають національні телеканали та вебсайти. Проте радіо та друковані видання демонструють тенденцію до зростання довіри (див. рис. 5).

На заключення наведемо важливу думку директора Могилянської школи журналістики, засновник і головний редактор порталу StopFake Євгена Федченка «… одним із значущих досягнень України, що дало можливість здобути стратегічні переваги в комунікації та використати ці переваги для зміцнення внутрішньої стійкості та створення міжнародної коаліції, стало раннє нейтралізування російської системи дезінформації. Це стало можливим завдяки ефективному використанню періоду з 2014 року для глибокого вивчення російської доктрини інформаційної війни, її стратегій, основних гравців та платформ. Завдяки цьому Україна змогла нейтралізувати ключові наративи, спрямовані на виправдання російського вторгнення, та привернути увагу міжнародної спільноти до проблеми російської дезінформації, пояснивши її вплив і дискредитувавши основні пропагандистські тези. Все це було досягнуто задовго до агресії в лютому 2022 року…» (Є. Федченко).

Таким чином, вплив дезінформації на політичні процеси в Україні є складним питанням, особливо в контексті російсько-української війни 2022 - 2024 років. Розглядаючи це питання за трьома основними напрямками: медіа та дезінформація в період війни, соціальні мережі як інструмент дезінформації, та вплив дезінформації на громадську думку та політичні рішення, можна побачити, як дезінформація створює хибні уявлення про події, поляризує суспільство та впливає на емоційний стан населення. Вона також може призводити до прийняття неправильних політичних рішень та ускладнювати міжнародні

відносини.

3.3 Державна політика та інституційні механізми протидії дезінформації в умовах гібридної війни

Російська повномасштабна агресія, розпочата у лютому 2022 року, супроводжується безпрецедентною хвилею політичної дезінформації та пропаганди. Україна отримала унікальний досвід протидії цьому «інформаційному фронту», мобілізувавши державні інституції, громадянське суспільство та міжнародну підтримку. Уряд впровадив надзвичайні заходи – від створення спеціалізованих центрів та єдиного телемарафону новин до санкцій проти пропагандистів. Паралельно незалежні фактчекінгові проєкти розширили свою діяльність, оперативно спростовуючи фейки. У цьому аналізі розглянуто ключові кроки України після 2022 року в боротьбі з дезінформацією, міжнародну допомогу в цих зусиллях, законодавчі нововведення, оцінено ефективність фактчекерів та вплив державної політики на медіасередовище і громадську думку. Наведені дані ґрунтуються на урядових звітах, дослідженнях та матеріалах міжнародних організацій, а також проілюстровані узагальнювальними таблицями.

3.3.1 Державні ініціативи протидії політичній дезінформації на сучасному етапі

Центр протидії дезінформації (ЦПД) при РНБО став ключовою державною ланкою у боротьбі з фейками та політичною дезінформацією. Створений у 2021 році, з початком війни він перейшов у цілодобовий режим роботи, відстежуючи дезінформаційні вкиди та оперативно їх спростовуючи. ЦПД координує міжвідомчі зусилля, поширює офіційні роз’яснення та попередження для громадян. Зокрема, Центр публікує списки так званих «інфотерористичних» Telegram-каналів та медіа, що діють проти України (How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth). На основі моніторингу ЦПД готує

пропозиції щодо внесення пропагандистських ресурсів і осіб до санкційних списків. Наприклад, український ЦПД разом із західними партнерами ідентифікував мережі кремлівських пропагандистів у соцмережах, деякі з яких були згодом включені до санкцій ЄС (Електроний ресурс \ ЄС затвердив 16-й пакет санкцій проти рф - 24.02.2025). Така координація дозволила обмежити діяльність ворожих інформаційних ресурсів не лише в Україні, а й за кордоном.

Блокування пропагандистських каналів і кіберзагроз. Влада України у співпраці з технологічними компаніями та спецслужбами знешкоджує канали розповсюдження дезінформації. На початку війни всі великі телевізійні канали були об'єднані в єдиний інформаційний марафон (про нього детальніше – далі), що унеможливило ретрансляцію ворожої пропаганди на ТБ. Служба безпеки України (СБУ) активно виявляє та припиняє діяльність підпільних інтернет-ресурсів, ботоферм і Telegram-каналів, які поширюють панічні чутки чи координуються російськими спецслужбами. Наприклад, у 2023 році СБУ викрила і ліквідувала мережу ботоферм із аудиторією ~200 тисяч, що діяла для дестабілізації ситуації в Україні (How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth). Важливим досягненням стало співробітництво з глобальними платформами: за повідомленнями урядовців, компанія Google на запит українського уряду заблокувала понад 170 YouTube-каналів, що порушували закон та ширили фейки (How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth). Державні органи (Міноборони, МВС, розвідка тощо) також застосовують методи "naming and shaming" – публічно називають підконтрольні РФ джерела дезінформації, закликаючи населення їх не читати. Таким чином, через поєднання технічного блокування, санкцій та публічного осуду держава значно скоротила присутність відверто ворожої пропаганди у своєму інформаційному просторі.

РНБО України після 2022 р. систематично запроваджує санкції проти медіа та осіб, причетних до інформаційної агресії. Санкційні списки включають як російські державні телеканали і сайти, так і українських громадян – колишніх політиків, блогерів, медіавласників – які співпрацюють з ворогом. Наприклад, у 2024 році рішенням РНБО продовжено на 10 років санкції проти проросійських блогерів Анатолія Шарія та Ігоря Гужви за систематичну антиукраїнську

пропаганду (Новина Detector Media, 2024). Ці обмеження передбачають блокування їхніх активів і повну заборону діяльності медіаресурсів, зокрема блокування доступу в Україні до сайтів на кшталт “Sharij.net” та інших пов’язаних сторінок. Ще раніше, рішеннями РНБО та указами Президента були закриті три проросійські телеканали, пов’язані з олігархом В.Медведчуком (112 Україна, NewsOne, ZIK) – цей крок ще у 2021 році фактично вигнав кремлівські наративи з українського телеефіру (Г. Петренко, 2023). Хоча такі дії викликали певну критику з боку міжнародних правозахисників як обмеження свободи слова, українське суспільство здебільшого підтримало жорсткі заходи, необхідні для захисту інформаційного суверенітету в умовах війни.

«Єдині новини» – об’єднаний телемарафон. У перший день вторгнення запущено безпрецедентний проєкт – спільний цілодобовий телеефір, що транслюється одночасно всіма провідними телеканалами країни. Цей марафон, брендований як «Єдині новини», був задуманий для протидії російській дезінформації та підняття морального духу українців. У єдиному ефірі провідні медіагрупи по черзі готують інформаційні блоки, забезпечуючи безперервне оновлення новин. Президент Володимир Зеленський назвав телемарафон «інформаційною зброєю, яка працює на Україну проти Росії». На думку влади, цей формат виправдав себе: він гарантував єдність порядку денного, оперативне спростування фейків і уникнення паніки. Телемарафон швидко завоював довіру аудиторії – 96% телеглядачів, які отримують новини по ТБ, дивляться «Єдині новини», і 84% з них повністю або частково довіряють цьому ефіру (Ukrainians Consume More News and Trust Their Media More During Russia’s War in 2022 - November 28, 2022). Такий високий рівень довіри пояснюється стриманим тоном подачі інформації, відсутністю «токсичних» політичних ток-шоу та постійною присутністю офіційних спікерів, що спростовують російські фейки. Водночас телемарафон фактично усунув телеконкуренцію та плюралізм думок на центральному ТБ, оскільки всі канали транслюють однаковий контент. Деякі медіаексперти критично відзначають, що влада може бути зацікавлена продовжувати монопольний контроль телепростору з політичних мотивів. Попри певну втому частини глядачів від одноманітного ефіру, у воєнний час більшість визнає необхідність цього заходу для національної безпеки.

Підтримка медіаграмотності та попередження фейків. Ще до повномасштабної війни в Україні тривали зусилля з підвищення медіаграмотності населення, які посилилися після 2022 року. Державні органи (Міністерство культури та інформаційної політики тощо) спільно з громадськими організаціями реалізують просвітницькі проєкти, покликані навчити громадян критично оцінювати інформацію. Приміром, у 2021 році запущено національний проєкт "Фільтр" з медіаграмотності, а в 2022–2023 рр. НГО продовжили тренінги та інформаційні кампанії навіть під час війни. Ця робота дала відчутний результат – рівень медіаграмотності українців у 2022 р. значно зріс. Соціологічні дані свідчать, що наприкінці 2022 року лише 6% населення мали низький рівень медіаграмотності, тоді як 81% продемонстрували рівень від середнього до високого (Ukraine's media landscape in 2022). Експерти пояснюють такі зміни систематичною просвітницькою роботою та тим, що російська збройна агресія сама по собі підірвала довіру українців до російських джерел інформації. Іншими словами, масова аудиторія стала менш вразливою до ворожих фейків і більш критично сприймає будь-які повідомлення, перевіряючи їх достовірність.

Роль і ефективність фактчекінгових організацій. У боротьбі з дезінформацією величезну роль відіграли українські незалежні фактчекінгові проєкти – передусім StopFake та VoxCheck, а також Detector Media, Texty.org.ua, «По той бік новин» та інші (Ukraine's media landscape in 2022). Багато з них виникли ще після 2014 року, набувши досвіду протидії кремлівським інформаційним операціям, і до 2022 р. сформували розгалужену мережу експертів та волонтерів (Г. Петренко, 2023). З початком повномасштабної війни ці організації значно розширили масштаби роботи. Вони цілодобово моніторять інформаційний простір, виявляючи фейки як про військові події, так і про політичні та економічні теми, та публікують спростування на своїх платформах і в соцмережах. Так, StopFake щотижня готує огляди фейкових новин кількома мовами, а VoxCheck перевіряє сумнівні заяви чиновників та повідомлення в медіа. Ефективність цих зусиль проявилася у зростанні їхньої аудиторії: за даними опитування Internews (липень-вересень 2022), понад 25% українців уже знайомі з фактчекінговими сервісами і довіряють їм. Серед найвідоміших для населення ресурсів респонденти назвали саме StopFake, VoxCheck, Detector

Media, проєкти “Без Брехні” та “По той бік новин”. Тобто чверть громадян свідомо звертаються до таких джерел для перевірки сумнівної інформації – це свідчить про високий рівень довіри і значний вплив фактчекерів на громадську думку. Міжнародні спостерігачі також високо оцінили українські фактчек-проєкти: у 2022 році сім незалежних українських медіа (серед них StopFake) були удостоєні премії Free Media Pioneer Award від Міжнародного прес-інституту за новаторську журналістику під час війни. Крім того, сайт StopFake включено Бібліотекою Конгресу США до архіву як важливе джерело, що документує російську пропаганду у війні. VoxCheck, своєю чергою, інтегрований у світову мережу фактчекерів (учасник Міжнародної фактчекінгової мережі Poynter з 2018 р., партнер Meta з 2020 р.), а також реалізує спільні проєкти з відстеження російської дезінформації в кількох країнах Європи (Propaganda Diary 2022-2023). Усе це демонструє, що українські неурядові ініціативи стали потужним «вуликом» проти російського інформаційного «мамонта» (How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth. Hybrid CoE Research Report 11) – численні невеликі команди швидко і гнучко реагують на кожен випад дезінформації, часто випереджаючи повільну пропагандистську машину Кремля (див. табл. 10)

3.3.2 Міжнародні ініціативи на підтримку політики України в сфері протидії російській дезінформації

Протидія російській дезінформації стала пріоритетом не лише для України, а й для її партнерів. У 2022–2023 рр. міжнародна спільнота запровадила цілу низку програм і санкцій, спрямованих на допомогу Україні в інформаційній війні. Серед них – кроки Євросоюзу щодо заборони кремлівських медіа, підтримка НАТО у зміцненні стратегічних комунікацій, фінансова та експертна допомога з боку США та G7, а також зусилля глобальних медіаплатформ. Нижче узагальнено головні міжнародні ініціативи(див. табл. 10):

1. Європейський Союз. ЄС ще з 2015 року діє East StratCom Task Force з проєктом EUvsDisinfo, що відстежує і спростовує прокремлівську дезінформацію. З початком великої війни ЄС суттєво посилив заходи: вже 2 березня 2022 року на рівні всього Союзу заборонено мовлення російських

державних каналів RT та Sputnik – їхній контент відключено на всіх платформах (ТБ, кабель, супутник, онлайн) в Європі (Politico: “EU officially boots Russia’s RT, Sputnik outlets” 2022). Це був безпрецедентний крок, покликаний «перекрити кремлівський кран дезінформації» в країнах ЄС. Надалі санкційні пакети ЄС неодноразово включали блокування інших пропагандистських медіа: зокрема, під заборону потрапили ресурси «РИА Новости», Russia Today різними мовами, «Спутнік», а також пізніше – сайти NewsFront, SouthFront, Tsargrad тощо (Електроний ресурс \ ЄС затвердив 16-й пакет санкцій проти рф - 24.02.2025). Паралельно EUvsDisinfo акумулює факти дезінформації про війну: станом на початок 2023 р. база даних містила понад 5 тисяч кейсів дезінформації, спрямованої проти України (EU support for Ukraine). Євросоюз фінансово підтримує українські проєкти у сфері медіа та стратегічних комунікацій – зокрема, Центр стратегічних комунікацій при Мінкульті та Суспільне мовлення – щоб посилити їхню спроможність протистояти пропаганді. Важливо, що заходи ЄС координуються з українською стороною: Україна регулярно передає партнерам дані про ворожі інформаційні операції, що сприяє узгодженому реагуванню (скажімо, пропозиції ЦПД щодо санкцій проти російських пропагандистів були враховані при ухваленні санкцій ЄС).

