

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ННІ/факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	міжнародних відносин
Спеціальність	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Форма навчання	денна

**КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА**

**Смирної Катерини Євгеніївни**

*(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)*

на тему

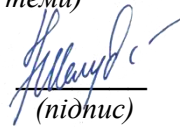
**Інформаційна кампанія з протидії дезінформації  
щодо війни в Україні: аналіз та розробка  
контрнарративів**

*(повна назва теми)*

науковий керівник

**к.і.н.**

*(наук. ступінь, вчене звання)*

  
*(підпис)*

**Н.ШЕЛУДЯКОВА**

*(ініціал, прізвище)*

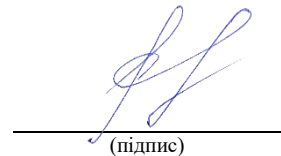
**Робота допущена до захисту в ЕК**

Протокол засідання кафедри

від 10 січня 2025 р. № 6

В.о. завідувача

кафедри

  
*(підпис)*

**к.е.н., доцент**

*Наук. ступінь, вчене звання*

**І. СГОРОВА**

*Ініціал, прізвище*

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТЕХНОЛОГІЙ

ННІ/факультет	Навчально-науковий інститут економіки та бізнес-освіти
Кафедра	міжнародних відносин
Спеціальність	291 Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії
Форма навчання	денна

«ЗАТВЕРДЖУЮ»  
В.о. завідувача кафебри І. ЄГОРОВА  
(підпис) (Ініціал, прізвище)  
«20» січня 2025 року

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ МАГІСТЕРСЬКУ РОБОТУ  
Смирної Катерини Євгеніївни**

1. Тема роботи **Інформаційна кампанія з протидії дезінформації щодо війни в Україні: аналіз та розробка контрнарративів**

Керівник роботи Шелудякова Наталія Андріївна, к.і.н.  
затверджено наказом закладу вищої освіти від «25» жовтня 2024 р. № 732-ст

2. Строк подання здобувачем роботи до «20» січня 2025 р.

3. Зміст кваліфікаційної магістерської роботи, об'єкт, предмет та мета дослідження:

**Розділ 1. Теоретичні основи протидії дезінформації**

**Розділ 2. Дезінформація як інструмент гібридної війни рф проти України**

**Розділ 3. Розробка контрнарративів для інформаційної кампанії**

*Об'єкт дослідження:* дезінформація як інструмент гібридної війни та засіб маніпулювання суспільною думкою

*Предмет дослідження:* методи та інструменти розробки контрнарративів у контексті протидії російській дезінформації

*Мета кваліфікаційної магістерської роботи:* аналіз дезінформації як складової гібридної війни російської федерації проти України, дослідження стратегій протидії пропаганді та розробка ефективних контрнарративів для впровадження у рамках інформаційних кампаній

5. Дата видачі завдання «25» жовтня 2024 р.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка керівника про виконання етапів (дата, підпис)
1	Підготовка розділу 1	15.11.2024 р.	15.11.2024 р.
2	Підготовка розділу 2	10.12.2024 р.	10.12.2024 р.
3	Підготовка розділу 3	03.01.2025 р.	03.01.2025 р.
4	Перевірка кваліфікаційної магістерської роботи на наявність ознак академічного плагіату за допомогою програм UNICHECK / StrikePlagiarism	до 07.01.2025 р.	07.01.2025 р.
5	Отримання відгуку від наукового керівника	до 20.01.2025 р.	20.01.2025 р.
6	Подання кваліфікаційної роботи на перегляд завідувачу кафедри	до 20.01.2025 р.	20.01.2025 р.
7	Реєстрація завершеної кваліфікаційної роботи	20.01.2025 р.	Реєстраційний № 2 «20» січня 2025 р.
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі	20.01.2025 р.	20.01.2025 р.
9	Підготовка до захисту в ЕК	до 22.01.2025 р.	до 22.01.2025 р.

Завдання підготував науковий керівник

  
(підпис)

Н.ШЕЛУДЯКОВА

(прізвище та ініціали)

Завдання одержав

Підписано ЕЦП  
(підпис)

К.СМИРНА

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

### **Смирна К.Є. Інформаційна кампанія з протидії дезінформації щодо війни в Україні: аналіз та розробка контрнарративів – Рукопис.**

Кваліфікаційна магістерська робота за спеціальністю 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії». Державний університет економіки і технологій. Кривий Ріг, 2025.

У магістерській кваліфікаційній роботі розглянуто проблему дезінформації як інструменту гібридної війни, зокрема в контексті російської агресії проти України, а також досліджено способи протидії дезінформації шляхом розробки контрнарративів.

У першому розділі представлено теоретичні основи вивчення дезінформації. Зокрема, розкрито поняття та види дезінформації, визначено джерела та способи її поширення, а також досліджено наслідки дезінформації для суспільства.

Другий розділ зосереджено на аналізі дезінформації як складової гібридної війни, що ведеться РФ проти України. У роботі охарактеризовано сутність гібридної війни, її інформаційний компонент і роль дезінформації у веденні сучасних воєн. Також досліджено інструменти дезінформації, які використовує РФ для дестабілізації ситуації в Україні.

Третій розділ присвячено розробці контрнарративів для інформаційної кампанії як способу протидії дезінформації. Розглянуто контрнарративи як ефективний інструмент протидії панівним нарративам. Запропоновано стратегічні підходи до розробки контрнарративів, які враховують специфіку інформаційного протистояння з РФ. У роботі розроблено рекомендації щодо проведення інформаційної кампанії для Міністерства закордонних справ України з метою просування контрнарративів на міжнародному рівні.

За результатами дослідження зроблено висновки щодо загроз, які несе дезінформація для українського суспільства, та ефективності контрнарративів у боротьбі з дезінформацією. Запропоновано практичні рекомендації для України щодо вдосконалення інформаційної політики в умовах сучасного інформаційного протистояння.

Ключові слова: дезінформація, гібридна війна, пропаганда, нарратив, контрнарратив, інформування.

## ЗМІСТ

Перелік умовних позначень.....	6
Вступ .....	7
Розділ 1. Теоретичні основи протидії дезінформації.....	11
1.1. Поняття та види дезінформації .....	11
1.2 Джерела та способи поширення дезінформації.....	23
1.3 Наслідки дезінформації для суспільства .....	33
Розділ 2. Дезінформація як інструмент гібридної війни рф проти України.....	42
2.1 Сутність гібридної війни та роль дезінформації в ній.....	42
2.2 Інструменти дезінформації у війні рф проти України.....	47
Розділ 3. Розробка контрнарративів для інформаційної кампанії .....	83
3.1. Контрнарративи як спосіб протидії панівним нарративам .....	83
3.2 Стратегічні підходи до розробки контрнарративів в умовах протистояння російським нарративам.....	90
3.3 Інформаційна кампанія для МЗС України для просування контрнарративів .....	101
Висновки.....	110
Список використаних джерел.....	115
Додатки .....	<b>Помилка! Закладку не визначено.</b>

## **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

COVID-19 – Коронавірусна хвороба

ЄС – Європейський Союз

ЗСУ – Збройні сили України

МЗС – Міністерство закордонних справ

НАТО – Організація Північноатлантичного договору

рф – російська федерація

ЮНЕСКО – Організація Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури

## ВСТУП

*Актуальність теми* дослідження визначається сучасними умовами інформаційного середовища, у якому війна набуває не лише фізичних, але й медійних вимірів. Дезінформація стала одним із ключових інструментів гібридної війни, що використовує російська федерація проти України з 2014 року, а її інтенсивність значно зросла з початком повномасштабного вторгнення у 2022 році. Російська пропаганда спрямована не лише на внутрішню аудиторію, але й на міжнародну спільноту, з метою створення викривленого уявлення про причини, перебіг та наслідки війни. Вона впливає на суспільну думку, міжнародну політику та соціальну стабільність, зокрема через поширення дезінформації щодо дій України, її союзників та ролі самої росії.

Україна, як країна, що опинилася під атакою на багатьох фронтах, активно протистоїть дезінформації через різноманітні механізми. Інформаційні кампанії, спрямовані на спростування фейків і маніпуляцій, є важливим інструментом у боротьбі за правду та міжнародну підтримку. У цьому контексті розробка та впровадження контрнарративів, які спростовують російську пропаганду і формують позитивний імідж України на міжнародній арені, набувають ключового значення. Вивчення процесів створення контрнарративів, аналіз ефективності існуючих інформаційних кампаній і розробка нових стратегій є необхідними для підвищення результативності інформаційного спротиву.

Дослідження цієї теми є актуальним також з огляду на зростання уваги до інформаційної безпеки як важливого елементу національної та міжнародної безпеки. Інформаційні війни стали невід'ємною складовою сучасних конфліктів, а Україна — одним із найбільш значущих прикладів такого протистояння у глобальному масштабі. Аналіз практик і підходів, що використовуються для протидії дезінформації, має на меті вироблення

універсальних інструментів, які можна буде застосовувати і в інших конфліктах.