2. НАТО та міжнародна безпекова співпраця. Після 2014 року Україна отримує допомогу від НАТО у протидії гібридним загрозам, і цей напрям лише посилився після повномасштабного вторгнення. У межах Комплексного пакету допомоги НАТО (CAP), започаткованого 2016-го, українські фахівці пройшли численні тренінги зі стратегічних комунікацій, кібербезпеки та протидії інформаційним операціям (NATO: Повідомлення “Ukraine – Comprehensive Assistance Package” 2025). Напередодні війни такі заходи допомогли зміцнити стійкість українського інформаційного простору. Після 24.02.2022 НАТО розгорнуло програми невідкладної допомоги: надавалися засоби захищеного зв’язку, кіберзахисту, обладнання для виявлення дронів та інші ресурси, що опосередковано впливають і на інформаційну безпеку. Важливо, що стратегічні комунікації стали частиною довгострокового співробітництва – Альянс консультує українські структури, як ефективно доносити правду про війну до світової спільноти та власного населення. У 2023 р. НАТО заявило про

перетворення допомоги Україні на багаторічну програму, де серед пріоритетів – протидія дезінформації та зміцнення інституцій, відповідальних за інформаційну безпеку. Окрім НАТО, інші міжнародні безпекові платформи (наприклад, Група семи, ЄС тощо) створили механізми обміну інформацією про російські інформаційні операції, що дозволяє швидше спростовувати фейки на глобальному рівні.

3. США, G7 та міжнародні партнери. Сполучені Штати та інші західні держави надали значну підтримку Україні у протистоянні дезінформації – як матеріальну, так і експертну. Американські агентства (наприклад, USAID, Урядовий Центр глобальної взаємодії – GEC) запустили спеціальні програми після 2022 р., спрямовані на підтримку незалежних медіа, кіберзахист та боротьбу з пропагандою. Уже у квітні 2022 Держдепартамент США оголосив про багатомільйонну програму протидії російській дезінформації, а USAID екстрено профінансував переміщення українських редакцій у безпечні місця та надання техніки для мовлення із укриттів (Ukraine struggles to counter Russian disinfo without US support). У результаті цієї допомоги українські медіа спромоглися продовжити роботу навіть в умовах обстрілів, а фактчекери отримали інструменти (доступ до даних, програмні рішення) для відстеження фейків онлайн. Представники РНБО України відзначали, що американська фінансова підтримка була критично важливою для кібер- та інформаційної безпеки країни. Також Канада, Велика Британія та інші союзники профінансували проєкти з навчання українських журналістів, розробки платформ для викриття дезінформації (наприклад, британська підтримка створення Центру стратегічних комунікацій у 2021 р. На рівні великої сімки діє Механізм швидкого реагування G7 на дезінформацію – у 2022–23 рр. його експерти неодноразово публічно спростовували вигадки Росії про «біолабораторії США в Україні», «поставки зброї терористам» тощо, підкріплюючи тим самим позицію України на інформаційному фронті.

4. Медіаплатформи та технологічні компанії. Важливим чинником міжнародної підтримки стала реакція глобальних соцмереж і ІТ-компаній. Під тиском урядів та громадськості найбільші платформи переглянули свою політику щодо кремлівського контенту. У перші тижні війни Meta (Facebook, Instagram)

понизила у видачі або заблокувала сторінки RT і Sputnik для користувачів у Європі; Twitter позначив акаунти російських державних ЗМІ як пропагандистські; TikTok обмежив функціонал у РФ, щоб ускладнити розповсюдження фейків. YouTube пішов далі – глобально забанив канали RT, Sputnik та інших держмедіа РФ по всьому світу (не лише в ЄС). Ці кроки позбавили Росію наймасовіших західних майданчиків для своєї брехні. Крім того, компанії активно співпрацюють з українським урядом: Meta і Google регулярно отримують від Мінцифри та Центру протидії дезінформації списки ворожих акаунтів і оперативно їх блокують (How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth. Hybrid CoE Research Report 11). Як наслідок, російська «фабрика тролів» втратила значну частину аудиторії у соцмережах, а поширення дезінформації на популярних платформах помітно скоротилося. Звичайно, Росія шукає обхідні шляхи – переходить у менш модеровані мережі або запускає нові сайти – але міжнародна IT-спільнота постійно вдосконалює методи виявлення фейкових акаунтів (використовується штучний інтелект, аналіз трафіку тощо). Таким чином, «цифровий щит», створений у співпраці України та технологічних гігантів, став важливою частиною глобальної відсічі інформаційній агресії.

3.3.3 Законодавчі ініціативи в політичній сфері та санкційні механізми після 2022 року

Український уряд усвідомлює, що для системної протидії дезінформації потрібне належне правове підґрунтя. Після початку повномасштабної війни було здійснено декілька важливих кроків у вдосконаленні законодавства та процедур, спрямованих на захист інформаційного простору.

Новий закон «Про медіа». Наприкінці 2022 року Верховна Рада ухвалила комплексний Закон «Про медіа», який став знаковим оновленням застарілого медіазаконодавства. Цей закон вперше поширив державне регулювання і на онлайн-медіа та платформи спільного доступу до інформації (соцмережі, відеохостинги), встановивши механізми реагування на дезінформацію в цифровому середовищі (Г.Петренко, 2023). Закон розширив повноваження національного медіарегулятора (Нацрада з телебачення і радіомовлення) – тепер

він може швидше застосовувати санкції до ЗМІ, що поширюють фейки чи мову ворожнечі, аж до блокування доступу (за рішенням суду) для найгірших порушників. Важливо, що новий закон розроблявся за участі ЄС та відповідає євродирективам, адже його ухвалення було однією з вимог для статусу кандидата в ЄС. Більшість медійних НУО і міжнародних експертів підтримали цей закон, наголошуючи на посиленні демократичної підзвітності медіа у боротьбі з пропагандою (Г.Петренко, 2023). Водночас деякі журналістські спілки висловлювали застереження, що розширені повноваження регулятора потенційно можуть бути використані для надмірного тиску на невеликі медіа або опозиційні ресурси. Тому імплементація закону ретельно відстежується громадянським суспільством. Загалом же, закон «Про медіа» створив сучасну правову рамку, яка дозволяє державі більш ефективно реагувати на інформаційні загрози, зокрема у соціальних мережах та інтернеті, які стали основним полем бою з дезінформацією.

Спроби запровадити закон про дезінформацію. Ще у 2019–2020 роках в Україні обговорювався окремий законопроєкт «Про протидію дезінформації», ініційований Міністерством культури. Він пропонував жорсткіші покарання за поширення фейків (штрафи і навіть кримінальну відповідальність для «інфоагентів» Кремля). Однак тоді цей проєкт зазнав суттєвої критики – журналістська спільнота і міжнародні організації (ОБСЄ, «Репортери без кордонів») заявили, що нечіткі формулювання загрожують свободі слова і можуть використовуватися для переслідування незгодних (Г.Петренко, 2023). Завдяки активній позиції громадянського суспільства від спірних норм відмовилися, і законопроєкт не був поданий на голосування. Натомість зосередилися на більш комплексному підході – якраз через згаданий вище закон про медіа, де питання дезінформації враховані збалансовано. Таким чином, український досвід показав важливість консультацій з медіаспільнотою – поспішні суворі закони можуть нашкодити свободі слова, тому краще інтегрувати норми протидії фейкам у ширший контекст медіареформи.

Механізми санкцій та контролю в умовах війни. Окремо слід відзначити правовий режим воєнного стану, який впливає на інформаційну політику. З початком агресії указом Президента та законами було введено воєнний стан, що

надав владі додаткові повноваження для контролю над медіапростором в інтересах оборони. На практиці це вилилося у кілька кроків: по-перше, згадане рішення РНБО про об’єднання телеканалів (формально закріплене указом Президента як «єдина інформаційна політика»); по-друге, цензурні обмеження на висвітлення переміщень військ, роботи ППО тощо (щоб ворог не отримав чутливої інформації). Такі тимчасові обмеження узгоджуються з міжнародним правом, адже Україна офіційно дерогувала (відступила від) окремих зобов’язань щодо свободи слова на період війни (Ukraine’s media landscape in 2022: martial law unavoidably restricted freedom of expression and Telegram emerged as the primary news source amidst war). У підсумку, запровадження військової цензури було вимушеним кроком, який унеможливив витік стратегічної інформації та сприяв консолідації суспільства. Влада оперативно реагувала на інформаційні загрози: наприклад, заборонено діяльність проросійських політичних партій (навесні 2022 р. призупинено, згодом суд ліквідував ОПЗЖ та інші), які часто були ретрансляторами кремлівських тез. Також СБУ отримала ширші повноваження затримувати осіб за підозрою в співпраці з ворогом – у тому числі за поширення ворожої пропаганди (кримінальні провадження за статтями про держзраду, колабораціонізм). За повідомленнями СБУ, у 2022–23 рр. викрито десятки інформаторів, які збирали і передавали ворогу дані для інформаційних диверсій або паніки.

Водночас уряд і парламент намагалися діяти в правовому полі й мінімізувати обмеження свободи слова. Наприклад, хоча доступ до деяких державних реєстрів було закрито з міркувань безпеки, вже з середини 2022 року ситуацію поступово нормалізували (Ukraine’s media landscape in 2022: martial law unavoidably restricted freedom of expression and Telegram emerged as the primary news source amidst war), повертаючи прозорість там, де це не шкодить обороні. Українське суспільство в цілому погоджується з необхідністю тимчасових жорстких заходів – опитування свідчать про підтримку більшістю заборони проросійських медіа і партій. Водночас активні громадські організації (Інститут масової інформації, Детектор медіа тощо) моніторять можливі зловживання владою в інформаційній сфері і публічно нагадують про важливість зберегти демократичні стандарти навіть під час війни.

Підсумовуючи, законодавчі та санкційні ініціативи України після 2022 р. утворили багаторівневу систему: жорсткі, але легітимні обмеження для ворожої пропаганди; оновлені правила для медіа-ринку з урахуванням цифрової епохи; чіткий механізм санкцій проти інформаційних злочинців, синхронізований з західними партнерами. Цей правовий фундамент покликаний не лише реагувати на поточні загрози, а й інституційно зміцнити інформаційну безпеку України на майбутнє.

3.3.4 Вплив державної політики на медіапростір, громадську та політичну думку

Безпрецедентні заходи, вжиті Україною у відповідь на агресивну дезінформаційну кампанію РФ, суттєво трансформували національний медіапростір. Державна інформаційна політика воєнного часу мала як позитивні результати, так і викликала певні побоювання щодо довгострокового впливу на свободу медіа. Розглянемо основні наслідки:

Очищення медіаполя від ворожої пропаганди. Жорсткі рішення – закриття проросійських каналів, блокування сайтів, санкції проти прокремлівських персонажів – привели до майже повного зникнення відкрито проросійських меседжів у легальному медіапросторі України. Якщо до 2022 р. окремі ЗМІ та політики могли ретранслювати наративи РФ (про «зовнішнє управління», «мир будь-якою ціною» тощо), то після початку війни інформаційна єдність суспільства стала безпрецедентною. Практично усі загальнонаціональні медіа тепер дотримуються проукраїнської державницької позиції, що є природним в умовах боротьби за виживання нації. Кремлівські тези виживають хіба на маргінесах соцмереж або в приватних розмовах, але їх публічне озвучування отримує різко негативну реакцію. Опитування фіксують рекордну довіру до Збройних сил, президента та офіційних джерел інформації серед населення – наприклад, повідомлення Генштабу чи Офісу Президента про ситуацію на фронті довіряють 73–79% українців (Ukrainians Consume More News and Trust Their Media More During Russia’s War, 2022). Натомість довіра до російських медіа впала до мінімуму навіть серед традиційно русифікованих груп. Сама реальність

війни спростувала багато російських фейків (про «зустріч з квітами», «фашистів у Києві» тощо), і держава забезпечила максимальне донесення правди про російські злочини (Буча, Маріуполь) як до своїх громадян, так і за кордон. Таким чином, український інфопростір очистився від відвертої дезінформації, а суспільство згуртувалось навколо спільних наративів спротиву.

Зростання довіри до українських медіа та стійкості аудиторії. На відміну від багатьох країн, де надмірна пропаганда може підривати довіру до ЗМІ, в Україні державна інформаційна політика радше підвищила довіру громадян до власних джерел новин. Дослідження Internews 2022 року виявило, що українці стали споживати більше новин і довіряти медіа більше, ніж до війни. Зокрема, 84% опитаних телеглядачів зазначили, що довіряють об'єктивності об'єднаного телемарафону (Ukrainians Consume More News and Trust Their Media More During Russia's War in 2022 - November 28,2023). Навіть критики визнають, що марафон став для людей «тихою гаванню» – джерелом офіційних новин без паніки, де завжди можна почути підтверджену інформацію. Показово, що попри падіння частки телебачення в структурі медіаспоживання (лише ~36% користуються ТБ для новин у 2022 проти 57% до війни), ті, хто продовжує дивитися телевізор, обирають саме канал з марафоном (UA:Перший або інші) (Ukrainians Consume More News and Trust Their Media More During Russia's War in 2022 - November 28,2023). Загалом люди переключилися на цифрові платформи (Telegram, YouTube), але й там вони активно підписані на офіційні українські канали (керівники держави, міські голови, військові адміністрації), що стали основними постачальниками новин. Висока довіра до керівництва країни (рейтинг довіри до президента перевищує 70% весь воєнний час) корелює з довірою до інформації від влади. Це означає, що громадська думка консолідована і менш схильна піддаватися ворожим інформаційним впливам. Російські спроби посіяти паніку (наприклад, через фейки про масову втечу керівництва чи дефіцит товарів) здебільшого провалювалися – українці перевіряли факти через офіційні канали і не піддавалися провокаціям.

Цікавий феномен: навіть масовані інформаційно-психологічні операції РФ часто мали протилежний ефект. Наприклад, коли восени 2022 року росіяни ударами по енергетиці намагалися викликати невдоволення українців своєю

владою за відключення світла, результат був іншим – люди ще більше згуртувалися і звинувачували саме Росію, а не свій уряд (How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth. Hybrid CoE Research Report 11). Це відзначають дослідники: українське суспільство виявилося здатним правильно ідентифікувати джерело проблеми, не піддавшись на наратив «винна влада». Тут відіграла роль і комунікація уряду – регулярні звернення Президента, місцевої влади з поясненнями ситуації, – і загальний рівень зрілості громадян.

Обмеження плюралізму та ризики для свободи слова. З іншого боку, тотальна централізація інформаційної політики породжує довгострокові ризики. Повна відсутність альтернативних точок зору на національному телебаченні означає, що суспільна дискусія звузилась. Критики зауважують, що опозиція втратила доступ до телеефіру – канали, пов'язані з нею (Прямий, Еспресо), були фактично витіснені з цифрового ефіру навесні 2022 і перейшли мовити лише в інтернеті. Державний марафон наголошує на позитивних новинах і часто уникає складних тем, що призводить до певної самоцензури журналістів. Довіра аудиторії висока, але критичні експерти побоюються, що за тривалого військового стану люди можуть стомитися від одноманітного офіціозу, а відсутність конкуренції знижує якість контенту. Вже у 2023 році соціологи зафіксували зниження регулярної аудиторії телемарафону – зростає частка тих, хто переходить винятково на Telegram та YouTube для отримання більш різноманітної інформації. Вільна преса в регіонах також відчуває тиск: хоча прямої цензури з боку військових адміністрацій майже нема, є фінансові труднощі та дилема патріотизму (журналісти свідомо уникають критики військового командування чи уряду, щоб не «нашкодити єдності»). Отже, медіаплюралізм постраждав – втручання олігархів зменшилося, натомість зросла роль держави (Ukraine's media landscape in 2022: martial law unavoidably restricted freedom of expression and Telegram emerged as the primary news source amidst war). Україна має врахувати цей виклик – після перемоги необхідно буде відновити повноцінний демократичний дискурс, не втративши при цьому здобутків у протидії фейкам.

Формування національної єдності та вплив на суспільні настрої. Інформаційна політика воєнного часу стала потужним чинником консолідації

нації. Постійна присутність патриотичних меседжів, історій героїзму, спростування ворожих наклепів – усе це підсилило патріотичні настрої. Опитування Carnegie Endowment у 2022–23 рр. показали, що українці надзвичайно згуртовані у вірі в перемогу та відстоюванні незалежності, попри всі труднощі війни (War and Peace: Ukraine's Impossible Choices). Звісно, основна причина – сам факт згуртування перед смертельною загрозою. Але вклад інформаційного фронту теж значний: держава вчасно інформувала про успіхи фронту, не приховувала важких втрат, але й не давала приводу для паніки. Відверта комунікація (скажімо, визнання тяжкої ситуації в Маріуполі, чесні повідомлення про втрати серед цивільних) підвищила кредит довіри до уряду. В результаті в громадській думці переважає розуміння складності становища і готовність терпіти незручності заради перемоги. Навіть критичні питання (корупція, політична конкуренція) відкладені на «після війни». Таким чином, інформаційна політика сприяла підтримці морального духу і громадянської згуртованості в Україні. Кремлівські наративи про «втому українців від війни» чи «внутрішні чвари» не знаходять масового відгуку – соціологія фіксує радше протилежне, високий рівень довіри один до одного та до інституцій.

З іншого боку, деякі аналітики застерігають: довготривала відсутність опозиційного голосу може призвести до інформаційних «бульбашок» та недовіри у майбутньому, якщо після війни не буде проведена своєчасна деконсолідація медіаполя. Уже зараз є сигнал – 16% респондентів (переважно переселенці) вважають марафон занадто оптимістичним і далеким від їхнього болючого досвіду (Ukrainians Consume More News and Trust Their Media More During Russia's War in 2022 - November 28, 2022). Це вказує на потребу враховувати різні аудиторії та проблеми, щоб не втратити довіри окремих груп.

Висновки до розділу 3

Медіа в Україні під час війни зіткнулися з численними викликами, але змогли адаптуватися до нових умов та продовжувати надавати достовірну інформацію. Використання нових технологій, співпраця з міжнародними організаціями та активна боротьба з дезінформацією стали ключовими

факторами успіху українських медіа в цей складний період.

Соціальні мережі перетворилися на ефективний механізм для розповсюдження дезінформації. в Україні під час війни 2022-2024 років. Використання фейкових новин, маніпуляцій та ботів впливає на громадську думку, сприяє поляризації суспільства та впливає на політичні рішення. Водночас, активна боротьба з дезінформацією через фактчекінг, співпрацю з різноманітними цифровими мережами (наприклад, соціальними) та підвищення медіаграмотності є ключовими елементами у протистоянні цій загрозі.

Дезінформація має значний вплив на політичні процеси в Україні, зокрема в умовах війни з Росією 2022-2024 років. Це питання розкривається через три основні лінії: роль медіа у поширенні дезінформації в період війни, соціальні мережі як потужний інструмент маніпуляцій, а також вплив на громадську думку та політичні рішення. Дезінформація створює хибні уявлення про реальні події, поглиблює розкол у суспільстві та маніпулює емоціями людей. Вона здатна призвести до ухвалення помилкових рішень на політичному рівні та ускладнює дипломатичні відносини, змінюючи хід важливих переговорів.

Статистика свідчить про безпрецедентні масштаби інформаційних атак після лютого 2022, проте й про зростання медіаграмотності українців. В порівнянні з попередніми роками, українське суспільство більш згуртоване перед обличчям фейків і значно краще усвідомлює їхнє походження та небезпеку. Водночас ворог постійно вдосконалює методи, намагаючись використати демократичні свободи (свободу слова, відкритість інтернету) для просування своєї брехні.

Український досвід боротьби з дезінформацією з 2022 року – це приклад комплексного підходу в умовах масштабної війни. Держава оперативно залучила всі можливі важелі: створила профільні центри та єдину інформаційну платформу, застосувала санкції та правові механізми, інтегрувала зусилля силових структур і медіарегулятора. Водночас громадянське суспільство відіграло критичну роль – незалежні фактчекери, журналісти, волонтери інформаційного фронту підготували ґрунт ще у 2014–2021 рр., а з початком великої війни стали невід’ємною частиною національної системи протидії фейкам. Координація між урядом і НУО часто носила неформальний, гнучкий

характер, що дозволило швидко вирішувати проблеми без зайвої бюрократії. Міжнародна підтримка посилила українські спроможності – країна використовувала найкращі практики партнерів, отримувала ресурси і експертизу, а також досягла синергетичного ефекту: коли західні санкції та дії техкомпаній підтримували українські зусилля, кремлівська пропаганда втрачала вплив одночасно на внутрішню і зовнішню аудиторію.

Ефективність української боротьби з дезінформацією підтверджують як вимірювані показники, так і якісні спостереження. З вимірюваного: значно зросла медіаграмотність населення; щонайменше чверть громадян активно користуються фактчек-ресурсами; тисячі ворожих фейків були вчасно спростовані, не отримавши масового поширення. З якісного боку – Україні вдалося зберегти внутрішню єдність та високий моральний дух, інформаційно ізолювати суспільство від ворога (окупант не зміг “зламати” українців через ІПСО). Навпаки, у багатьох аспектах Україна нав’язала свою інформаційну повістку світові: глобальні медіа використовують українські офіційні дані, наратив про Україну як жертву агресії та героїчний спротив домінує в більшості країн.

Україна опинилася на передньому краї не лише військового, а й інформаційного фронту. Попри шалений тиск, український медіапростір не зламався: критичне мислення суспільства, волонтерські ініціативи з фактчеку, державні кроки з блокування відверто ворожих ресурсів – все це склало елементи системної відповіді.

ВИСНОВКИ

Дезінформація, що поширюється через медіа та соціальні мережі, набула системного характеру й перетворилася на потужний інструмент інформаційної та політичної боротьби, особливо в умовах російсько-української війни. У межах міждисциплінарного підходу — на перетині політології, журналістикознавства та комунікативістики — дослідження виявило складну природу дезінформації як медіапродукту та як інструменту впливу на політичні процеси. Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити такі ключові висновки:

1. Дезінформація становить серйозну загрозу для політичної стабільності та демократичного розвитку, оскільки впливає на механізми легітимації влади, формування громадської думки й політичну поведінку громадян. У цифровому середовищі, де домінують емоційні наративи, фейки можуть визначати суспільний порядок денний та призводити до ухвалення нераціональних політичних рішень. Для ефективної протидії цьому явищу необхідно інтегрувати освітні (медіаграмотність), політичні (державна політика), нормативні (регулювання соцмереж) та технологічні інструменти.

2. Українські медіа, державні інституції та громадянське суспільство продемонстрували адаптивність і здатність до опору дезінформації, що особливо актуально в умовах повномасштабної війни. Водночас, ефективність протидії значною мірою залежить від налагодженої співпраці між журналістськими структурами, фактчекінговими ініціативами, цифровими платформами та міжнародними партнерами. Досвід України засвідчує, що навіть в умовах війни можливо вибудовувати інформаційну стійкість і захищати політичні процеси від зовнішніх і внутрішніх маніпуляцій.

3. Соціальні мережі залишаються головним каналом поширення політичної дезінформації, який поєднує фактори алгоритмічної підстроювання контенту, динаміки ботмереж і емоційного впливу. Аналіз показав, що механізми постправди — створення «версій реальності», маніпулювання фактами, активація поляризації — активно використовуються для впливу на виборчу поведінку та суспільні настрої. Водночас заходи з підвищення цифрової грамотності, розбудови незалежних інституцій контролю та впровадження

адаптивної інформаційної політики вже демонструють позитивні результати в обмеженні впливу фейків на політичне життя.

У підсумку, вивчення дезінформації в умовах гібридної війни потребує цілісного аналізу всього циклу: від виробництва фейків — до їхніх політичних наслідків, з урахуванням функціонування медіа, соціальних мереж та особливостей воєнного часу. Такий підхід дозволяє не лише глибше зрозуміти природу дезінформації, а й сформулювати практичні рекомендації для державної політики, журналістської практики та громадянського супротиву в інформаційному полі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бурдяк П. Боротьба з дезінформацією у соцмережах: погляд зі Сполучених Штатів. Центр демократії та верховенства права (CEDEM), 31.01.2024. – Режим доступу: https://cedem.org.ua/analytics/borotba-dezinformatsiya-usa/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

2. Васюк Н. Механізми реалізації державної політики протидії дезінформації у сфері охорони здоров'я: зарубіжний досвід для України // Investytsiyi praktyka ta dosvid. 2023. – Режим доступу: https://nayka.com.ua/index.php/investplan/article/view/1909. (дата звернення: 15.05.2025р.).

3. ВоксЧек (VoxCheck). Дезінформація про Україну в російських та проросійських телеграм-каналах – аналітичне дослідження, 2023. – Режим доступу: https://narratives.voxukraine.org/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

4. Вплив фейків на вибори в Україні – 18.04.2019 – Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/a/svoboda-v-detalyah-vplyv-feykiv-na-vybory-v-ukrayini/29889989.html. (дата звернення: 15.05.2025р.).

5. Гурківська А. Змістовна демаркація постправди, пропаганди, дезінформації та неправдивої інформації // Grani. 2023. – Режим доступу: https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/1892. (дата звернення: 15.05.2025р.).

6. Джерелом інформації у 40% новин в українських онлайн-медіа є соцмережі, — дослідження IMI, 12 грудня 2024. – Режим доступу: https://detector.media/infospace/article/235880/2024-12-12-dzherelom-informatsii-u-40-novyn-v-ukrainskykh-onlayn-media-ie-sotsmerezhi-doslidzhennya-imi/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

7. Євген Федченко Основні наративи дезінформації, які формують війну та її вплив на кінетичну війну. Режим доступу: https://ekmair.ukma.edu.ua/server/api/core/bitstreams/11754450-31bb-47dc-8bbf-a6f5541857a1/content. (дата звернення: 15.05.2025р.).

8. ЄС затвердив 16-й пакет санкцій проти рф - 24.02.2025 – Режим

доступу: https://cpd.gov.ua/international-direction/yevropa/yes-zatverdyv-16-j-paket-sankczij-proty-rf/#:~:text=▫%EF%B8%8FДо%20нового%20санкційного%20списку%20увійшли%2C,та%20інших%20підконтрольних%20кремлю%20медіа. (дата звернення: 15.05.2025р.).

9. Колісник О. Соціально-психологічні та феноменологічні аспекти дослідження проблеми дезінформації у міжособистісному спілкуванні // 2021. – Режим доступу: http://visnyk.nuou.org.ua/article/view/226179. (дата звернення: 15.05.2025р.).

10. Мельник Ю. Вплив дезінформації на державну інформаційну політику: вітчизняний та зарубіжний досвід // Філософія та політологія в контексті сучасної культури. 2023. – Режим доступу: https://fip.dp.ua/index.php/FIP/article/view/1182. (дата звернення: 15.05.2025р.).

11. НАЗК (Національне агентство із запобігання корупції). Понад 40% повідомлень про корупцію та боротьбу з нею є дезінформацією – результати моніторингу соцмереж у серпні. – Офіційний вебсайт НАЗК, Новини, 10.09.2024. – Режим доступу: https://nazk.gov.ua/uk/ponad-40-povidomlen-pro-koruptsiyu-ta-borotbu-z-neyu-e-dezinformatsieyu-rezultaty-monitoryngu-sotsmerezh-u-serpni/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

12. Новина Detector Media: “Зеленський продовжив санкції РНБО проти Шарія та Гужви”, 22.08.2024 – Режим доступу: https://detector.media/infospace/article/231164/2024-08-22-zelenskyy-prodovzhyv-sanktsii-rnbo-proty-shariya-ta-guzhvy/#:~:text=match%20at%20L267%20Президент%20Володимир,медіаресурсів%2C%20які%20поширюють%20антиукраїнську%20пропаганду. (дата звернення: 15.05.2025р.).

13. Панченко О. Дезінформація в сучасних соціо-культурних умовах інформаційної екосистеми // Наукові перспективи (Naukovi perspektivi). 2021. – Режим доступу: http://perspectives.pp.ua/index.php/np/article/view/306. (дата звернення: 15.05.2025р.).