**Об'єктом** дослідження є дезінформація як інструмент гібридної війни та засіб маніпулювання суспільною думкою.

**Предметом** дослідження є методи та інструменти розробки контрнарративів у контексті протидії російській дезінформації.

**Метою** магістерської роботи є аналіз дезінформації як складової гібридної війни російської федерації проти України, дослідження стратегій протидії пропаганді та розробка ефективних контрнарративів для впровадження у рамках інформаційних кампаній.

Для досягнення поставленої мети передбачено виконання низки **дослідницьких завдань**:

- розробити та узагальнити визначення дезінформації на основі аналізу наукових джерел і практичного досвіду, а також класифікувати її основні види;
- дослідити основні джерела дезінформації (традиційні медіа, цифрові платформи, соціальні мережі) та способи її поширення, включаючи технології маніпуляції та таргетування аудиторії.
- визначити ключові наслідки дезінформації для суспільства, включаючи вплив на соціальну стабільність, громадську думку, довіру до медіа та демократичні процеси;
- проаналізувати сутність гібридної війни та визначити роль дезінформації як ключового інструменту в реалізації стратегій РФ у війні проти України;
- дослідити конкретні інструменти, які використовує РФ для поширення дезінформації, включаючи пропагандистські меседжі, фейкові новини, соціальні мережі та контрольовані ЗМІ;
- вивчити природу контрнарративів, їхню ефективність у протидії дезінформації та роль у формуванні суспільної думки;

- розробити стратегічні підходи до створення контрнарративів, враховуючи специфіку російських пропагандистських меседжів і потреби цільової аудиторії;

- запропонувати комплексну інформаційну кампанію для МЗС України, спрямовану на просування контрнарративів у міжнародному інформаційному просторі.

У роботі застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних методів, які забезпечили цілісний підхід до аналізу явища дезінформації та розробки контрнарративів. Методи аналізу і синтезу використовувалися на етапі теоретичного огляду та систематизації наукових джерел. Аналіз допоміг розділити складне явище дезінформації на окремі складові: визначення, види, джерела, способи поширення та наслідки. Синтез дозволив об'єднати отриману інформацію в цілісну картину, що описує механізми функціонування дезінформації та її роль у гібридній війні. Завдяки системному методу дезінформація розглядалася як частина складної системи гібридної війни, що включає медійні, військові, політичні та економічні аспекти. Це дозволило оцінити дезінформацію у взаємозв'язку з іншими елементами гібридного впливу.

Аналіз наукових джерел та теоретичний огляд застосовувався під час огляду праць дослідників, а також звітів міжнародних організацій, таких як NATO StratCom, Freedom House та European Endowment for Democracy. Тематичний аналіз використовувався для ідентифікації ключових нарративів російської пропаганди, що поширюються через медіа та соціальні мережі. Було визначено теми, які повторюються в російських дезінформаційних повідомленнях. Контент-аналіз застосовувався для дослідження інформаційних матеріалів, зокрема статей у медіа, дописів у соціальних мережах та офіційних заяв. Цей метод дозволив оцінити частоту використання дезінформаційних меседжів, їхню спрямованість та емоційне

забарвлення. Контент-аналіз також допоміг ідентифікувати, які формати й канали комунікації є найбільш ефективними для поширення пропаганди.

Дослідження феномену дезінформації зосереджуються на кількох ключових напрямках: теоретичному визначенні, механізмах поширення, ролі у гібридних війнах, психологічних аспектах впливу та розробці стратегій протидії. У теоретичній сфері Д.Фалліс, К. Вордл, Г.Деракшан, К.Франсуа, Дж.Паммент та ін. запропонували концептуальні підходи до визначення дезінформації, її класифікації та структури. Вивчення механізмів поширення розширили Д.Лазер, М.Баум, Н.Грінберг, Л.Фрадленд та ін., які підкреслили роль соціальних мереж і політичних акторів у масштабуванні фейків.війнах, психологічні аспекти впливу, а також стратегій протидії. У дослідженні також використані матеріали фактчекінгових платформ EU vs Disinfo, Детектор медіа.

Робота складається з трьох розділів. Перший розділ присвячений теоретичним основам протидії дезінформації, її видам, джерелам і наслідкам. Другий розділ аналізує дезінформацію як інструмент гібридної війни РФ проти України, зокрема її механізми та вплив. У третьому розділі представлено розробку контрнарративів і стратегій їх впровадження, а також інформаційну кампанію для МЗС України. Завершується робота висновками, списком використаних джерел та додатками.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПРОТИДІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

## 1.1. Поняття та види дезінформації

Дезінформація є складним феноменом, що набув особливої актуальності в цифрову епоху, коли швидкість поширення інформації зросла в рази, а перевірка достовірності джерел стала важливим викликом. Попри збільшення кількості досліджень, у науковому середовищі тривають дискусії про те, що саме слід вважати дезінформацією, як її ідентифікувати та які її характерні риси.

Різні науковці та організації пропонують свої визначення дезінформації, наголошуючи на її ключових характеристиках, таких як умисність, маніпулятивність і спрямованість на завдання шкоди.

Згідно з визначенням Д. Фалліса, дезінформація — це інформація, яка створюється або поширюється з метою обману, навіть якщо її зміст не є неправдивим. Це поняття підкреслює навмисне введення в оману, яке викривляє уявлення про реальність. Важливим аспектом тут є умисність дій, яка відрізняє дезінформацію від інших видів інформаційних порушень, таких як помилкова або випадково неточна інформація [24].

ЮНЕСКО розглядає дезінформацію як неправдиву інформацію, яка створена з метою маніпуляції суспільною думкою або введення в оману для досягнення певних цілей, наприклад, політичних чи економічних. У цьому визначенні акцент робиться на намірі творців дезінформації та її впливі на суспільство, що робить її особливо небезпечною у демократичних процесах [77].

С. Лечеглер і Я. Егельгофер описують дезінформацію як сфабриковану інформацію або маніпульований контент, який використовується для досягнення конкретних цілей, таких як політична дестабілізація або руйнування довіри до інституцій. Їхнє визначення

акцентує увагу на стратегічному використанні дезінформації як інструмента для впливу на суспільство та підриву його стабільності [50].

Дезінформацію часто розглядають у контексті близьких понять, як-от «неправдива інформація» (misinformation), «малінформація» (malinformation), «фейкові новини» (fake news), однак між ними є істотні розбіжності в аспектах мотивації, мети та способів поширення.

У класичних визначеннях дезінформації, запропонованих дослідниками 1980-х років, наголошувалося на свідомому та цілеспрямованому спотворенні фактів. К. Фокс наголосив, що для дезінформації характерне навмисне викривлення фактів [29], а Ф. Дрекке наполягав на тому, що спотворені чи сфабриковані відомості взагалі не можуть належати до категорії «інформації» [18]. У цих ранніх роботах ключовою рисою вважався прямий намір того, хто поширює дезінформацію, ввести аудиторію в оману. Цей момент відрізняє дезінформацію, скажімо, від простих помилок, які люди припускаються у текстах або під час комунікації, що є прикладом неправдивої інформації без шкідливих намірів.

Подальші дослідження, зокрема праці К.Вордл та Г. Деракшан, змістили фокус на аналіз критеріїв «умисності» та «шкоди», які завдаються аудиторії внаслідок поширення викривлених даних. Згідно з цим підходом, дезінформація – це не лише поширення хибних або вигаданих відомостей, а й спроба цілеспрямовано маніпулювати свідомістю людей. У сучасному глобалізованому світі це може відбуватися не лише на рівні простих користувачів соціальних мереж, а й у політичній сфері, коли урядові структури, громадські рухи чи комерційні компанії організують масштабні кампанії дезінформації, аби вплинути на виборчий процес, репутацію опонентів або формування громадської думки щодо певних тем [79].

Окремим аспектом є зіставлення дезінформації з неправдивою інформацією (misinformation). Хоча обидва ці феномени можуть призводити до поширення необ'єктивних або викривлених відомостей, ключова відмінність полягає в наявності цілеспрямованого наміру. Неправдива інформація виникає через брак перевірки фактів, незрозуміння контексту чи поширення чуток без злого умислу. Натомість дезінформація має на меті цілеспрямоване поширення хибних даних, які повинні викликати певну реакцію чи отримати конкретні вигоди для ініціатора такого поширення.

Ще одним пов'язаним поняттям є недобросовісна інформація або малінформація (malinformation), що оперує реальними фактами, однак використовує їх у такий спосіб, аби завдати шкоди певній особі чи організації. Це може стосуватися, зокрема, витоку приватних даних або оприлюднення документів, які не призначені для широкого загалу. На відміну від дезінформації, малінформація не є хибною, але її головна мета – використати правдиві факти для негативного впливу на репутацію або діяльність певних суб'єктів [79].

Паралельно з цими теоретичними розмежуваннями виникає і проблема «фейкових новин» (fake news). У публіцистиці та широкій медіадискусії цим терміном часто позначають будь-які новини, що містять ознаки неточностей або упередженості. Однак науковці вказують на те, що «фейкові новини» нерідко виходять за межі дезінформації, адже можуть охоплювати не лише свідомі маніпуляції, а й сенсаційні новини із сумнівних джерел, які не завжди ґрунтуються на вигадванні фактів з метою шкоди. Відтак, окремі автори зауважують, що проблеми з «фейковими новинами» можуть бути спричинені економічними або культурними чинниками, а не лише політичною заангажованістю чи умисною дезінформацією [24].