14. Пропаганда та дезінформація: що найбільше впливає на український інфопростір – 25 грудня, 2024 – Режим доступу:

https://nsju.org/novini/propaganda-ta-dezinformacziya-shho-najbilshe-vplyvaye-na-ukrayinskyj-infoprostir/#:~:text=Повномасштабне%20вторгнення%20Росії%20в%20Україну,Вона%20охоплює%20все%20від. (дата звернення: 15.05.2025р.).

15. Різник В. А. Протидія дезінформації в політичній рекламі: правовий аспект // Herald of Lviv University of Trade and Economics Law sciences. 2023. – Режим доступу: http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-law/article/view/1353. (дата звернення: 15.05.2025р.).

16. Рік після виборів: чи підтримували Зеленського російські боти – 21 квітня 2020 – Режим доступу: https://www.radiosvoboda.org/a/rik-pislia-vyboriv-chy-pidtrymuvaly-zelenskogo-rosiyski-boty/30564473.html. (дата звернення: 15.05.2025р.).

17. Соціальні мережі, які диктують ритм новин. Дослідження IMI, 11.12.2024 Режим доступу: https://imi.org.ua/monitorings/sotsialni-merezhi-yaki-dyktuyut-rytm-novyn-doslidzhennya-imi-i65389?form=MG0AV3. (дата звернення: 15.05.2025р.).

18. Стан українських регіональних медіа 2024 року, звіт. Режим доступу: https://research.mediadevelopmentfoundation.org/?form=MG0AV3#intro. (дата звернення: 15.05.2025р.).

19. США знайшли спосіб, як протидіяти іноземній дезінформації, не порушуючи свободи слова. – Детектор медіа, 27.02.2024. – Режим доступу: https://detector.media/infospace/article/223498/2024-02-27-ssha-znayshly-sposib-yak-protydiyaty-inozemniy-dezinformatsii-ne-porushuyuchy-svobody-slova/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

20. Троян В. Журналісти викрили агенцію, що працює на Кремль та дискредитує Україну (розслідування) // Інститут масової інформації (IMI). – 17.09.2024. – Режим доступу: https://imi.org.ua/news/zhurnalisty-vykryly-agentsiyu-shho-pratsyuye-na-kreml-ta-dyskredytuye-ukrayinu-i63685. (дата звернення: 15.05.2025р.).

21. У Сенат США надійшов законопроект про боротьбу з пропагандою Росії. – Українська правда, 17.03.2016. – Режим доступу: https://www.pravda.com.ua/news/2016/03/17/7102346/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

22. Українські медіа та війна. Підсумки моніторингів IMI 2022 року. Режим доступу: https://imi.org.ua/monitorings/ukrayinski-media-ta-vijna-pidsumky-monitoryngiv-imi-2022-roku-i49921?form=MG0AV3. (дата звернення: 15.05.2025р.).

23. Українські медіа та війна. Підсумки моніторингів IMI 2023 року. Режим доступу: https://imi.org.ua/monitorings/-i58282?form=MG0AV3. (дата звернення: 15.05.2025р.).

24. Fakty ICTV. Вибори в Україні 2019: фейки, дезінформація та пропаганда РФ // Факти ICTV. – 05.02.2019. – Режим доступу: https://fakty.com.ua/ua/svit/20190205-vybory-v-ukrayini-2019-fejky-dezinformatsiya-ta-propaganda-rf/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

25. Харинович М. Дезінформація для дискредитації // Український тиждень. – 02.10.2024. – Режим доступу: https://tyzhden.ua/dezinformatsiia-dlia-dyskredytatsii/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

26. Як українці користувалися медіа та соцмережами у 2024 році, дослідження. Режим доступу: https://bazilik.media/iak-ukraintsi-korystuvalysia-media-ta-sotsmerezhamy-u-2024-rotsi/?form=MG0AV3. (дата звернення: 15.05.2025р.)

27. 2018 Code of Practice on Disinformation. Режим доступу: https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/2018-code-practice-disinformation#:~:text=regulatory%20standards%20to%20fight%20disinformation,demonetization%20of%20purveyors%20of%20disinformation. (дата звернення: 15.05.2025р.).

28. Adair B. 15 years later, we haven’t given up on facts; neither should you. – PolitiFact.com, 22.08.2022. – Режим доступу: https://www.politifact.com/article/2022/aug/22/fifteen-years-later-we-havent-given-facts-neither-/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

29. Adler, W. T. A Lie Can Travel: Election Disinformation in the United States, Brazil, and France. 2022. Режим доступу: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00104140231193008. (дата звернення: 15.05.2025р.).

30. ALEMANNO, Albertoet al.Disinformation and propaganda: Impact on the

functioning of the Rule of Law in the EU and its Member States. Brussels: European Parliament, Policy Department for Citizens' Rights and Constitutional Affairs, 2019. – Режим доступу: http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/608864/IPOL_STU(2019)608864_EN.pdf. (дата звернення: 15.05.2025р.).

31. Allcott H., Gentzkow M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. Journal of Economic Perspectives, 31(2), 211–236. DOI: 10.1257/jep.31.2.211.

32. Аналітична доповідь NED "Meeting the Russian Disinformation Threat: Ukrainian Civil Society's Response" – автор Галина Петренко, 2023 – Режим доступу: https://www.ned.org/wp-content/uploads/2023/02/NED_Forum-Meeting-the-Russian-Disinformation-Threat-Galyna-Petrenko.pdf#:~:text=the%20evolution%20of%20the%20Ukrainian,state's%20approach%20to%20disinformation. (дата звернення: 15.05.2025р.).

33. Arce, D. Disinformation Strategies // Defence and Peace Economics. 2024. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10242694.2024.2302236.

34. Aslett Kevin et al., "News Credibility Labels Have Limited Average Effects on News Diet Quality and Fail to Reduce Misperceptions," Science Advances 8, no. 18 (May 2022). – Режим доступу: https://www.science.org/doi/10.1126/sciadv.abl3844. (дата звернення: 15.05.2025р.).

35. Bachmann S. Hybrid Warfare and Disinformation: A Ukraine War Perspective. 2023. – Режим доступу: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1758-5899.13257. (дата звернення: 15.05.2025р.).

36. Bachmann, Sascha-Dominik Dov. Hybrid Warfare and Disinformation: A Ukraine War Perspective, 2023. – Режим доступу: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/1758-5899.13257. (дата звернення: 15.05.2025р.).

37. Bader, M. Disinformation in Elections // Security and Human Rights. 2018. – Режим доступу: https://www.shrmonitor.org/disinformation-in-elections/?gad_source=1&gclid=Cj

wKCAiA5pq-BhBuEiwAvkzVZXAbLE2CSQarK_2Pgr7pEjPsrt2kOVTr7TR9CLoVbzqOzKc7kNJm9hoCcnoQAvD_BwE. (дата звернення: 15.05.2025р.).

38. Baeşu V. Desinformation and Fundamental Human Rights // Acta Universitatis Danubius. Relationes Internationales. – 2023. – Vol. 16, No. 2. – P. 59–73.

39. Band, Gabriel. "Sanctions as a Surgical Tool Against Online Foreign Influence," Lawfare, September 15, 2022. – Режим доступу: https://www.lawfaremedia.org/article/sanctions-surgical-tool-against-online-foreign-influence. (дата звернення: 15.05.2025р.).

40. Barrett, Paul, Justin Hendrix, and J. Grant Sims, "Fueling the Fire: How Social Media Intensifies U.S. Political Polarization — And What Can Be Done About It," NYU Stern Center for Business and Human Rights, September 13, 2021. – Режим доступу: https://bhr.stern.nyu.edu/publication/fueling-the-fire-how-social-media-intensifies-u-s-political-polarization-and-what-can-be-done-about-it/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

41. Bennett. W. The Disinformation Order: Disruptive Communication and the Decline of Democratic Institutions, 2018. – Режим доступу: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0267323118760317. (дата звернення: 15.05.2025р.).

42. Bodó, Balázs, Natali Helberger, and Claes de Vreese, "Political Microtargeting: A Manchurian Candidate or Just a Dark Horse?" Internet Policy Review 6 (2017). – Режим доступу: https://policyreview.info/articles/analysis/political-micro-targeting-manchurian-candidate-or-just-dark-horse. (дата звернення: 15.05.2025р.).

43. Brattberg, Erik and Tim Maurer, "Russian Election Interference: Europe's Counter to Fake News and Cyber Attacks," Carnegie Endowment for International Peace, May 2018, – Режим доступу: https://carnegie-production-assets.s3.amazonaws.com/static/files/CP_333_BrattbergMaurer_Russia_Elections_Interference_FINAL.pdf. (дата звернення: 15.05.2025р.).

44. Braun, J & Eklund, J (2019) Fake News, Real Money: Ad Tech Platforms, Profit-Driven Hoaxes, and the Business of Journalism, Digital Journalism, 7(1).

45. Brown, Rachel and Laura Livingston, “Counteracting Hate and Dangerous Speech Online: Strategies and Considerations,” Toda Peace Institute, March 2019. – Режим доступу: https://toda.org/assets/files/resources/policy-briefs/tpb-34_brown-and-livingston_counteracting-hate-and-dangerous-speechonline.pdf. (дата звернення: 15.05.2025р.).

46. Bulger, Monica and Patrick Davison, “The Promises, Challenges, and Futures of Media Literacy,” Data & Society, February 21, 2018. – Режим доступу: https://datasociety.net/library/the-promises-challenges-and-futures-of-media-literacy/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

47. Caplan, R., Hanson, L., & Donovan, J. (2018). Dead Reckoning: Navigating Content Moderation After “Fake News.” Data & Society. – Режим доступу: https://datasociety.net/pubs/oh/DataAndSociety_Dead_Reckoning_2018.pdf. (дата звернення: 15.05.2025р.).

48. Carlson, M. (2009). Dueling, Dancing, or Dominating? Journalists and Their Sources. Sociology Compass, 3(4), 526–542.

49. Challenging Online Propaganda and Disinformation in the 21st Century / eds. M. Gregor, P. Mlejnková. – Cham : Palgrave Macmillan, 2021. – 273 p.

50. Countering Foreign Propaganda and Disinformation Act. Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/Countering_Foreign_Propaganda_and_Disinformation_Act#:~:text=The%20Countering%20Foreign%20Propaganda%20and,1. (дата звернення: 15.05.2025р.).

51. Data reveals big picture of the French 2017 presidential election: Social media, fake news, and political communities. Режим доступу: https://phys.org/news/2018-09-reveals-big-picture-french-presidential.html#:~:text=CNRS%20and%20EHESS%20researchers%20analyzed,are%20published%20in%20PLOS%20ONE. (дата звернення: 15.05.2025р.).

52. Davey, Jacob, Henry Tuck, and Amarnath Amarasingam, “An Imprecise Science: Assessing Interventions for the Prevention, Disengagement and De-radicalisation of Left and Right-Wing Extremists,” Institute for Strategic Dialogue, 2019. – Режим доступу: https://www.isdglobal.org/isd-publications/an-imprecise-science-assessing-interventions-for-the-prevention-disengagement-and-de-radicalisation-of-left-and-right-wing-extr

emists/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

53. de Nadal L., Jančárik P. (2024). Beyond the deepfake hype: AI, democracy, and “the Slovak case”. HKS Misinformation Review (22.08.2024).

54. Denton A. (2019). Fake News: The Legality of the Russian 2016 Facebook Influence Campaign. Boston Univ. Int’l Law Journal, 37(171).

55. Detector Media. США знайшли спосіб, як протидіяти іноземній дезінформації, не порушуючи свободи слова. – Детектор медіа, 27.02.2024. – *Режим доступу:* https://detector.media/infospace/article/223498/2024-02-27-ssha-znayshly-sposib-yak-protydiyaty-inozemniy-dezinformatsii-ne-porushuyuchy-svobody-slova/. *(дата звернення: 15.05.2025р.)*

56/ Diaz Ruiz, Carlos. Disinformation on Digital Media Platforms: A Market-Shaping Approach. New Media & Society, 2023. – Режим доступу: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/14614448231207644. (дата звернення: 15.05.2025р.).

57. Disinformation in the Russian invasion of Ukraine // Вікіпедія. – Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Дезінформація_під_час_російсько-української. (дата звернення: 15.05.2025р.).

58. Dowse, Andrew. Information Warfare: Methods to Counter Disinformation, 2022. – Режим доступу: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4452860. (дата звернення: 15.05.2025р.).

59. Duke Reporter's Lab: Misinformation spreads, but fact-checking has leveled off. Режим доступу: https://sanford.duke.edu/blog-post/duke-reporters-lab-misinformation-spreads-fact-checking-has-leveled/#:~:text=As%20of%202023%2C%20there%20are,This. (дата звернення: 15.05.2025р.).

60. Dunayeva L. M. Disinformation challenges during the Russian-Ukrainian war: political analysis // Politicus. 2022. – Режим доступу: https://research-api.cbs.dk/ws/portalfiles/portal/100303877/krainikova_tetiana_et_al_waves_of_disinformation_in_the_hybrid_russian-ukrainian_war_publishersversion.pd

f. (дата звернення: 15.05.2025р.).

61. Ekström, M., & Westlund, O. (2019a). Epistemology and journalism. In Oxford encyclopedia of journalism studies. Oxford: Oxford University Press.

62. EU Code of Practice on Disinformation (2018, strengthened 2022) – European Commission, Shaping Europe's Digital Future. – Режим доступу: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/protecting-democracy/strengthened-eu-code-practice-disinformation_en. (дата звернення: 15.05.2025р.).

63. EU support for Ukraine – Режим доступу: https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/eu-support-ukraine_en#:~:text=Russia's%20war%20of%20aggression%20in,cases%20of%20disinformation%20targeting%20Ukraine. (дата звернення: 15.05.2025р.).