Рис. 1.1 Типи неправдивої інформації.

Примітка: Джерело: [79].

Наукова думка значною мірою зосереджена також на типологіях і моделях, які допомагають аналізувати дезінформацію. Однією з найвідоміших є модель ABC (Actor, Behaviour, Content), розроблена К.Франсуа. Цей підхід пропонує виділити трьох «героїв» дезінформаційного процесу: тих, хто створює (Actor), їхню поведінку й інструменти поширення (Behaviour) та власне зміст повідомлень (Content) [30]. Розглянувши кожен елемент окремо, можна краще зрозуміти логіку функціонування дезінформації, особливо в цифровому середовищі. У подальшому Дж. Паммент розширив цю модель до ABCDE, додавши ще два компоненти: Degree, що дозволяє оцінити масштаб та охоплення

поширюваної дезінформації, і Effect, завдяки якому аналізується глибина негативного впливу на певну аудиторію чи суспільство загалом [62].

Альтернативний підхід запропонований Global Disinformation Index (GDI), який критикує надмірну увагу до дихотомії «правда – хибність». Замість цього GDI пропонує зосередитися на «нарративній» стороні дезінформації та досліджувати, яким чином створюються історії, покликані викликати емоційний відгук і поляризувати суспільство [39]. Такий «конфлікт протилежних нарративів» (Adversarial Narrative Conflict) полягає в тому, що маніпулятори активно використовують тематичні рамки, які можуть бути близькими або чутливими для певної аудиторії. Замість явної фальсифікації фактів можна просувати однобічне висвітлення, добирати висловлювання відомих людей або виривати події з контексту, таким чином сприяючи нерозумінню реальної ситуації.

Дослідження Global Disinformation Index пропонують розрізнати дезінформацію, побудовану на:

- Відвертій фальсифікації (fabrication), коли створюються повністю вигадані дані, включно з текстовим, візуальним та аудіовізуальним контентом;

- Вибірковій подачі фактів (cherry-picking), коли інформація частково правдива, однак контекст і нюанси навмисно замовчуються, викривлюючи загальне уявлення;

- Маніпуляціях зі зображеннями та відео (manipulated media), що передбачає використання «глибоких фейків» або ретельно відредагованих фотографій чи відеоматеріалів;

- Нарративній поляризації (adversarial narrative conflict), коли певні теми та історії подаються однобічно, розпалюючи конфлікти всередині суспільства чи між різними групами.

Значна частина досліджень спрямована на вивчення мотивацій дезінформаторів. Якщо раніше існував поширений стереотип, що

дезінформацію використовують переважно державні актори у воєнних чи політичних цілях, то тепер науковці наголошують, що поширення дезінформації може бути зумовлене широким спектром мотивів — від особистої вигоди (наприклад, заробіток на клікабельних сенсаціях) до колективних ідейних кампаній (просування екстремістських поглядів або спроби дискредитувати громадські інститути). У мережевому середовищі дезінформаційні кампанії нерідко організуються у складні «екосистеми», де різні суб'єкти (тролі, блогери, партійні активісти, медіа) взаємодіють або навіть неусвідомлено підсилюють повідомлення одне одного [44], [79].

Попри різноманіття підходів і дефініцій, наукова спільнота схиляється до висновку, що дезінформацію важливо досліджувати як комплексне явище, що поєднує в собі характеристики навмисного обману, елементи соціальної інженерії та складні стратегії поширення. Вона може базуватися на відвертій брехні, частковій правді чи маніпуляціях із контекстом, однак у кожному випадку завданням дезінформатора є дезорієнтувати аудиторію і досягти власної мети. Це можуть бути як політичні дивіденди, так і суто комерційна вигода або особиста помста.

Дослідження вказують, що для ефективної протидії дезінформації потрібен міждисциплінарний підхід, який би поєднував експертизу в галузях медіадосліджень, комунікативістики, психології, політології та інформаційних технологій. Зокрема, великого значення набувають проекти з розробки автоматизованих систем аналізу контенту та виявлення «інформаційних вкидів» на основі машинного навчання. Так само зростає роль фактчекінгових ініціатив, які можуть допомогти швидко перевірити поширювану інформацію, але залишаються вразливими до ефекту «постправди», коли певна частина аудиторії свідомо ігнорує спростування через особисті вподобання чи недовіру до традиційних інституцій.

У наукових публікаціях вирізняють кілька усталених підходів до систематизації форм дезінформації, кожен із яких ґрунтується на певних

критеріях оцінки джерела, змісту та способів поширення неправдивого контенту. Чимало досліджень наголошують на тому, що чітка класифікація дезінформації допомагає краще розуміти її сутність та розробляти методи виявлення й протидії [49].

Одним із поширених методів є класифікація дезінформації за джерелом походження та мотивами її поширення. Частина робіт виділяє офіційно ініційовану дезінформацію, яку поширюють державні інституції з метою політичного впливу чи пропаганди, а також контент, що продукується приватними чи анонімними акторами, зацікавленими у фінансовій вигоді або соціальній дестабілізації [11]. У таких випадках дослідники часто розглядають рівень організації та професійних навичок, що застосовуються для створення неправдивих наративів, а також враховують ступінь залученості мереж ботів, «тролів» та інших технічних інструментів.

Інша група науковців концентрується на змісті дезінформації. Вони пропонують вирізняти повністю вигадані повідомлення, коли реальні факти навіть не беруться за основу, а також контент, який спотворює частину правди, маніпулюючи змістом, хронологією чи контекстом. Повністю сфабриковані історії використовують для максимального емоційного впливу на аудиторію, тоді як частково спотворений матеріал може бути складнішим для розпізнавання, оскільки містить фрагменти реальної інформації, що накладаються на маніпулятивні інтерпретації чи вирвані з контексту деталі [79] (Табл.1.1) .

Окремим напрямом розглядають технічний аспект створення дезінформації, адже сучасні цифрові технології відкривають простір для нових форм маніпуляції [49]. У цьому контексті особливу увагу привертають «deepfake»-технології, які дозволяють за допомогою методів машинного навчання створювати надзвичайно правдоподібні відео та аудіозаписи публічних осіб. Дослідники наголошують, що подібний

контент складно відрізнити від реальних зображень, особливо коли йдеться про соціальні мережі та месенджери з їхнім швидким темпом поширення матеріалів.

Таблиця 1.1

### Типи дезінформації

Тип дезінформації	Опис
<b>Сфабрикований контент</b>	Контент, що є неправдивим, включаючи згенеровані штучним інтелектом зображення, відео та аудіо («глибокі фейки»).
<b>Маніпульований контент</b>	Автентичний контент, що був змінений, наприклад, відредаговані зображення.
<b>Хибний контекст</b>	Автентичний контент, що був змінений у контексті, наприклад, справжня фотографія, використана в іншому контексті.
<b>Контент-підробка</b>	Хибний або оманливий контент, що використовує логотипи та бренди відомих організацій (наприклад, мейнстрімних медіа).
<b>Оманливий контент</b>	Інформація, що спотворює уявлення про проблему чи особу, наприклад, коментарі або думки, подані як факти, чи маніпулятивне використання статистики.
<b>Хибний зв'язок</b>	Заголовки, візуальний контент або підписи, які не відповідають змісту статті, наприклад, сенсаційні «клікбейт»-заголовки.

Примітка: Джерело [79].

Ще одним важливим критерієм виступає мета та цільове використання. Тут наукові роботи вказують на різні функції дезінформації, серед яких політична пропаганда, електоральний вплив, дестабілізація інституцій, підрив довіри до медіа та створення панічних настроїв [79]. У кожному випадку застосовуються специфічні наративи та канали комунікації, які спрямовані на максимально ефективне охоплення цільової аудиторії та формування потрібної реакції. Учені підкреслюють, що, незважаючи на різницю в способах поширення та змісті, всі ці різновиди дезінформації мають спільну рису — намір викривити реальні події чи факти з метою вплинути на думки і поведінку людей.

На основі систематичного аналізу наявних досліджень Дж. Мьоллер, М. Хамелерс та Ф. Ферро рекомендують двовимірну матрицю, у якій відображено сім типів дезінформації [52]:

Місінформація (неправдива інформація) — неточна, ненавмисно деконтекстуалізована подача інформації. Неточна подача інформації описує фактичну реальність у хибному контексті без зумисного обману. Це може відбуватися чотирма способами: відеоматеріал неправильно датований; емпіричні дані розміщені в невірному контексті в текстах; зображення та відео приписані неправильному місцю. Такі практики деконтекстуалізації, однак, не є результатом зловмисного задуму. Комунікатори часто змушені працювати в умовах браку часу й водночас стикаються з потребою відбирати велику кількість доказів.

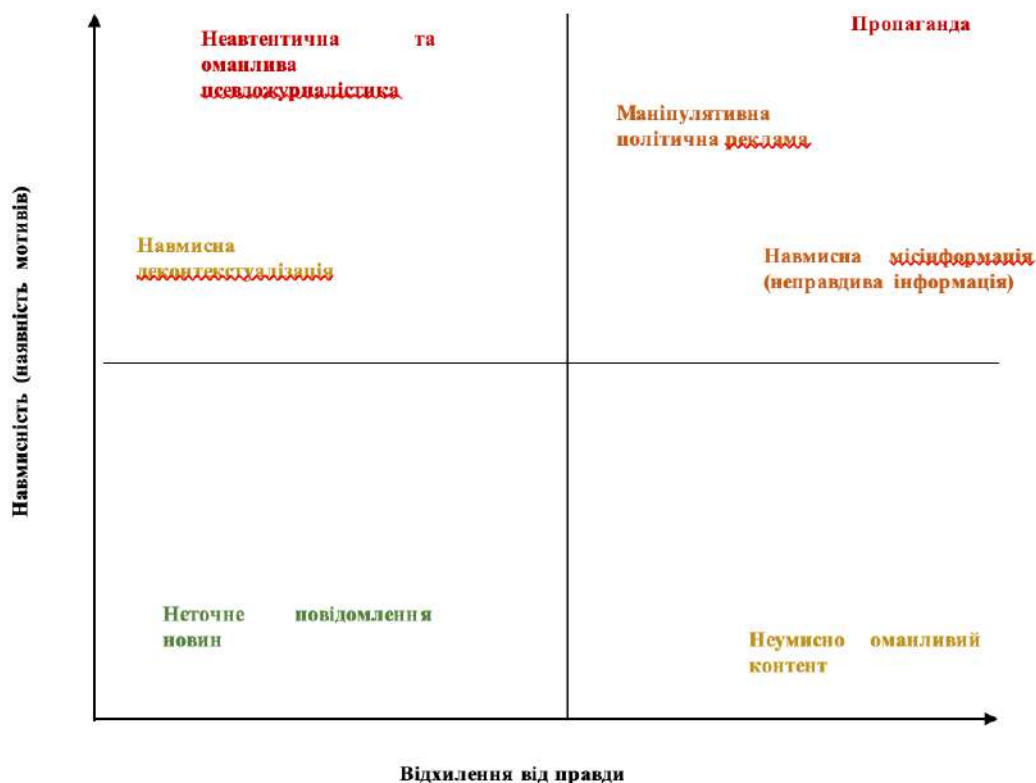


Рис. 1.2 Сім типів дезінформації та дезінформації в чотирьох квадратах дезінформаційного простору

Примітка: Джерело: [52]

Ненавмисно оманливий контент ґрунтується на хибній інформації, наприклад, неправдивих цифрах, помилкових емпіричних даних та/або неточних експертних аналізах. Прикладом ненавмисної місінформації може бути цитування експерта, який надає неправильні відомості щодо наслідків складного політичного чи наукового питання. По суті, будь-який комунікатор може ненароком поширити некоректну інформацію: громадяни, політики, науковці, журналісти, громадські організації, компанії, установи тощо. Поширеною причиною появи місінформації є недбалість.

Дезінформація — умисна деконтекстуалізація реальної інформації. Серед усіх форм дезінформації (тобто умисно неправдивої інформації) умисна деконтекстуалізація найближча до реальної правди. Автори визначають її як правильну інформацію в неправильному контексті. Метою є переконати громадян у альтернативній реальності для просування ідеологічних чи економічних цілей. Часто така інформація спрямована проти державних інституцій та мейнстримних медіа.

Приклад умисної деконтекстуалізації — кампанія #filmyourhospital, що поширювалася в соціальних мережах у перші місяці після спалаху коронавірусу. Аматорські новинні платформи та громадяни по всьому світу використовували реальні відео порожніх лікарень і їхніх парковок, щоб посіяти сумніви щодо масштабів пандемії COVID-19. Оскільки наданий матеріал є фактично правильним, а його аргументація зазвичай близька до правди й не здається відверто помилковою, отримувачам легко піддатися цій альтернативній інтерпретації. Тому ця форма дезінформації несе ризики як на індивідуальному, так і на суспільному рівнях.

Умисно неправдива інформація не має жодної фактичної основи; це свідоме поширення повністю вигаданих наративів. Мета поширення такої інформації зазвичай полягає в тому, щоб ввести громадськість в оману та маніпулювати громадською думкою та/або результатами виборів.

Наприклад, може бути вигаданий зв'язок між зростанням кількості мігрантів і підвищенням рівня злочинності, аби здобути підтримку праворадикального політичного порядку денного. Або ж можна підробити графіки та статистику, аби викликати сумніви щодо наслідків змін клімату. Хоча інформація цілком вигадана, їй часто надається нібито «печатка правди» через публікацію у форматі, схожому на професійну журналістику.

Також хибна інформація часто поширюється з економічних міркувань шахраями. Вона може бути дуже привабливою візуально та емоційно, що робить її привабливою для реклами. Така реклама нагадує статті на новинному сайті, де вона розміщена (нативна реклама), і, наприклад, просуває альтернативні поради зі здоров'я чи «швидкі» стратегії заробітку. Урешті-решт, автор отримує комерційну вигоду з кожного кліку (клікбейтинг).

Маніпулятивна (політична) реклама. Вона відрізняється від деконтекстуалізації й неправдивої інформації передусім своїм наміром, який здебільшого є інструментальним, а не суто ідеологічним. Оманлива реклама стратегічно використовується у політичних кампаніях, щоб безпосередньо вплинути на електоральну поведінку (залучити «зацікавлену» частину суспільства до певного питання) або отримати фінансові ресурси для кампанії через донати.

Найвідоміший приклад маніпулятивної передвиборчої реклами — «Brexit Bus». У 2016 році під час референдуму цей автобус їздив Великою Британією в межах кампанії Leave. Тоді на автобусі був розміщений напис, нібито Великобританія відправляє 350 мільйонів фунтів стерлінгів на тиждень до ЄС, що було доведено як неправдиве твердження. Мета такої маніпулятивної реклами — вплинути на рішення виборців. Маніпулятивна реклама також може бути націлена на дуже вузькі аудиторії (мікротаргетинг), щоб охопити саме тих громадян, які найбільш схильні повірити цій дезінформації.

Псевдожурналістика визначається як подача оманливого чи маніпульованого контенту у форматі, схожому на усталені новинні джерела. При детальнішому вивченні з'ясовується, що журналістські стандарти, такі як принцип двох джерел або верифікація фактів, не дотримуються. Це ускладнює для громадськості відокремлення фактів від вигадок.

З одного боку, розрізняють незалежні журналістські видання та бренди, які свідомо й систематично не відповідають стандартам журналістики. Сам по собі контент не обов'язково має дезінформуючу функцію. В їх матеріалах факти часто подаються в хибному контексті та тлумачаться в радикально ідеологізованому ключі.

З іншого боку, існує підвид псевдожурналістики, який здебільшого мотивований економічно, залежно від рекламної моделі. Це короткочасні інтернет-сторінки, що імітують уже відомі новинні бренди до найдрібніших деталей і експлуатують довіру читачів до традиційної журналістики. Завдяки тому, що псевдожурналістика набуває високого рівня довіри як у візуальній формі (довірене джерело новин), так і в змісті (зазвичай деконтекстуалізованому), вона має значний вплив.

Пропаганда визначається як стратегічна маніпуляція власним або чужим населенням, яку здійснюють уряди чи впливові гравці. Вона часто використовується, щоб глибоко порушити суспільний порядок і однобічно вплинути на громадську думку. Приклад — повідомлення про нібито зґвалтування «Лізи» у 2016 році, коли цілком неправдива історія була широко поширена через соціальні мережі та російський телеканал Russia Today.

## 1.2 Джерела та способи поширення дезінформації

Дезінформація є складним феноменом, який має глибокі соціальні, політичні та економічні наслідки, оскільки вона здатна викривляти уявлення суспільства про реальність і впливати на прийняття важливих рішень. Згідно з дослідженнями, поширення неправдивої інформації значно посилюється зі зростанням популярності соціальних мереж, де перевірка фактів часто залишається на розсуд самих користувачів [7]. Водночас причини та джерела дезінформації можуть бути різноманітними, починаючи від державних пропагандистських кампаній і закінчуючи діяльністю приватних осіб, які можуть мати комерційні або ідейні мотиви. Складна природа цього явища проявляється у поєднанні різних форм впливу та технологічних інструментів, що дає змогу організаторам дезінформації охоплювати широкі аудиторії в максимально стислі строки.

Важливо відзначити, що іноземні держави часто використовують дезінформацію як елемент «м'якої сили» або інструмент пропаганди з метою досягнення власних стратегічних цілей. Як зауважують Й. Бенклер, Р.Феріс та Г.Робертс, міжнародні актори активно застосовують медіаплатформи, соціальні мережі та навіть традиційні канали ЗМІ, щоб поширювати наративи, які сприяють їхнім політичним чи економічним інтересам. Цей процес відбувається як відкрито (через державне мовлення чи офіційні прес-служби), так і приховано (через так звані «фабрики тролів» або мережі ботів), які маскуються під звичайних користувачів. Мета таких заходів полягає не лише в тому, щоб переконати аудиторію в певній позиції, а й у тому, щоб сіяти сумніви, розпалювати внутрішню поляризацію і підірвати довіру до наявних інститутів [11]. Найбільш відомими прикладами є діяльність росії, спрямована на вплив на вибори в США у 2016 році, а також кампанії, що дискредитують Європейський Союз.