64. Europe in the Age of Post-Truth Politics: Populism, Disinformation and the Public Sphere / eds. M. Conrad, G. Hálfdanarson, A. Michailidou, Ch. Galpin, N. Pyrhönen. – Cham : Palgrave Macmillan, 2023. – 259 p.

65. European Commission. (2022). 2018 Code of Practice on Disinformation. Shaping Europe's Digital Future (16.06.2022).

66. Ferrara E. (2017). Disinformation and Social Bot Operations in the Run Up to the 2017 French Presidential Election. First Monday, 22(8) (preprint arXiv:1707.00086).

67. Finnish youth taught how to spot disinformation (by AFP). – VOA News, 24.12.2024. – Режим доступу: https://www.voanews.com/a/finnish-youth-taught-how-to-spot-disinformation-/7912218.html. (дата звернення: 15.05.2025р.).

68. Fletcher, R., & Park, S. (2017). The impact of trust in the news media on online news consumption and participation. Digital Journalism, 5(10), 1281-1299.

69. François, Camille and evelyn douek, "The Accidental Origins, Underappreciated Limits, and Enduring Promises of Platform Transparency Reporting about Information Operations," Journal of Online Trust & Safety 1 (2021). – Режим доступу: https://tsjournal.org/index.php/jots/article/view/17. (дата звернення: 15.05.2025р.).

70. Géraldine Wuyckens, Normand Landry, and Pierre Fastrez, "Untangling

Media Literacy, Information Literacy, and Digital Literacy: A Systematic Meta-review of Core Concepts in Media Education," Journal of Media Literacy Education 14 (2022). – Режим доступу: https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol14/iss1/12/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

71. Media," Council on Foreign Relations, November 21, 2017. – Режим доступу: https://www.cfr.org/report/countering-russian-information-operations-age-social-media . (дата звернення: 15.05.2025р.).

72. Gillespie, Tarleton, "Do Not Recommend? Reduction as a Form of Content Moderation," Social Media + Society 8 (2022). – Режим доступу: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/20563051221117552. (дата звернення: 15.05.2025р.).

73. Grangeiro, José J. M. How Can Mass Communication Research Explain Disinformation? International Journal of Research and Innovation in Social Science, 2024. – Режим доступу: https://ideas.repec.org/a/bcp/journl/v8y2024i11p1341-1347.html. (дата звернення: 15.05.2025р.).

74. Graves, L. (2016). Deciding What's True: The Rise of Political Fact-Checking in American Journalism. New York, NY: Columbia University Press.

75. Hermida, A., Lewis, S. C., & Zamith, R. (2014). Sourcing the Arab Spring: A Case Study of Andy Carvin's Sources on Twitter during the Tunisian and Egyptian Revolutions. Journal of Computer-Mediated Communication: JCMC, 19(3), 479–499.

76. HERN, Alex; SAFI, MichaelHERN, Alex; SAFI, Michael. WhatsApp puts limit on message forwarding to fight fake news. The Guardian, January 21, 2019. Technology. – Режим доступу: https://www.theguardian.com/technology/2019/jan/21/whatsapp-limits-message-forwarding-fight-fake-news. (дата звернення: 15.05.2025р.).

77. Hernández, A. M. B. The handling of political disinformation in the TV series "Yes, Minister" (BBC, 1980-1984) and its impact on YouTube. 2021. – Режим доступу: https://www.semanticscholar.org/paper/The-handling-of-political-disinformation-in-the-TV-Hern%C3%A1ndez/0e47fa27b9587875f4a508a3a60f529716502a36. (дата

звернення: 15.05.2025р.).

78. How Ukraine fights Russian disinformation: Beehive vs mammoth. Hybrid CoE Research Report 11 – Режим доступу: https://www.hybridcoe.fi/wp-content/uploads/2024/01/20240124-Hybrid-CoE-Research-Report-11-How-UKR-fights-RUS-disinfo-WEB.pdf#:~:text=36%20Center%20for%20Countering%20Disinformation,ukraine. (дата звернення: 15.05.2025р.).

79 Humprecht, Edda. Resilience to Online Disinformation: A Framework for Cross-National Comparative Research, 2020. – Режим доступу: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1940161219900126. (дата звернення: 15.05.2025р.).

80. IDEIA BIG DATA.Elections and Fake News. October 2018. – Режим доступу: https://avaazimages.avaaz.org/EN%20IDEIA%20-%20Report%20AVAAZ_v2%203_EN%20version_pdf%20%281%29.pdf. (дата звернення: 15.05.2025р.).

81. Internews (USAID). Ukrainians Increasingly Rely on Telegram Channels for News and Information During Wartime – Press release, 15.11.2023. – Режим доступу: https://internews.org/ukrainians-increasingly-rely-on-telegram-channels-for-news-and-information-during-wartime/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

82. Judge, E. F. Disinformation, Digital Information Equality, and Electoral Integrity // Election Law Journal. 2019. – Режим доступу: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3518800. (дата звернення: 15.05.2025р.).

83. Krafft (2020): Krafft P.M., Donovan J. "Disinformation by Design: The Use of Evidence Collages and Platform Filtering in a Media Manipulation Campaign" // Political Communication. 2020. Vol. 37, Issue 2. P. 194–214. – Режим доступу: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10584609.2019.1686094. (дата звернення: 15.05.2025р.).

84. la Cour, Christina. Theorising Digital Disinformation in International Relations. International Politics, 2020. – Режим доступу: https://cadmus.eui.eu/handle/1814/70162. (дата звернення: 15.05.2025р.).

85. Lanoszka (2019): Lanoszka A. "Disinformation in International Politics" //

European Journal of International Security. 2019. Vol. 4, Issue 2. P. 227–248. – Режим доступу: https://www.cambridge.org/core/journals/european-journal-of-international-security/article/abs/disinformation-in-international-politics/49121D3134C4079BF51E5012E6BE247A. (дата звернення: 15.05.2025р.).

86. Lanoszka, Alexander. Disinformation in International Politics. European Journal of International Security, 2019. – Режим доступу: https://www.cambridge.org/core/journals/european-journal-of-international-security/article/abs/disinformation-in-international-politics/49121D3134C4079BF51E5012E6BE247A. (дата звернення: 15.05.2025р.).

87. LAZER, David M. Jet al.The Science of Fake News. Science, [s.l.]. v.359, issue 6380, p. 1094-1096, March 09, 2018. – Режим доступу: [підозріле посилання видалено]. (дата звернення: 15.05.2025р.).

88. Lecheler, S., & Kruikemeier, S. (2016). Re-evaluating journalistic routines in a digital age: A review of research on the use of online sources. New Media & Society, 18(1), 156-171.

89. Lemmon, Julia. The weaponization of fiction and truth: disinformation as hybrid warfare and its strategic use in the United States 2024 election. – Режим доступу: https://hrcak.srce.hr/323893. (дата звернення: 15.05.2025р.).

90. LONG, Clara. How False News Haunted the Brazilian Elections.Slate, October 30, 2018. Technology. – Режим доступу: https://slate.com/technology/2018/10/brazil-election-fake-news-whatsapp-facebook.html. (дата звернення: 15.05.2025р.).

91. Lorenz-Spreen, P., Oswald, L., Lewandowsky, S.et al.A systematic review of worldwide causal and correlational evidence on digital media and democracy.Nat Hum Behav7, 74–101 (2023). – Режим доступу: https://doi.org/10.1038/s41562-022-01460-1. (дата звернення: 15.05.2025р.).

92. Lyons T. (2018). New Research Shows Facebook Making Strides Against False News. Meta Newsroom (19 Oct 2018).

93. Manko M. The Ukrainian Media Counters Russian Disinformation. – German Marshall Fund, 2023. – Режим доступу: https://www.gmfus.org/ukrainian-media-counters-russian-disinformation. (дата

звернення: 15.05.2025р.).

94. Maréchal, Nathalie and Ellery Roberts Biddle, “It’s Not Just the Content, It’s the Business Model: Democracy’s Online Speech Challenge,” New America, March 17, 2020. – Режим доступу: https://www.newamerica.org/oti/reports/its-not-just-content-its-business-model/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

95. Mauk, M. Online Disinformation Predicts Inaccurate Beliefs About Election Fairness Among Both Winners and Losers // Comparative Political Studies. 2023.

96. McIntyre, L. (2018). Post-Truth. Cambridge, MA: The MIT Press.

97. Meyer R. The Grim Conclusions of the Largest-Ever Study of Fake News. – The Atlantic, 08.03.2018. – Режим доступу: https://www.theatlantic.com/technology/archive/2018/03/largest-study-ever-fake-news-mit-twitter/555104/. (дата звернення: 15.05.2025р.).

98. Meyers Z. Will the Digital Services Act save Europe from disinformation? – Centre for European Reform, 21.04.2022. – Режим доступу: https://www.cer.eu/insights/will-digital-services-act-save-europe-disinformation. (дата звернення: 15.05.2025р.).

99. Misinformation Campaigns through WhatsApp and Telegram in Presidential Elections in Brazil. Режим доступу: https://cacm.acm.org/latin-america-regional-special-section/misinformation-campaigns-through-whatsapp-and-telegram-in-presidential-elections-in-brazil/#:~:text=The%20uncontrolled%20dissemination%20of%20misinformation%2C,such%20as%20WhatsApp%20and%20Telegram. (дата звернення: 15.05.2025р.).

100. Misinformation poses a bigger threat to democracy than you might think, 05 June 2024. – Режим доступу: https://www.nature.com/articles/d41586-024-01587-3?form=MG0AV3. (дата звернення: 15.05.2025р.).

101. NATO: Повідомлення “Ukraine – Comprehensive Assistance Package” - 18 Feb. 2025 – Режим доступу: https://www.nato.int/cps/en/natohq/topics_231639.htm#:~:text=In%20the%20years%20before%20Russia’s,scale%20invasion%20in%20February%202022. (дата

звернення: 15.05.2025р.).

102. Narrating Disinformation: The Templates for Kremlin Lies / SCEEUS Report No. 10, 2021. – Stockholm: UI, 2021. – 11 p. (дані про базу EUvsDisinfo: 13 тис. кейсів) – Режим доступу: https://www.ui.se/globalassets/ui.se-eng/publications/sceeus/narrating-disinformation-the-templates-for-kremlin-lies-framsida.pdf. (дата звернення: 15.05.2025р.).

103. Nyhan, Brendan, Ethan Porter, Jason Reifler, Thomas Wood, "Taking Fact-Checks Literally But Not Seriously? The Effects of Journalistic FactChecking on Factual Beliefs and Candidate Favorability," Political Behavior 42 (2019). – Режим доступу: https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-019-09528-x. (дата звернення: 15.05.2025р.).

104. Olivieri, Alberto. Strategies for Combating Adversarial Information Operations: Theory and Practical Applications. European Conference on Cyber Warfare and Security, 2024. – Режим доступу: https://papers.academic-conferences.org/index.php/eccws/article/view/2435. (дата звернення: 15.05.2025р.).

105. Pamment J. The EU's Role in Fighting Disinformation: Taking Back the Initiative. – Carnegie Endowment for International Peace, 15.07.2020. – Режим доступу: https://carnegieendowment.org/2020/07/15/eu-s-role-in-fighting-disinformation-taking-back-initiative-pub-82286. (дата звернення: 15.05.2025р.).

106. Pedriza, S. B. Sources, Channels and Strategies of Disinformation in the 2020 US Election: Social Networks, Traditional Media and Political Candidates // Journalism and Media. 2021.

107. Pennycook, Gordon, Adam Bear, Evan T. Collins, and David G. Rand, "The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Headlines Increases Perceived Accuracy of Headlines Without Warnings," Management Science 66, no. 11 (November 2020). – Режим доступу: https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/mnsc.2019.3478. (дата звернення: 15.05.2025р.).

108. Politico: "EU officially boots Russia's RT, Sputnik outlets", 02.03.2022 – Режим доступу:

https://politico.eu/article/russia-rt-sputnik-illegal-europe/#:~:text=Kremlin,amid%20Moscow%27s%20invasion%20of%20Ukraine. (дата звернення: 15.05.2025р.).

109. PolitiFact. Режим доступу: https://en.wikipedia.org/wiki/PolitiFact#:~:text=PolitiFact%20, praised%20and%20criticized%20by. (дата звернення: 15.05.2025р.).

110. Propaganda Diary 2022-2023: VoxCheck presents the database of Russian propaganda in the European mass media - 26 April 2023 – Режим доступу: https://voxukraine.org/en/propaganda-diary-2022-2023-voxcheck-presents-the-database-of-russian-propaganda-in-the-european-mass-media#:~:text=of%20Russian%20disinformation%20narratives%20in,of%20Kremlin%20propaganda%20in%20Europe. (дата звернення: 15.05.2025р.).

111. Quandt, T. (2018). Dark participation. Media and Communication, 6(4), 36-48.

112. Recommendations to Defend America's Election Infrastructure," Brennan Center for Justice, October 23, 2019. – Режим доступу: https://www.brennancenter.org/our-work/research-reports/recommendations-defend-americas-election-infrastructure. (дата звернення: 15.05.2025р.).

113. Sarcinschi, Alexandra. Discussing Hybrid Warfare via Social Psychology: The Case of Disinformation and Propaganda Exploiting Minority Groups, 2024. – Режим доступу: https://www.proquest.com/docview/3092894776/20D94F5AC7DA4EF4PQ/4?sourcetype=Conference%20Papers%20&%20Proceedings. (дата звернення: 15.05.2025р.).

114. SHAO, Chengcheng et al.The spread of low-credibility content by social botsNature communications, vol. 9 (1), 2018. – Режим доступу: https://www.nature.com/articles/s41467-018-06930-7. (дата звернення: 15.05.2025р.).

115. Silveira P., Gancho C. (2020). Social media, disinformation, and regulation of the electoral process: a study based on 2018 Brazilian election experience. Revista de Investigações Constitucionais, 7(2), 429–458. DOI: 10.5380/rinc.v7i2.71057.