Внутрішні джерела дезінформації можуть бути пов'язані з політиками та журналістами, які, маючи власні інтереси, часом поширюють неперевірені або спотворені факти. Деякі дослідження вказують на те, що окремі журналісти можуть свідомо або несвідомо поширювати сенсаційні новини задля підвищення рейтингів чи тиражу [79].

Згідно з дослідженням EU DisinfoLab, існують два основні способи, якими медіа залучаються до таких процесів. По-перше, деякі відомі новинні бренди, що раніше мали репутацію надійних джерел, можуть свідомо чи несвідомо поширювати дезінформацію. Прикладом є французьке видання FranceSoir, яке після відновлення в 2016 році почало публікувати конспірологічні теорії та антинауковий контент, зокрема щодо вакцинації. Це призвело до втрати довіри та санкцій з боку платформ, таких як YouTube та Google Ads. По-друге, створюються нові онлайн-ресурси, що маскуються під авторитетні медіа, але насправді служать для поширення дезінформації. Такі фальшиві новинні сайти та підставні особи використовуються для надання легітимності неправдивій інформації в очах громадськості та впливу на суспільні дебати [20].

Аналіз 55 000 медіастатей, 5 мільйонів твітів і 75 000 постів у Facebook показав, що одна американська мейнстрімна медіаорганізація відіграла центральну роль у поширенні бездоказового твердження Дональда Трампа про масштабні фальсифікації під час голосування поштою [12].

Ці тенденції підривають доступ до перевіреної інформації та дискредитують професійних журналістів, які дотримуються етичних стандартів об'єктивного та фактологічного висвітлення подій. Таким чином, медіа можуть стати як інструментом інформування, так і засобом маніпуляції, залежно від їхньої редакційної політики та відповідальності перед аудиторією.

Політики ж, своєю чергою, можуть використовувати маніпулятивні повідомлення з метою формування виборчих настроїв або виправдання прийнятих рішень. Завдяки своїй видимості у суспільному просторі та довірі з боку певної частини населення, політичні діячі й окремі впливові журналісти нерідко стають ключовими провідниками дезінформації, поєднуючи власні політичні інтереси з вигідними для них інтерпретаціями подій. У такому випадку відбувається симбіоз між офіційним дискурсом і популярними медіаканалами, що значно ускладнює процес викриття неправдивих тверджень.

У 2020 році Оксфордський інститут інтернету повідомив, що урядові агенції у 62 із 70 опитаних країн використовували дезінформацію, щоб формувати громадську думку [61].

Окрім офіційних чи напівофіційних суб'єктів, значну роль у поширенні дезінформації можуть відігравати мережі активістів, окремі особи та комерційні компанії. Активісти, які намагаються просувати певну ідеологію чи суспільні ідеї, можуть несвідомо використовувати недостовірні дані, особливо якщо ті вигідні для їхньої аргументації або зміцнення почуття справедливості їхньої справи. Водночас приватні особи чи групи людей часом поширюють перекручену інформацію задля привернення уваги в соцмережах і монетизації трафіку, що підтверджується фактами комерційної діяльності «ферм тролів» [7]. Компанії, залежно від сфери їхньої роботи, можуть вдаватися до маніпуляцій або приховування фактів із метою збільшення продажів чи поліпшення репутаційного фону. У таких випадках дезінформація набуває специфічної форми «рекламної» чи піар-кампанії, спрямованої на одностороннє представлення переваг товару або послуги, що може вводити споживачів в оману.

Аналіз New York Times показав, як лікар у Флориді опублікував понад 600 статей, які стверджували, що вакцини від COVID-19 є «медичним шахрайством», водночас просуюючи власні альтернативні методи

лікування. Ці статті були перекладені на кілька мов і широко поширені в соціальних мережах [82].

Компанії також можуть поширювати дезінформацію з фінансовою метою. Наприклад, платформа openDemocracy заявила, що деякі компанії нафтової промисловості фінансували аналітичні центри, які просували неточну інформацію про зміни клімату [60].

Дезінформація поширюється через складну взаємодію соціальних медіа, онлайн-новинних сайтів, традиційних медіа та офлайн-просторів. Наприклад, дезінформація може бути розміщена в інтернеті або озвучена публічною особою, поширена кількома дезінформаційними новинними сайтами (які маскуються під легітимні джерела новин), циркулювати через соціальні мережі та потрапити до традиційних медіа, де її можуть ненавмисно або цілеспрямовано підсилити (Рис.1.3) .

Сучасні соціальні мережі значною мірою визначають спосіб, у який інформація поширюється та споживається, а їхні алгоритми відіграють ключову роль у цьому процесі. Хоча алгоритми створені для оптимізації взаємодії користувачів із контентом, вони також можуть ненавмисно сприяти поширенню дезінформації. Ця проблема стає особливо гострою в умовах глобальної цифрової залежності, коли соціальні мережі є основним джерелом новин для мільйонів людей [78].

Академічні, урядові та промислові експерти зазначають, що завдяки своїй мережевій природі соціальні медіа відіграють центральну роль у циркуляції дезінформації та неправдивої інформації. У листопаді 2023 року дослідницька компанія Ipsos провела опитування користувачів інтернету в 16 країнах і з'ясувала, що 56% використовують соціальні медіа як основне джерело новин, а 68% вважають, що саме там дезінформація поширюється найбільше. Поширеність дезінформації варіюється залежно від платформи [75].

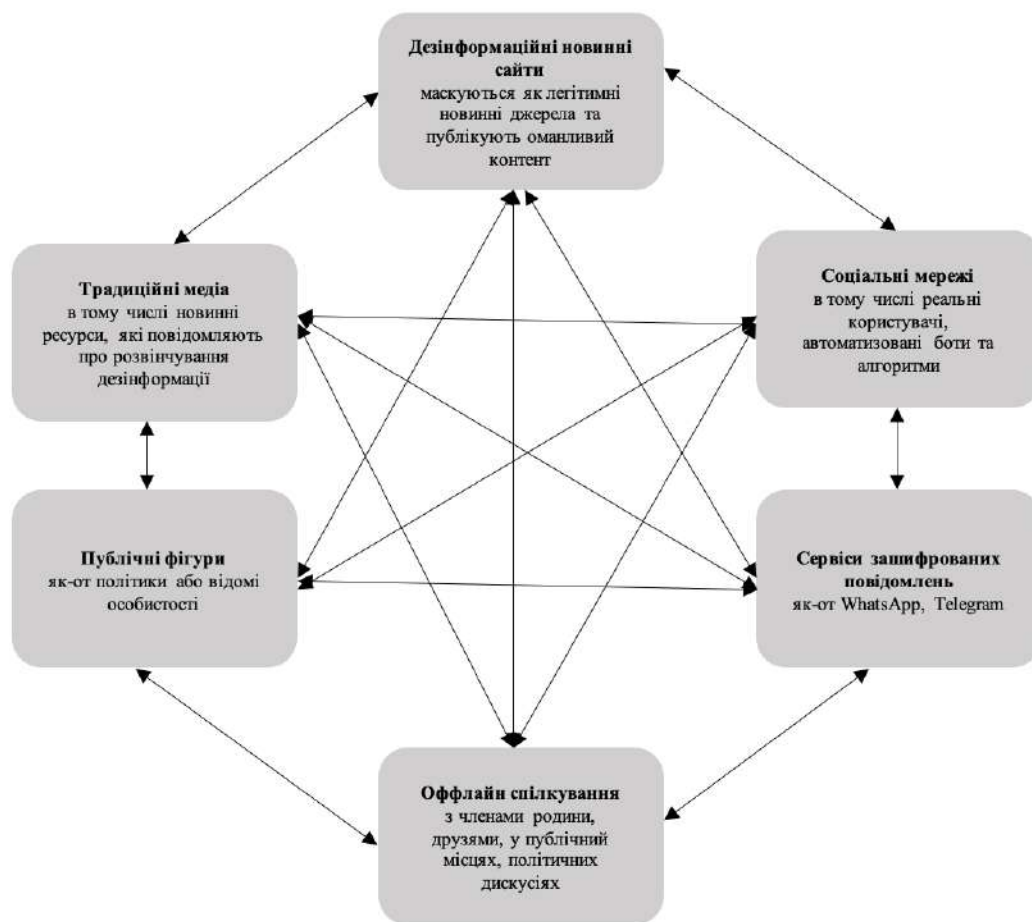


Рис. 1.3 Приклад того, як поширюється дезінформація

Примітка: Складено автором на основі [79]

Алгоритми соціальних мереж, такі як ті, що використовуються Facebook, Twitter (тепер X), та Instagram, оптимізовані для максимізації залучення користувачів шляхом пропонування контенту, що викликає емоційний відгук. Як показують дослідження, дезінформація часто має більший потенціал для емоційної взаємодії, ніж достовірна інформація [78]. Це пояснюється тим, що неправдиві новини, зазвичай, створюються так, щоб вони були сенсаційними, шокуючими або викликали гнів чи страх.