116. Study: Twitter bots played disproportionate role spreading misinformation during 2016 election. Режим доступу: https://news.iu.edu/live/news/25569-study-twitter-bots-played-disproportionate-role#:

~:text=For%20instance%2C%20the%20study%20cites,a%20major%20administration%20talking%20point. (дата звернення: 15.05.2025р.).

117. Syrovátka, J. Towards a model that measures the impact of disinformation on elections // European View. 2023. – Режим доступу: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/17816858231162677. (дата звернення: 15.05.2025р.).

118. Syrovátka, Jonáš. Towards a Model That Measures the Impact of Disinformation on Elections, 2023. – Режим доступу: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/17816858231162677. (дата звернення: 15.05.2025р.).

119. Tandoc, E. C., Jr., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”. Digital Journalism, 6(2), 137-153. – Режим доступу: https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143. (дата звернення: 15.05.2025р.).

120. The “#Macron leaks” operation: a post-mortem. Режим доступу: https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/the-macron-leaks-operation-a-post-mortem/#:~:text=Council%20www,a%20hack%20targeting%20the. (дата звернення: 15.05.2025р.).

121. The Record: Стаття “Ukraine struggles to counter Russian disinfo without US support”, 14.02.2025 – Режим доступу: https://therecord.media/ukraine-russia-disinformation-us-foreign-aid. (дата звернення: 15.05.2025р.).

122. “Threat Report: The State of Influence Operations 2017-2020,” Meta, May 2021. – Режим доступу: https://about.fb.com/wp-content/uploads/2021/05/IO-Threat-Report-May-20-2021.pdf. (дата звернення: 15.05.2025р.).

123. Treyger E. Hate and Dehumanization in Russia’s Narrative on Ukraine. – RAND Corporation, Research Brief, 06.02.2025. – Режим доступу: https://www.rand.org/pubs/research_briefs/RBA3450-1.html.

124. Tucker, Joshua A. Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature, 2018. – Режим доступу: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3144139. (дата звернення: 15.05.2025р.).

125. Twitter flagged Donald Trump's tweets with election misinformation: They continued to spread both on and off the platform. Режим доступу: https://misinforeview.hks.harvard.edu/wp-content/uploads/2021/08/sanderson_twitter_trump_election_20210824.pdf. (дата звернення: 15.05.2025р.).

126. Ukraine: The perils of PrivatBank – Eric Ellis, April 29, 2016 – Режим доступу: https://www.euromoney.com/article/27bjsstsqxhkmh0ydxfso/banking/ukraine-the-perils-of-privatbank#:~:text=Dubilet%20says%20he%20too%20had,"%20He%20rejects%20any. (дата звернення: 15.05.2025р.).

127. Ukraine's media landscape in 2022: martial law unavoidably restricted freedom of expression and Telegram emerged as the primary news source amidst war - 2024-01-11 – Режим доступу: https://cmpf.eui.eu/ukranian-media-landscape-in-2022/#:~:text=On%20the%20other%20hand%2C%20in,". (дата звернення: 15.05.2025р.).

128. Ukrainians Consume More News and Trust Their Media More During Russia's War in 2022 - November 28, 2022 - – Режим доступу: https://internews.org/ukrainians-consume-more-news-are-more-resilient-to-disinformation-and-trust-their-media-more-during-russias-war-in-2022/#:~:text=The%20United%20News%20Telethon%20is,for%20consumption%20of%20Ukrainian%20news. (дата звернення: 15.05.2025р.).

129. War and Peace: Ukraine's Impossible Choices – Режим доступу: https://carnegieendowment.org/research/2024/06/ukraine-public-opinion-russia-war?lang=en. (дата звернення: 15.05.2025р.).

130. What Are French Voters Sharing Over Twitter In Round Two? Режим доступу: https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2017/05/What-Are-French-Voters-Sharing-Over-Twitter-Between-the-Two-Rounds-v9-1.pdf#:~:text=numerous%20examples%20of%20misinformation%20distributed,leading%20up%20to%20the%20election. (дата звернення: 15.05.2025р.).

131. Wood, Thomas and Ethan Porter, "The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence," Political Behavior 41 (2019). – Режим доступу: https://link.springer.com/article/10.1007/s11109-018-9443-y. (дата

звернення: 15.05.2025р.).

132. Woolley, S. C., & Howard, P. N. (Eds.). (2019). Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media. Oxford, UK: Oxford University Press.

133. Young Z. (2018). French Parliament passes law against ‘fake news’. Politico (04.07.2018).

134. Zimmermann, F. Mistrust, Disinforming News, and Vote Choice: A Panel Survey on the Origins and Consequences of Believing Disinformation in the 2017 German Parliamentary Election // Political Communication. 2020.

ДОДАТКИ

Рисунок 6 – Приклад скріншотів лейблів Facebook, Instagram та YouTube для державних ЗМІ (https://carnegie-production-assets.s3.amazonaws.com/static/files/Carnegie_Countering_Disinformation_Effectively.pdf)

Рисунок 7 – Приклад скріншоту американської кампанії з обміну повідомленнями «Подумай ще раз, відвернись», 2014 (https://carnegie-production-assets.s3.amazonaws.com/static/files/Carnegie_Countering_Disinformation_Effectively.pdf)

Рисунок 8 – Приклад скріншоту іранського сайту з дезінформацією, закритого США, 2020 (https://carnegie-production-assets.s3.amazonaws.com/static/files/Carnegie_Countering_Disinformation_Effectively.pdf)

Тип дезінформації	**Мета**	**Приклади**
Політична	Маніпуляція електоратом	Фейкові соцопитування, дискредитація кандидатів
Економічна	Спотворення ринку	Фальшиві новини про банкрутство компаній
Соціальна	Виклик страху	Фейкові повідомлення про теракти, пандемії

Табл. 1.

Метод	**Опис**
Фейкові новини	Створення та поширення неправдивої інформації
Боти в соцмережах	Автоматизовані акаунти, що поширюють потрібні меседжі
Кібератаки	Взлом ЗМІ та зміна контенту

Табл. 2.

Тема	**Ключові аспекти**
Традиційна журналістика	Забезпечує достовірну інформацію; професійні стандарти; використовує перевірені джерела
Цифрові зміни	Перехід до соціальних мереж і мобільних платформ; доступність новин, але фрагментація аудиторії.
Проблеми довіри	Зниження довіри до медіа; поширення дезінформації та альтернативних фактів; політична та фінансова мотивація
Епоха "постправди"	Швидке розповсюдження дезінформації; зростання "темної участі"
Медіаграмотність	Навички оцінки якості інформації; важливість навчання критичного мислення у цифрову епоху
Реакція суспільства	Ініціативи з перевірки фактів, використання цифрових інструментів для верифікації

Табл. 3. Сучасні виклики та підходи до інформаційного середовища в журналістиці.

Аспект	**Опис**
Соціальна інфраструктура	Переосмислення циркуляції контенту через економіку посилань, залученості та трекерів
Фактчекінг	Використання віджетів для перевірки фактів і напруженість між технологіями та журналістикою
Пізнавальні підходи	Вивчення когнітивних стратегій людей при обробці новин і їхнього ставлення до медіа

Табл. 4. Ключові аспекти та напрями вивчення дезінформації

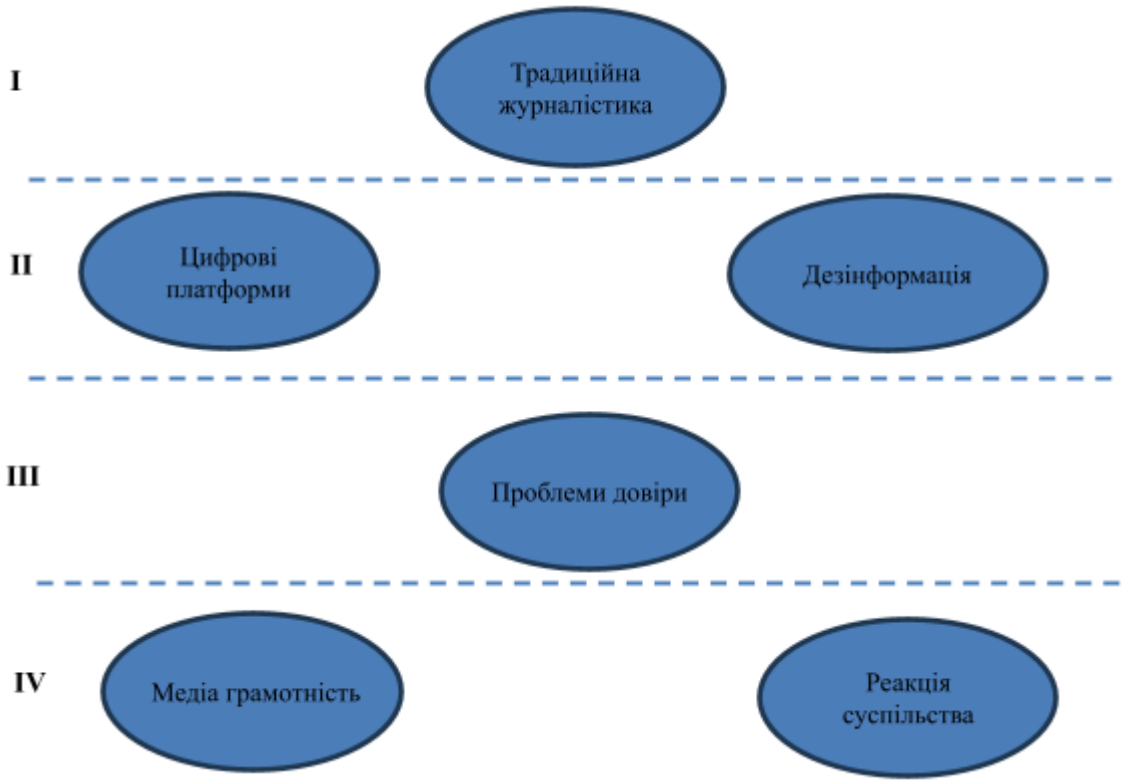

Рис. 1. Ієрархічні взаємозв'язки між основними елементами інформаційного середовища (рисунок автора)

Рис.2.Структура дослідження дезінформації: ключові аспекти та наслідки (рисунок автора)

Аспект	Europe in the Age of Post-Truth Politics (2023) – колективна монографія	Challenging Online Propaganda and Disinformation… (2021) – збірник статей	Baeșu – Desinformation and Fundamental Human Rights (2023) – наукова стаття
Підхід до дезінформації	Політико-соціологічний: дезінформація як частина «політики постправди» та популістської культури, що змінює публічну сферу і дискурс. Аналіз акцентує на взаємодії популістських акторів і медіа-арен у поширенні маніпуляцій.	Мультидисциплінарний (політологія, безпека, ІТ): дезінформація як еволюційна загроза в цифрову добу, тісно пов'язана з онлайн-пропагандою. Підхід прагматичний – вивчення технік впливу та вироблення стратегій протидії на різних рівнях (технології, держава, суспільство).	Правничий та правозахисний: дезінформація як виклик для верховенства права та прав людини. Розглядається у контексті свободи слова, доступу до інформації, стандартів демократії; аналізуються юридичні рамки обмеження контенту та ризики цензури.
Типи / приклади	Популістські міфи та наративи (антиіміграційні кампанії, євроскептична риторика), фейки в політичних кампаніях (Brexit, заяви Трампа), конспірології (напр. антивакцинаторські рухи під час COVID-19). Такі приклади ілюструють «постфактичний» стиль політики, коли емоційна неправда превалює над фактами.	Державні дезінформаційні кампанії (російське втручання в інформаційний простір інших країн, проксі-війни в медіа), екстремістська пропаганда (ІДІЛ/Даеш у соцмережах), масові онлайн-фейки (теорії змови, QAnon, COVID-"інфодемія"). Також аналізується буденна маніпуляція в соцмережах (боти, тролі, «fake news» як політичний ярлик).	«Інформаційне забруднення»: широкий спектр – від навмисної дезінформації (sponsored disinformation з політичною метою) до поширення чуток і недостовірних новин. Приклад – рішення влади Молдови під час надзвичайного стану, коли боротьба з фейками викликала питання щодо дотримання свободи слова. Розглядаються також кейси регулювання в ЄС (Директиви, Кодекс проти дезінформації 2018 р.).
Контекст	Європа, зокрема ЄС та країни-члени: криза довіри до наднаціональних інститутів, підйом правопопулістських рухів, проблема делегітимації європейської інтеграції через дезінформування громадськості. Значну увагу приділено громадській сфері як простору, де зіштовхуються правдиві й маніпулятивні дискурси.	Глобальний та європейський XXI ст.: інформаційне середовище стрімко змінюється з розвитком ІКТ. Фокус на онлайн-середовище: соцмережі, платформи, інтернет як поле битви між пропагандистами та захисниками інформаційної безпеки. Географічно багато прикладів з Центральної та Східної Європи, але уроки універсальні для сучасних демократій.	Національні системи vs. міжнародні стандарти: аналізується ситуація в Республіці Молдова як приклад пострадянської демократії, що прагне імплементувати європейські норми захисту інформаційного простору. Контекст – юридичні зобов'язання держави щодо прав людини (Європейська конвенція, практика ЄС) у протидії дезінформації.
Рекомендації / рішення	Не стільки прямі рекомендації, скільки рефлексії: вказується на необхідність зміцнення публічної сфери і	Комплекс заходів: 1) Технічні: розвиток автоматизованого моніторингу, фактчекінгу, виявлення ботів; 2) Правові:	Збалансована політика: запропоновано підхід «м'якого втручання», що передбачає

Аспект	Europe in the Age of Post-Truth Politics (2023) – колективна монографія	Challenging Online Propaganda and Disinformation… (2021) – збірник статей	Baeșu – Desinformation and Fundamental Human Rights (2023) – наукова стаття
	демократичних інститутів перед обличчям постправди. Натякається, що протидія популістській дезінформації має включати кращу комунікацію від органів влади, прозорість, а також залучення громадян до критичного обговорення (щоб «відновити довіру»). Частково згадано про реакцію урядів і міжнародних організацій, які вже усвідомили проблему і чинять опір (наприклад, перевірка фактів, регулювання соцмереж на рівні ЄС).	оновлення законодавства для визначення і покарання дезінформаційних кампаній, співпраця між країнами в кібербезпеці; 3) Освітні: програми медіаграмотності, суспільні кампанії з підвищення критичного мислення; 4) Саморегуляція і співрегуляція: платформи мають впроваджувати кодекси та прозорі політики модерації. Також наголошено на міжсекторальній співпраці: уряди, медіа, NGO та технічні компанії повинні діяти спільно.	мінімально необхідне регулювання. Рекомендації включають: удосконалення законів із чіткими дефініціями дезінформації (відокремлення її від легального контенту); медіаграмотність як державну стратегію (внести в освітні програми, підтримувати громадські ініціативи); прозорість дій влади під час криз (щоб не виникало підозр у цензурі); співпрацю з ЄС для перейняття найкращих практик. Головний наголос – не нашкодити свободам: всі рішення оцінюються крізь призму прав людини.

Табл. 5. Порівняльна характеристика підходів до аналізу дезінформації у медіа в сучасних зарубіжних дослідженнях.

Сфера впливу	Механізми впливу дезінформації	Наслідки для демократії	Шляхи протидії
Формування викривлених уявлень	Емоційний вплив Дискредитація опонентів Стимулювання упереджень	Викривлені уявлення виборців Маніпуляція суспільною думкою	Освітні програми Кампанії громадської обізнаності
Поляризація суспільства	Конфліктні наративи Інформаційна ізоляція	Зростання розколу Ускладнення політичного діалогу	Регулювання контенту платформ Сприяння плюралізму думок
Підрив довіри до демократії	Фейки про фальсифікації Делегітимізація виборчих інститутів	Низька явка виборців Оскарження виборів	Прозорість алгоритмів Технології виявлення дезінформації
Алгоритмічне підсилення	Вірусне поширення Автоматизація через боти	Прискорення дезінформації Посилення її впливу	Використання ШІ Прозорість цифрових платформ

Табл.7. Вплив дезінформації на демократію: механізми, наслідки та шляхи протидії

Підхід	Опис	Переваги	Недоліки
Освіта з медіаграмотності	Навчання людей виявляти неправдиві новини та ненадійні джерела	Розвиток критичного мислення, контроль за споживанням медіа	Високі витрати, тривалий процес впровадження
Фактчекінг	Перевірка фактів для виправлення хибних переконань	Виправлення хибних переконань, зменшення дезінформації	Залежність від контексту, не завжди змінює ставлення або поведінку
Маркування контенту в соціальних мережах	Додавання маркерів до неправдивого або ненадійного контенту	Зменшення віри у неправдивий контент, обмеження його поширення	Різна реакція аудиторії, можливість надмірного скептицизму до немаркованого контенту
Стратегії протидії повідомленням	Комунікаційні кампанії, спрямовані на емоційний та психологічний рівень	Вплив на важкодоступну аудиторію, передача поваги та співчуття	Високі витрати, складність вимірювання успіху
Кібербезпека під час виборів та кампаній	Покращення безпеки виборчих систем та кампаній для запобігання хакерським атакам	Запобігання зломам та витокам інформації, підвищення довіри до виборів	Складність впровадження, невизначеність сприйняття громадськістю
Управління державою, стримування і підрив	Кібероперації проти іноземних впливів, санкції та просвіта громадськості	Зниження іноземного впливу, підвищення обізнаності населення	Низький довгостроковий ефект, можливість помсти з боку інших держав
Видалення несправжніх мереж активів	Виявлення та видалення неправдивих облікових записів і сторінок	Зменшення впливу неавтентичних мереж, накладання витрат на зловмисників	Значні інвестиції, складність оцінки ефективності
Зменшення збору даних та таргетованої реклами	Захист конфіденційності даних для зменшення впливу мікротаргетингу	Зниження ефективності мікротаргетингу, захист конфіденційності	Високі економічні витрати, підвищення витрат на політичну діяльність
Зміна алгоритмів рекомендацій	Зміни в алгоритмах соціальних медіа для зменшення політичної поляризації	Зниження політичної поляризації, зменшення впливу дезінформації	Підрив бізнес-моделі платформ, можливе придушення законного контенту

Табл. 6. Узагальнена інформація щодо механізмів протидії дезінформації в медіа.

Показник (вибори)	**США (2016)**	**Бразилія (2018)**	**Франція (2017)**
Домінуючі платформи для фейків	Facebook, Twitter, новинні сайти-фейки; зовнішні “тролі” РФ	WhatsApp, Facebook, YouTube; групові чати і масові розсилки	Twitter, Facebook; витоки даних + пропагандистські ЗМІ РФ
Орієнтовний обсяг дезінформ. контенту	~30 млн поширень фейків pro-Trump vs 8 млн pro-Clinton у Facebook за 3 міс. кампанії. В середньому виборець бачив ~1 фейк. Російські реклами охопили до 126 млн осіб.	5 тис. скарг на фейки за 12 год. 85% виборців одного кандидата стикалися з головним фейком кампанії. Нелегальна розсилка на WhatsApp охопила мільйони (база тел.номерів по всій країні) за ₴12 млн.	Лише 0,1% твітів містили фейки(≈5 тис. твітів із 60 млн). 73% фейкового контенту згенеровано 2 маргінальними спільнотами. Витік «Macron Leaks» – ~20Gb даних.
Типові приклади фейків	«3 млн нелегалів проголосували»; «Піцагейт»; вигадані злочини опонента; т.зв. докази хвороби Клінтон.	«Kit gay» (неправда про “гей-пропаганду” в школах); фальшиві обіцянки соціалізму від Аддада; фейкові новини про виборчі порушення, що компрометували владу.	«Macron Leaks» (злиті емейли + фейкові документи); чутки про таємний рахунок Макрона в офшорах; перекручення заяв про ЄС від Ле Пен; матеріали RT/Sputnik проти Макрона.
Роль бот-мереж і “тролів”	Значна: ~50 тис. підозрілих акаунтів Twitter від РФ; 6% акаунтів-ботів спричинили 31% дезінфи. Російська “фабрика тролів” активно взаємодіяла з мільйонами американців.	Помірна в соцмережах (боти Twitter були, але головна арена – WhatsApp, де боти обмежені). Натомість діяли координовані людські “тролі” в чат-групах. Фінансована мережа розсилок – фактично комерційна фабрика тролів.	Невелика: ~5–15 активних ботів ідентифіковано в «Macron Leaks»; деякі з них раніше діяли в США 2016. Зовнішні тролі (РФ) пробували розкрутити витік, але франц. «анти-фейк команди» їх нейтралізували.
Реакція суспільства і вплив	Шок і поляризація. Тема “fake news” стала центральною після виборів. Можливий вплив на результат (через 77 тис. голосів розриву). Впала довіра до медіа, зросла до соцмереж.	Значна частина суспільства повірила фейкам, що допомогло кандидату-популісту. Різко зріс розкол між виборцями, дискредитовано лівоцентризм. Після виборів – суспільний запит на очищення WhatsApp.	Мінімальний вплив на результати. Виборці виявились стійкішими до фейків, довіряли традиційним ЗМІ. Суспільство підтримало заходи проти дезінформації (закон 2018). Скандали не змінили лідера гонки.

Табл. 8. Порівняльні дані щодо масштабів та наслідків маніпуляцій

Технологія	Приклади застосування у виборах	Вплив / наслідки
Соціальні боти	США (2016): ботоферми в Twitter, що розкручували хештеги #CrookedHillary, #MAGA тощо; 50 тис. підозрілих ботів, пов'язаних з РФ. Франція (2017): кілька бот-акаунтів активізувались для поширення #MacronLeaks, але здебільшого взаємодіяли між собою.	Штучно підвищують охоплення дезінфо-контенту (до третини всіх поширень фейків – від ботів. Створюють ілюзію масової підтримки, підштовхуючи реальних користувачів долучатися. Миттєво тиражують фейки – важко встигнути спростувати до вірусного ефекту.
"Фабрики тролів"	США (2016): російська IRA керувала сотнями фейкових акаунтів американців у Facebook, організовувала події та групи. Бразилія (2018): група бізнесменів найняла маркетингові фірми для масових розсилок дезінформації в WhatsApp.	Координовані команди можуть нав'язувати наративи у дискусіях, атакувати опонентів і моделювати суспільні рухи. Підривають довіру (коли викриті) та загострюють поляризацію. Успішні, коли діють приховано; після викриття – дискредитують сторону, що їх застосовувала.
Deepfake	Світ (2020-24): поодинокі випадки підробних відео/аудіо політиків (Словаччина 2023 – фейкове аудіо про фальсифікацію; США 2023 – дипфейкові зображення, що зображують арешт Дональда Трампа, поширені як сатиричні меми). Індія (2020): дипфейк виступу кандидата різними мовами для законної агітації.	Поки що реального масового впливу на вибори не зафіксовано – технологія нова, виборці насторожі. В майбутньому може дезорієнтувати виборців, особливо якщо з'явиться в останній момент ("жовтневий сюрприз"). Стимулює превентивні заходи: платформи впроваджують детектори та політики проти дипфейків. На даний час "класичні" фейки переважають над AI-контентом (7:1).
"Дешеві" фальсифікації (cheapfake)	Бразилія (2018): масово пересилалися змонтовані фото, вирвані з контексту відео (наприклад, старе відео заворушень видавали за "сьогоднішній хаос" при опоненті). США (2020): відео спікерки Палати представників уповільнили, щоб виглядала дезорієнтовано (вірусний ролик у Facebook).	Простий монтаж досі ефективний для введення в оману, особливо якщо користувач не перевіряє джерело. Cheapfakes легко створити і важко одразу розпізнати, бо вони можуть бути частково правдивими (справжнє зображення в хибному контексті). Створюють хибні уявлення без складних технологій.
Таргетована реклама	США (2016): кампанія Трампа (через Cambridge Analytica) показувала різні меседжі окремим сегментам виборців – від про-газової реклами шахтарям до страхів імміграції пенсіонерам. Великобританія (2016, Brexit): націлена реклама з перебільшеними цифрами про кошти ЄС, спрямована на виборців з низьким рівнем освіти.	Дозволяє непрозоре націлювання фейків: різні групи отримують різні "версії правди", що роз'єднує інформаційне поле. Може підсилювати ефект дезінформації, показуючи її саме тим, хто найбільш схильний повірити (наприклад, конспірологічний контент – людям з відповідними інтересами). Спричинила заклики до регулювання політичної реклами в соцмережах.