Наприклад, у дослідженні Г.Олкотта та М. Генцова було виявлено, що фейкові новини під час президентських виборів у США 2016 року

поширювалися швидше й охоплювали більшу аудиторію, ніж достовірні новини. Це стало можливим завдяки алгоритмам, які підсилювали популярність контенту із високими показниками взаємодії, незалежно від його правдивості [7].

Алгоритми соціальних мереж також сприяють створенню так званих «бульбашок фільтрів» (filter bubbles) та «ехо-камер» (echo chambers), де користувачі взаємодіють із контентом, що підтверджує їхні упередження [63]. Це зменшує ймовірність того, що вони зіткнуться з альтернативними точками зору або фактами, які спростовують дезінформацію. У таких середовищах неправдива інформація може розповсюджуватися швидше, оскільки користувачі повторно діляться нею в межах своїх замкнених соціальних мереж.

Боти, автоматизовані програми, що симулюють людську поведінку в інтернеті, також активно використовуються для підсилення дезінформації. Дослідження показують, що боти можуть створювати ілюзію високої популярності дезінформаційного контенту, підвищуючи його видимість для реальних користувачів через алгоритми. Ця штучно створена популярність стимулює органічне поширення, оскільки користувачі сприймають контент як значущий і достовірний [26].

Алгоритми соціальних мереж не лише підсилюють дезінформацію, а й сприяють її монетизації. Дезінформаційні кампанії можуть генерувати значні прибутки через кліки, перегляди або рекламу. Згідно з дослідженням С. Бредшоу та П. Говарда, багато дезінформаційних сайтів створюються саме для залучення трафіку, що забезпечується алгоритмічною видимістю [14].

Сервіси зашифрованих повідомлень, такі як WhatsApp, Telegram і Signal, відіграють дедалі помітнішу роль у поширенні дезінформації, використовуючи технологію наскрізного шифрування для захисту комунікацій. Ця технологія, попри її переваги у забезпеченні

конфіденційності, створює значні виклики для виявлення та стримування дезінформації.

На відміну від відкритих соціальних платформ, де дезінформація може бути легко відстежена та модераторована, зашифровані сервіси створюють закриті інформаційні екосистеми. Згідно з дослідженням, близько 29% користувачів у глобальному масштабі використовують зашифровані месенджери як основне джерело новин [55]. Це сприяє створенню інформаційних «камер відлуння», де дезінформація поширюється безперешкодно через групові чати та функції пересилання.

У 2020 році WhatsApp обмежив пересилання повідомлень до п'яти разів на одного користувача, прагнучи зменшити поширення дезінформації після серії випадків насильства в Індії, викликаних фейковими новинами. Попри ці обмеження, дослідження показують, що навіть із цим обмеженням певний контент може досягати мільйонів користувачів у межах кількох годин завдяки великим групам і мережам контактів [36].

У звіті Ofcom (2023) було визначено, що 45% британських користувачів WhatsApp стикалися з дезінформацією в цьому месенджері протягом останнього року [59]. Одним із найгучніших випадків використання зашифрованих месенджерів для поширення дезінформації стала кампанія проти вакцинації під час пандемії COVID-19. Дослідження показало, що понад 30% усіх дезінформаційних повідомлень у WhatsApp в Бразилії стосувалися фейкових даних про вакцини, що значно вплинуло на рівень довіри до медичних рекомендацій серед населення [68].

Наскрізне шифрування унеможливорює доступ до вмісту повідомлень для зовнішніх фактчекерів або платформ модерації. Це суттєво ускладнює боротьбу з дезінформацією. Водночас, сервіси, такі як WhatsApp, експериментують із інструментами, що дозволяють користувачам повідомляти про підозрілі повідомлення, хоча ці заходи залишаються обмеженими [14].

Telegram, як популярний сервіс для обміну повідомленнями, відіграє важливу роль у поширенні дезінформації завдяки своїм структурним особливостям. Платформа дозволяє створювати публічні та приватні канали з необмеженою кількістю підписників, що дає змогу швидко поширювати інформацію серед великих аудиторій. Водночас відсутність ефективної модерації та політики перевірки фактів створює сприятливе середовище для поширення неправдивих даних.

Telegram часто використовується для політичних маніпуляцій. Наприклад, під час війни в Україні платформа стала ключовим каналом для розповсюдження російської пропаганди. Згідно з дослідженням, проросійські канали в Telegram були джерелом дезінформаційних кампаній, спрямованих на дискредитацію України, західних союзників та міжнародних організацій [53].

Мінімальна модерація контенту на платформі ускладнює боротьбу з дезінформацією. Telegram не впроваджує функцій для позначення або видалення неправдивого контенту, як це роблять інші платформи. Крім того, закритий характер багатьох чатів та каналів робить платформу недоступною для зовнішніх фактчекерів. Попри заклики окремих урядів до введення контролю за контентом, Telegram посилається на захист конфіденційності як основний пріоритет, що створює серйозні виклики для регуляторів.

Дезінформаційні новинні сайти, що маскуються під легітимні джерела новин, є однією з ключових платформ для поширення неправдивої інформації. Їхня структура, форма подачі та технологічна адаптивність дозволяють їм ефективно впливати на громадську думку, підриваючи довіру до традиційних медіа та створюючи інформаційний хаос.

Такі сайти зазвичай імітують структуру й стиль легітимних новинних медіа, але продукують контент, що є неправдивим, маніпулятивним або викривленим. Згідно з дослідженням К. Вордл та Г. Деракшан,

дезінформаційні новинні сайти прагнуть використовувати подібний до легітимних ЗМІ дизайн та елементи, щоб знизити рівень критичності у читачів. Це дозволяє поширювати маніпулятивний контент серед широких аудиторій, не викликаючи миттєвих підозр [79].

NewsGuard повідомляє, що з початку війни в Україні було ідентифіковано понад 645 дезінформаційних сайтів, що активно поширювали проросійські наративи. Більшість із них мали англomовний інтерфейс, орієнтований на західну аудиторію, щоб вплинути на її сприйняття конфлікту [70].

Дезінформаційні сайти сприяють поглибленню інформаційної поляризації. За даними досліджень, такі ресурси здатні залучати аудиторії через соціальні медіа, використовуючи алгоритмічні механізми, що підсилюють найбільш провокативний контент. Це особливо актуально в умовах кризових ситуацій, коли люди активно шукають інформацію [27].

Наприклад, під час пандемії COVID-19 дезінформаційні сайти активно поширювали фейки про походження вірусу та вакцинацію. Згідно з дослідженнями Г. Резенда та ін., понад 20% популярних статей, які циркулювали в соціальних медіа, мали джерелом дезінформаційні новинні сайти [68].

Багато дезінформаційних сайтів фінансуються через рекламу, зокрема системи Google Ads. Реклама на дезінформаційних сайтах приносить їм дохід від високої залученості аудиторії, яку вони досягають через сенсаційність контенту. Деякі з них також отримують фінансування від політичних чи комерційних організацій, зацікавлених у поширенні певних наративів [13].

Попри домінування цифрових платформ у сучасному інформаційному просторі, офлайн-комунікація залишається важливим каналом для поширення дезінформації. Особливість офлайн-розповсюдження полягає в тому, що воно часто відбувається у менш

контрольованому середовищі, що ускладнює виявлення та протидію маніпуляціям.

Офлайн-дезінформація поширюється через кілька основних каналів: друковані матеріали (листівки, брошури, наклейки), виступи на публічних заходах, а також міжособистісну комунікацію, включаючи розмови та неформальні зустрічі. За даними К. Вордл та Г. Деракшан, така дезінформація особливо ефективна в суспільствах із низьким рівнем цифрової грамотності, де люди більше довіряють особистим або офіційно виглядаючим джерелам інформації [79].

Політичні та громадські активісти нерідко використовують офлайн-комунікацію для поширення дезінформації з метою впливу на громадську думку. Так, під час виборів у багатьох країнах листівки та публічні виступи використовуються для дискредитації опонентів шляхом розповсюдження викривленої або неправдивої інформації. Одним із прикладів є кампанії зі стікерами, які набули популярності серед активістів. Такі кампанії, спрямовані на просування певного порядку денного або дискредитацію інших груп, були зафіксовані в країнах Європи під час дискусій про біженців та міграційну політику [25].

Міжособистісна комунікація є одним із найбільш ефективних засобів закріплення дезінформації через високий рівень довіри до джерела інформації. Чутки та неправдиві повідомлення, передані в особистих розмовах, викликають сильніший емоційний відгук, ніж аналогічна інформація, отримана через цифрові канали. Це особливо помітно у спільнотах із високим рівнем соціальної згуртованості, де люди часто покладаються на неформальні мережі для отримання інформації [69].