Табл. 9. Основні технології маніпуляції та приклади їх застосування у виборчих

кампаніях

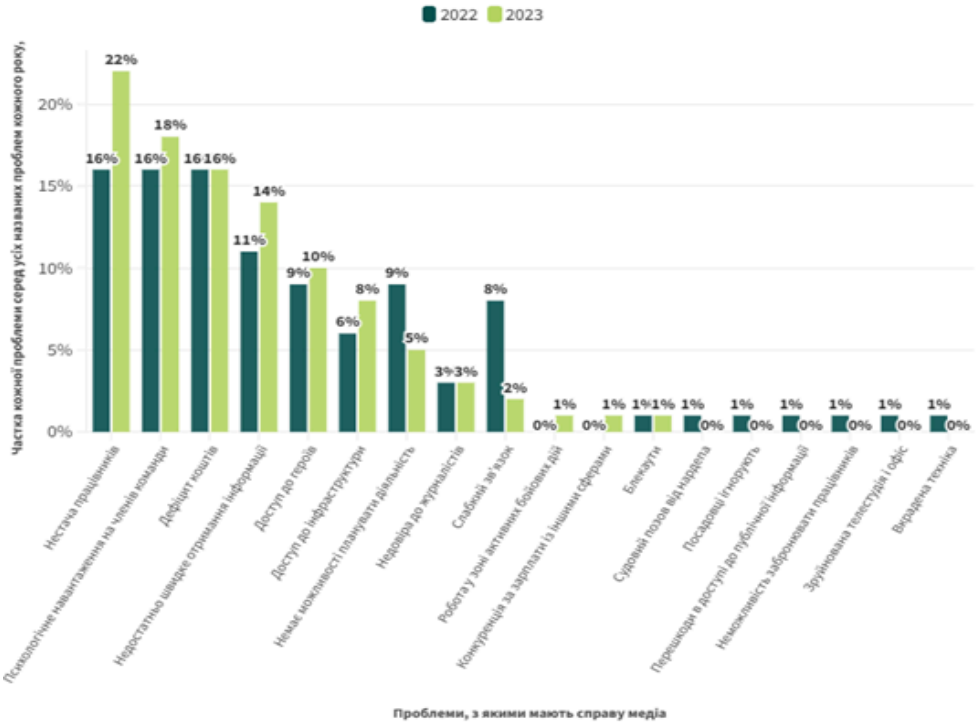

Рис. 3. Ключові проблеми, з якими мають справу незалежні медіа у воєнних умовах

Рис. 4. Джерела в українських медіа

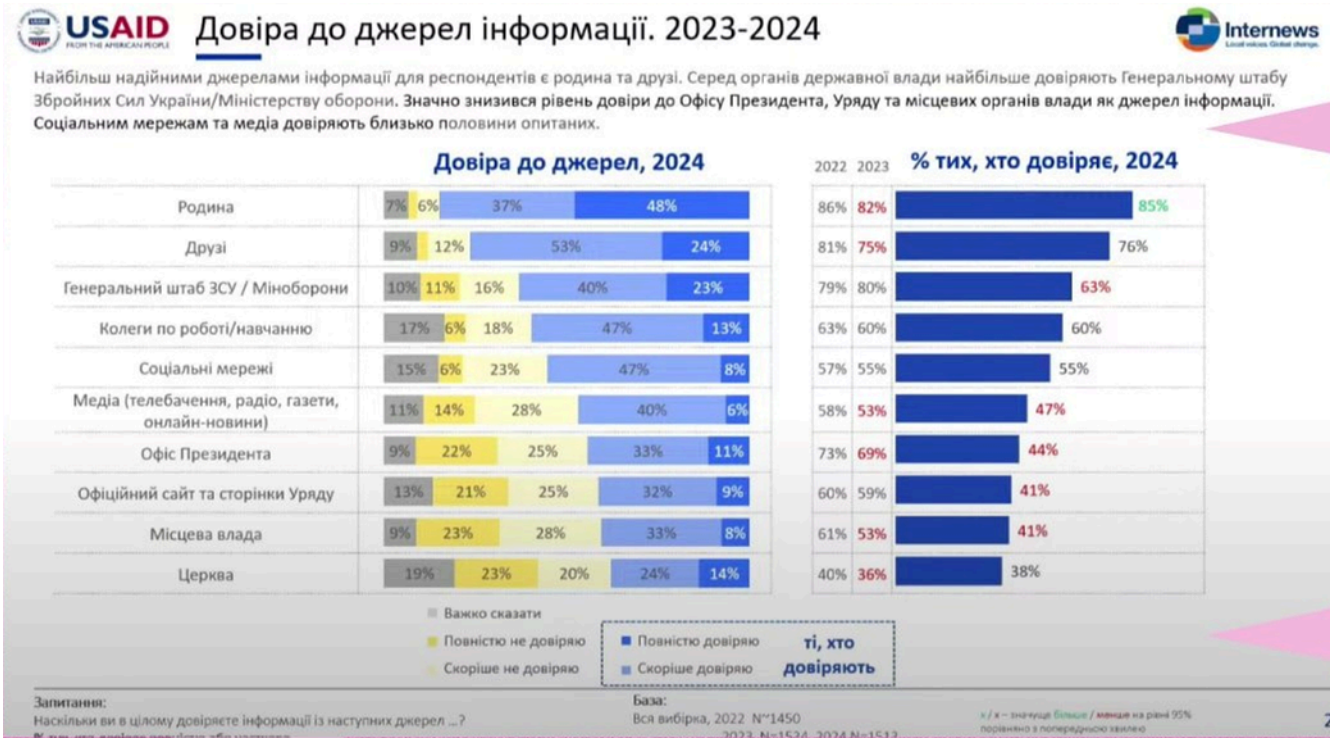

Рис. 5. Результати аналізу довіри до джерел інформації у 2023 – 2024 роках.

Заходи/ініціативи	Опис і реалізація	Ефективність / результати
Центр протидії дезінформації (РНБО)	Створений у 2021 р. при Раді нацбезпеки; моніторинг фейків, випуск спростувань і аналітики, координація органів влади. Співпраця з соцмережами для видалення ворожого контенту.	Видано сотні офіційних спростувань; сформовано «чорні списки» проросійських каналів. За сприяння ЦПД та уряду Google заблокував 170+ YouTube-каналів, що порушували українські закони. Дані ЦПД використовуються для санкцій (деякі пропагандисти додані до списків ЄС).
Санкції РНБО проти пропагандистів	Регулярні рішення РНБО (укази Президента) про санкції щодо осіб і медіа, які співпрацюють з агресором (блокування активів, заборона мовлення, інтернет-блокування тощо).	Заборонено діяльність проросійських ТБ-каналів (112, NewsOne, ZIK) ще до війни, у 2022–23 рр. – десятків сайтів і Telegram-каналів. Напр., заблоковано доступ до сайту «Шарій.net» та пов'язаних ресурсів пропагандиста А.Шарія. Прибрано з медіаполя основні олігархічно-проросійські медіа, що зменшило вплив кремлівських наративів.
Телемарафон «Єдині новини»	Об'єднання всіх загальнонаціональних телеканалів у спільний марафон 24/7 (від лютого 2022, діє під час воєнного стану). Контент узгоджується з державними органами.	Забезпечено єдиний інформаційний фронт: оперативне інформування без паніки. Висока довіра: 84% телеглядачів довіряють марафону. Зведено нанівець появу російської дези на українському ТБ. Негативний побічний ефект – фактична відсутність плюралізму на телебаченні.
Фактчекінгові проєкти (StopFake, VoxCheck та ін.)	Незалежні ініціативи громадянського суспільства, що перевіряють інформацію та викривають фейки (статті, відео, соцмережі, навчальні матеріали). Співпраця з медіа і міжнародними партнерами.	Швидке спростування більшості резонансних фейків, підвищення критичності аудиторії. Аудиторія цих проєктів різко зросла: 25% українців регулярно звертаються до фактчекерів для перевірки новин. Відзначені міжнародними нагородами (StopFake – премія IPI, 2022). Сприяють формуванню стійкості суспільства до ворожої пропаганди.
Кампанії з медіаграмотності	Державні і неурядові програми навчання (уроки, онлайн-курси, інформаційні кампанії в ЗМІ) для розвитку критичного мислення. Інтеграція медіаграмотності в школи, просвітництво через соцмережі.	Покращення рівня медіаграмотності населення (значна частка громадян тепер здатні відрізняти факти від фейків). Це напряму знизило ефективність російських інформаційних атак – довіра до російських джерел впала до мінімуму, ворожі меседжі часто зустрічають критику й осуд у суспільному дискурсі.

Табл. 10. Основні заходи України з протидії дезінформації (2022–2023) та їх ефективність

Заходи/ініціативи	Опис і реалізація	Ефективність / результати
Центр протидії дезінформації (РНБО)	Створений у 2021 р. при Раді нацбезпеки; моніторинг фейків, випуск спростувань і аналітики, координація органів влади. Співпраця з соцмережами для видалення ворожого контенту.	Видано сотні офіційних спростувань; сформовано «чорні списки» проросійських каналів. За сприяння ЦПД та уряду Google заблокував 170+ YouTube-каналів, що порушували українські закони. Дані ЦПД використовуються для санкцій (деякі пропагандисти додані до списків ЄС).
Санкції РНБО проти пропагандистів	Регулярні рішення РНБО (укази Президента) про санкції щодо осіб і медіа, які співпрацюють з агресором (блокування активів, заборона мовлення, інтернет-блокування тощо).	Заборонено діяльність проросійських ТБ-каналів (112, NewsOne, ZIK) ще до війни, у 2022–23 рр. – десятків сайтів і Telegram-каналів. Напр., заблоковано доступ до сайту «Шарій.net» та пов'язаних ресурсів пропагандиста А.Шарія. Прибрано з медіаполя основні олігархічно-проросійські медіа, що зменшило вплив кремлівських наративів.
Телемарафон «Єдині новини»	Об'єднання всіх загальнонаціональних телеканалів у спільний марафон 24/7 (від лютого 2022, діє під час воєнного стану). Контент узгоджується з державними органами.	Забезпечено єдиний інформаційний фронт: оперативне інформування без паніки. Висока довіра: 84% телеглядачів довіряють марафону. Зведено нанівець появу російської дези на українському ТБ. Негативний побічний ефект – фактична відсутність плюралізму на телебаченні.
Фактчекінгові проєкти (StopFake, VoxCheck та ін.)	Незалежні ініціативи громадянського суспільства, що перевіряють інформацію та викривають фейки (статті, відео, соцмережі, навчальні матеріали). Співпраця з медіа і міжнародними партнерами.	Швидке спростування більшості резонансних фейків, підвищення критичності аудиторії. Аудиторія цих проєктів різко зросла: 25% українців регулярно звертаються до фактчекерів для перевірки новин. Відзначені міжнародними нагородами (StopFake – премія IPI, 2022). Сприяють формуванню стійкості суспільства до ворожої пропаганди.
Кампанії з медіаграмотності	Державні і неурядові програми навчання (уроки, онлайн-курси, інформаційні кампанії в ЗМІ) для розвитку критичного мислення. Інтеграція медіаграмотності в школи, просвітництво через соцмережі.	Покращення рівня медіаграмотності населення (значна частка громадян тепер здатні відрізняти факти від фейків). Це напряму знизило ефективність російських інформаційних атак – довіра до російських джерел впала до мінімуму, ворожі меседжі часто зустрічають критику й осуд у суспільному дискурсі.

Табл. 11. Міжнародний досвід та підтримка України у боротьбі з дезінформацією (2022–2023)

АНОТАЦІЯ

Олізаренко Д. С. *Дезінформація в медіа та її вплив на політичні процеси* (Дипломна робота). – Харків: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, 2025. – 95 с. (рукопис).

Кваліфікаційна бакалаврська робота присвячена дослідженню дезінформації як політичного інструменту в умовах цифрової трансформації та інформаційної війни. Розкрито сутність дезінформації як продукту медіасередовища та інструменту впливу на політичні процеси. Охарактеризовано механізми поширення фейкових новин через медіа та соціальні мережі. Проаналізовано міжнародний та український досвід протидії дезінформації, а також роль державних інституцій, громадянського суспільства і цифрових платформ. Визначено загрози для демократичного врядування та сформульовано пропозиції щодо підвищення інформаційної безпеки.

Ключові слова: політичні процеси, дезінформація, медіа, соціальні мережі, фейкові новини, інформаційна безпека, фактчекінг, критичне мислення.

ANNOTATION

Olizarenko D. S. *Disinformation in the Media and Its Impact on Political Processes* (Bachelor's Work). – Kharkiv: V. N. Karazin Kharkiv National University, 2025. – 95 p. (manuscript).

The qualifying undergraduate thesis is devoted to the study of disinformation as a political instrument in the context of digital transformation and information warfare. The essence of disinformation as a media product and a tool of political influence is revealed. Mechanisms of fake news dissemination through media and social networks are characterized. International and Ukrainian experiences of countering disinformation are analyzed, including the role of state institutions, civil society, and digital platforms. Threats to democratic governance are identified and proposals for enhancing information security are presented.

Keywords: political processes, disinformation, media, social networks, fake news, information security, fact-checking, critical thinking.

ВІДГУК

на кваліфікаційну роботу бакалавра здобувача вищої освіти
4-го курсу групи ОПз-41 денної форми навчання
спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-професійної програми «Політичні технології та аналіз політики»
філософського факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Олізаренка Дмитра Сергійовича
на тему: «Дезінформація в медіа та її вплив на політичні процеси»

Робота Олізаренка Дмитра присвячена надзвичайно актуальній темі – дезінформації в сучасному медіапросторі та її політичному впливу. У ній запропоновано комплексний аналіз феномену дезінформації через теоретичні підходи, міжнародні практики та український контекст. Автор вміло поєднує міждисциплінарний підхід із прикладним аналізом, демонструє добру обізнаність із літературою та поточними інформаційними викликами в умовах війни. Особливо цінним є використання власного медіадосвіду, що надає дослідженню прикладного виміру. Робота добре структурована, ґрунтується на широкій джерельній базі, а висновки логічно випливають з аналізу.

Разом із тим, у роботі простежується надмірне інформаційне перевантаження окремих розділів, через що іноді розпорошується головна аналітична лінія дослідження. Частина емпіричного матеріалу подана описово без належного узагальнення чи теоретичного осмислення. Також було б доцільно більше зосередитися на концептуальному апараті та посилити проблематизацію українського кейсу.

Загалом, кваліфікаційна робота бакалавра Олізаренка Дмитра Сергійовича є самостійним академічним дослідженням, яке відповідає вимогам до робіт такого рівня, та заслуговує оцінки «добре».

Керівник кваліфікаційної роботи,
доцент кафедри політології
Харківського національного
університету імені В. Н. Каразіна,
кандидат політичних наук _____ Мовчан У.І.

РЕЦЕНЗІЯ

на кваліфікаційну роботу бакалавра здобувача вищої освіти
4-го курсу групи ОПз-41 заочної форми навчання
спеціальності 052 «Політологія»
освітньо-професійної програми «Політичні технології та аналіз політики»
філософського факультету
Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна
Олізаренка Дмитра Сергійовича
на тему: «Дезінформація в медіа та її вплив на політичні процеси»

Дослідження проблеми політичної дезінформації у медійному середовищі є надзвичайно важливим в умовах цифровізації комунікацій, посилення впливу соціальних мереж та інформаційної війни в контексті російсько-українського збройного конфлікту. Робота вирізняється тим, що дезінформація розглядається не лише як загроза демократії, але і як інструмент політичного впливу в епоху постправди.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. У першому розділі розглянуто теоретико-методологічні основи дослідження політичної дезінформації в контексті постправди та трансформації політичної комунікації у цифрову епоху. Проаналізовано зміни у джерелах легітимації політичного знання та підходи до боротьби з дезінформацією. Другий розділ присвячено міжнародному досвіду протидії дезінформації на прикладі ЄС, США та Бразилії. Розглянуто законодавчі та інформаційні заходи, роль цифрових платформ, ШІ, ботів і deepfake, а також важливість поєднання політичної волі, технологій і критичного мислення. У третьому розділі проаналізовано український досвід у боротьбі з дезінформацією під час війни, її вплив на політичну стабільність і легітимність влади. Оцінено роль медіа, інституцій, громадськості та партнерів, а також механізми протидії — від законодавства до фактчекінгу. Робота спирається на міждисциплінарний аналіз і емпіричні дані.

Попри високий рівень емпіричної деталізації, робота суттєво перевантажена змістом і потребує кращого структурування, що ускладнює сприйняття основної

аргументації. Деякі підрозділи надмірно насичені прикладами без чіткого узагальнення, що розмиває логіку викладу. Крім того, теоретичне обґрунтування поняття постправди, яке є ключовим для розуміння феномену дезінформації, недостатньо розгорнуте і не пов’язане із загальним концептуальним каркасом роботи. Без чіткого теоретичного підґрунтя постправди як контексту, в якому функціонує політична дезінформація, складно здійснити глибокий аналітичний аналіз цього явища.

Кваліфікаційна робота бакалавра ««Дезінформація в медіа та її вплив на політичні процеси» заслуговує на хорошу оцінку, а її автор, Олізаренко Дмитро Сергійович, гідний присвоєння кваліфікації бакалавра з політології.

Рецензент:

к. політ. н.
доцент кафедри
міжнародних
відносин
Одеського
національного
університету ім. І.І. Мечникова Сіновець П. А.