Офлайн-дезінформація часто уникає уваги фактчекінгових організацій і регуляторів, які здебільшого зосереджені на цифровому середовищі. Офлайн-кампанії з поширення фейкових новин складно

відслідковувати через відсутність централізованих джерел або цифрових слідів. Це створює виклики для розробки системних механізмів протидії.

### **1.3 Наслідки дезінформації для суспільства**

У сучасному інформаційному середовищі дезінформація стає одним із ключових викликів для демократії. Завдяки технологічному прогресу та широкому розповсюдженню соціальних медіа, неправдива інформація швидко поширюється серед великих аудиторій, впливаючи на громадську думку, посилюючи соціальну поляризацію та підриваючи довіру до демократичних інститутів.

Демократія залежить від інформованих громадян, які здатні приймати рішення на основі достовірної інформації. Дезінформація, навмисно викривлена або неправдива інформація, спрямована на маніпуляцію громадською думкою, підриває цей фундаментальний принцип, створюючи виклики для демократичних процесів, політичної стабільності та суспільної довіри.

Дезінформація використовує соціальні медіа для координованого поширення викривленої інформації, спрямованої на підрив довіри до інституцій. Зниження довіри до традиційних ЗМІ призводить до зростання альтернативних новинних екосистем, які часто стають джерелами викривлених або маніпулятивних наративів. Моделі бізнесу онлайн-платформ заохочують поширення контенту, який викликає високу залученість, що, у свою чергу, збільшує поляризацію. Це сприяє формуванню однорідних аудиторій, знижуючи толерантність до альтернативних точок зору.

Численні дослідження виявили, що під час виборів у США 2016 року соціальні медіа стали основною платформою для поширення фейкових новин. Російська кампанія дезінформації, що включала створення фальшивих акаунтів і поширення маніпулятивних повідомлень, була

спрямована на підтримку одного з кандидатів і дискредитацію іншого. Ці зусилля посилили політичну поляризацію, викликали недовіру до виборчого процесу та підвищили напруження між групами громадян [42].

До числа акторів, залучених до поширення дезінформації, часто належать субнаціональні політичні фігури чи організації, хоча іноді в цьому беруть участь і державні структури. Наприклад, у Південній Кореї роль державної дезінформації під час президентських виборів 2012 року була розкрита після розслідування, яке встановило, що Національна розвідувальна служба створила понад 1,2 мільйона повідомлень у Twitter, спрямованих на підтримку нині усуненої з посади президента Південної Кореї Пак Кин Хе (або, як часто буває у випадках із дезінформацією, на дискредитацію її суперника) [94].

Президентські вибори 2017 року в Кенії є прикладом широкомасштабного використання дезінформації внутрішнього походження в контексті виборів. Як і у випадку з виборами на Філіппінах, політичні суперники створили складні цифрові операції, залучивши впливових персон у соціальних мережах, платних коментаторів і армії ботів. Цифрові рекламні технології посилили поширення мови ворожнечі та дезінформації, спрямованої проти політичних опонентів. Фейкові вебсайти, що імітували реальні новинні джерела, виробляли дезінформацію в промислових масштабах. Одне з досліджень виявило, що дев'ять із десяти кенійців бачили неправдиву інформацію про вибори онлайн, і 87% респондентів вважали, що ця інформація була навмисно неправдивою. Такі техніки, які не є унікальними для Кенії, виявилися особливо небезпечними в період політичної напруги, коли попередні вибори в країні призвели до кровопролиття [74].

Дезінформація також спрямована на підрив довіри до виборчого процесу. Наприклад, під час президентських виборів у США 2020 року були широко поширені фейкові наративи про масові фальсифікації голосів. Хоча

ці твердження не отримали підтвердження, вони викликали значний резонанс серед виборців, знижуючи довіру до результатів виборів [11]. Подібні приклади спостерігалися в інших країнах, де дезінформація використовувалася для делегітимації виборів та інституцій, відповідальних за їх організацію.

Навіть якщо дезінформаційні кампанії не є цілком успішними, вони створюють атмосферу сумнівів щодо легітимності виборчих процесів, підриваючи довіру до здатності демократичних інституцій точно відображати вибір громадян.

Дезінформація підриває довіру до ключових демократичних інституцій, таких як медіа, виборчі комісії та судові органи. Дослідження показують, що постійний контакт із неправдивою інформацією формує загальну недовіру до всіх джерел інформації. Це явище, відоме як «синдром недовіри», знижує здатність громадян приймати обґрунтовані рішення, що є критично важливим для демократичного управління [79].

Згідно з опитуванням Ipsos і Центру міжнародного врядування (CIGI), через поширення дезінформації 40% громадян стали менше довіряти масмедіа, а 22% – уряду. Ці дані демонструють, як дезінформація послаблює ключові стовпи демократичного управління [15].

Крім того, дезінформація може використовуватись для дискредитації незалежних медіа. Наприклад, автократичні режими часто звинувачують критичні медіа у поширенні «фейкових новин» для послаблення їхнього впливу на громадську. Такий підхід підриває довіру до медіа як до джерела перевіреної інформації [34].

Дезінформація сприяє посиленню соціальної та політичної поляризації, що є однією з основних загроз для демократії. Дослідження показують, що алгоритми соціальних медіа часто сприяють формуванню «інформаційних бульбашок» або «бульбашкою фільтрів», де користувачі взаємодіють лише з контентом, який підтверджує їхні попередні

переконання. Це посилює розрив між політичними та ідеологічними групами, створюючи атмосферу конфлікту та недовіри [27].

У дослідженні К. Сайнстейна зазначено, що соціальна поляризація, підсилена дезінформацією, ускладнює ведення діалогу між різними групами, що є ключовим елементом демократичного процесу. Поляризовані суспільства схильні до радикалізації, що може підірвати легітимність демократичних інститутів і призводити до соціального напруження [73].

Дослідження свідчать, що частий контакт із неправдивою або дезінформацією може знизити здатність розрізняти достовірну інформацію. Наслідком цього може бути недовіра до всієї інформації, включно з тією, що надходить із джерел, які традиційно вважаються надійними (таких як регульовані медіа) [76].

Існують також докази, що сприйняття високого рівня дезінформації може мати психологічні наслідки, включаючи занепокоєння та стрес. Це було особливо поширеним під час пандемії COVID-19, коли сприйняття дезінформації збільшувало громадський страх перед вірусом та урядовими заходами, пов'язаними з його контролем [51].

У короткостроковій перспективі дезінформація може використовуватись реактивно різними суб'єктами. Наприклад, коли проросійські бойовики на сході України збили комерційний авіалайнер, російські державні медіа почали масово поширювати численні, часто суперечливі альтернативні версії причин катастрофи літака.

Використання дезінформації також було помітним у Сирії, де російські дипломати, медіа та розвідслужби фальсифікували докази, поширювали хибні наративи та дезінформацію щодо ролі російських авіаударів, а також намагалися приховати докази застосування хімічної зброї урядом Сирії [64].

Ще однією поширеною технікою є реакція на кризу шляхом «затоплення» інформаційного простору, що ускладнює обговорення подій. Наприклад, після початку опозиційних протестів у Сирії в 2011 році новостворені акаунти в Twitter почали атакувати сирійських користувачів, а дослідники соціальних мереж стверджують, що режим Асада найняв PR-компанію для того, щоб заповнити хештеги опозиції фотографіями природи та результатами спортивних змагань [91].

Онлайн-тролінг, переслідування та відволікання уваги — особливо за допомогою високоефективних автоматизованих акаунтів — є ключовим компонентом сучасного інструментарію постачальників дезінформації. Ці техніки витісняють незалежні голоси з публічного простору та іноді розглядаються як нова форма політичної цензури. Комуністична партія Китаю стала піонером цього підходу: щонайменше десятиліття Пекін використовує так звану «партію п'ятдесяти центів» (названу так за передбачувану оплату у 50 центів за пост), щоб створювати ілюзію підтримки уряду та відводити політичні обговорення, які могли б викликати масову мобілізацію [100]. Деякі дослідження припускають, що ця ініціатива охоплює два мільйони осіб, більшість із яких є державними службовцями, і продукує близько 450 мільйонів публікацій у соціальних мережах на рік [46].

З часом подібні підходи стали поширеним елементом маніпуляцій інформацією в авторитарних режимах і пізніше були посилені автоматизацією. У середині 2000-х років російський уряд почав залучати людей-коментаторів, перш ніж перейти до використання автоматизованих «ботів». Одне з досліджень стверджує, що в Twitter більше половини твітів російською мовою створюються автоматизованими акаунтами [72]. Щоб уникнути виявлення, багато дезінформаційних кампаній тепер використовують акаунти, які частково автоматизовані, частково контролюються людьми. Такі акаунти зазвичай називають «кіборгами» або

«ляльковими акаунтами» (sock puppet accounts). Останніми роками використання ботів і тролів для формування онлайн-дискусій стало настільки поширеним у різних країнах, що це можна вважати глобальною проблемою цифрового публічного простору, яка виходить далеко за межі конфліктних або авторитарних умов. У Мексиці платні політичні консультанти організовували викрадення секретів виборчих кампаній та масштабне поширення дезінформації серед виборців [84]. Такі дії тривають і сьогодні: акаунти, що підтримують уряд, захоплюють політичні хештеги, погрожують життю активістів і маргіналізують протестувальників.

Ефективність «реактивної» дезінформації обмежується непередбачуваністю реальних подій. Хоча вона може слугувати порядком у кризових ситуаціях, реактивна дезінформація за своєю природою є відповіддю на несподівані, неконтрольовані або небажані події й тому зазвичай використовується тими, хто перебуває у стратегічно не вигідних позиціях.

Натомість проактивна дезінформація має значно більший потенціал для мобілізації аудиторії до дій, формування або спотворення громадського розуміння та впливу на політичні події. Однак вона не працює «на порожньому місці». Ефективні кампанії дезінформації зазвичай ґрунтуються на вже існуючих розколах у цільових суспільствах і створюють контент, який відповідає наявному соціальному попиту. Найнебезпечнішою дезінформація стає тоді, коли вона підсилює наявні політичні переконання та розбіжності, а не впроваджує нові ідеї або наративи у публічний дискурс.

Це частково пояснюється низьким рівнем довіри до медіа та когнітивними упередженнями, які роблять багатьох споживачів більш схильними вірити вмісту, що підтверджує їхні переконання, віддавати перевагу партійній агітації над висновками фактчекерів і поширювати контент, який викликає гнів або страх.

Дослідження впливу використання соціальних медіа на політичну поляризацію ще тривають. Проте вже зараз можна стверджувати, що поява соціальних платформ як джерел новин знизил вплив традиційних «вартових» новин і інформації. Це, у свою чергу, посилює соціальний і політичний вплив активної частини споживачів новин, які займаються «мотивованим мисленням» — вибірковою інтерпретацією інформації для підтвердження своїх існуючих переконань, позицій або бажань.

Ці фактори, у поєднанні зі швидкістю поширення інформації в мережі, створюють ідеальні умови для кампаній дезінформації.

Проактивні кампанії дезінформації можуть досягати реального впливу, впливаючи на дії споживачів такої інформації. Один із помітних прикладів — «справа Лізи» в Німеччині 2016 року, яка спричинила загальнонаціональні дебати щодо переселення біженців із Близького Сходу та надала Москві можливість посилити розкол у німецькому суспільстві. Тринадцятирічна дівчинка російсько-німецького походження на ім'я Ліза заявила, що двоє мігрантів викрали її та зґвалтували. Ці звинувачення пізніше були спростовані, але до того моменту російські державні медіа активно поширювали цю історію, а міністр закордонних справ росії публічно звинуватив Берлін у приховуванні правди. У Німеччині тисячі людей вийшли на протести проти дій уряду щодо цієї справи. Використовуючи медіа та дипломатичні ресурси для просування неправдивої історії на тлі зростаючого антимигрантського настрою, Москва намагалася використати внутрішні політичні розбіжності в Німеччині, щоб спровокувати масові демонстрації та завдати політичної шкоди уряду [43].

Цифрова дезінформація часто сприяє поширенню ксенофобських настроїв, а мова ненависті є поширеним явищем. В Індії ультраправі релігійні діячі використовували месенджери для поширення хибних тверджень про релігійні меншини, що спричинило міжобщинне насильство [87].

Не всі кампанії дезінформації пов'язані з конкретними подіями, такими як вибори. Дезінформація також може використовуватися для зміни загального інформаційного середовища, в якому люди обговорюють питання, формують переконання та приймають політичні рішення. Вона іноді спрямована на просування ширших наративів протягом тривалого часу або на погіршення громадського дискурсу шляхом створення розколів чи цинізму.

Політичні актори використовували дезінформацію у своїх інтересах протягом тисячоліть. Однак швидкість і масштаб дезінформації в сучасному інформаційному середовищі значно посилили її ефективність, залишаючи багатьох людей розлюченими, наляканими або дезорієнтованими. Це, своєю чергою, робить громадськість ще більш вразливою до майбутніх маніпуляцій, створюючи цикл зниження довіри до об'єктивних джерел інформації, який деякі аналітики називають «розпадом істини» (truth decay).

Російська дезінформація є показовим прикладом: як на внутрішньому, так і на міжнародному рівні вона базується на принципі, що об'єктивної істини не існує. Це дозволяє Москві використовувати численні наративи та теорії змови для підриву довіри до західних інституцій. Серед прикладів таких заяв: твердження, що європейські політики підтримують нацизм в Україні; що уряд Німеччини оплачує переїзд біженців та їхніх «гаремів» до Європи; або що літаки НАТО розпилюють хімікати для контролю над розумом у Польщі. Крім явних звинувачень у діях Заходу, кожна з цих історій також натякає, що західні медіа приховують правду від громадськості.

Споживачам дезінформації не обов'язково потрібно вірити в ці історії — введення сумнівів чи тривоги може бути достатнім для того, щоб викликати недовіру або політичну апатію. У випадку історії про німецьких платників податків, які фінансують «гареми» мігрантів, Москва

скористалася антимигрантськими настроями та опором до політики прийому біженців у Німеччині, щоб посилити політичні розбіжності — не заради негайних дій, а для того, щоб розділений і більш вразливий Європейський Союз служив геополітичним інтересам Москви.

Як і у випадку з багатьма іншими проявами дезінформації, помилково вважати, що цей підхід використовують лише державні актори. Політичні суб'єкти на місцевому рівні, бізнесові інтереси та інші сторони також вдаються до цих практик. Проблема дезінформації стосується не лише авторитарної пропаганди чи PR-технік. Довготривалі вразливості людського мислення, у поєднанні з впливом нових і перспективних технологій на інформаційне середовище, дозволяють недобросовісним акторам у всьому світі переслідувати свої політичні інтереси за рахунок демократичного політичного дискурсу.

Отже, проблема дезінформації полягає в тому, що завдяки цифровим технологіям і соціальним мережам викривлена або цілком вигадана інформація поширюється надзвичайно швидко, спричиняючи недовіру до медіа, урядів і навіть наукових інституцій. Відмінність дезінформації від звичайних помилок полягає в умисності: її творці свідомо маніпулюють фактами та емоціями, підживлюючи поляризацію в суспільстві. Поява «deepfake»-відео, «ботів» і «тролів» посилила глобальний масштаб цього явища, а маніпулятивні кампанії використовуються як державними, так і недержавними акторами. Зрештою, дезінформація не лише формує спотворену картину реальності, а й здатна підривати ключові механізми демократії, спричиняючи кризу довіри та зменшуючи потенціал суспільства до критичного мислення.

## **РОЗДІЛ 2. ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ГІБРИДНОЇ ВІЙНИ РФ ПРОТИ УКРАЇНИ**

### **2.1 Сутність гібридної війни та роль дезінформації в ній**

Гібридна війна є сучасним типом конфлікту, що поєднує традиційні та нетрадиційні методи ведення боротьби для досягнення стратегічних цілей. Вона охоплює широкий спектр інструментів, включаючи військові, економічні, політичні, інформаційні та кібернетичні засоби. Сутність гібридної війни полягає у комплексному впливі на різні сфери функціонування держави, що дозволяє агресору уникати прямої конфронтації та залишатися в межах «сірої зони» між війною та миром. Завдяки своїй гнучкості гібридна війна стала ефективним інструментом для підриву стабільності держав-конкурентів у сучасному багатополлярному світі [40].

Термін «гібридна війна» став широковживаним після анексії Криму росією у 2014 році, коли були застосовані як регулярні військові сили, так і нерегулярні методи, включаючи інформаційні операції та підтримку місцевих збройних груп. Цей випадок продемонстрував ефективність поєднання різних форм впливу для досягнення політичних цілей.

Особливістю гібридної війни є її мультимодальний характер, тобто поєднання різних форматів впливу в рамках єдиної стратегії. На відміну від традиційних війн, де увага зосереджується переважно на військових діях, гібридна війна передбачає одночасне використання кількох форматів впливу. Це можуть бути і підготовлені військові операції, і приховані диверсійні дії, і спрямовані кампанії з дезінформації. За словами Ф.Гоффмана, гібридна війна — це «суміш звичайних, нерегулярних і повністю нових методів війни» [41].

Гібридна війна передбачає розмиття меж між миром і війною розмиваються. Традиційно війна має чіткий початок (оголошення або акт

агресії) і кінець (припинення вогню або капітуляція). У гібридній війні межі розмиті: противник може роками вести «тиху» війну через інформаційні, економічні, кібернетичні засоби, не переходячи відкрито до класичних бойових дій. У таких війнах дії агресора часто не мають чітких маркерів початку чи завершення, що дозволяє йому залишатися поза увагою міжнародного права [33].

Гібридна стратегія часто орієнтується на «вразливі точки» держави, аби посіяти внутрішню нестабільність, недовіру до влади та розкол у суспільстві. Ці «вразливі точки» можуть включати: етнічні й релігійні протиріччя, нестабільну економіку, низький рівень медіаграмотності, конфлікти між політичними елітами тощо.

Більшість «воєнних» дій в межах гібридної війни асоціюються з прихованими операціями — методами, що тісно пов'язані з неоднозначністю та заперечуваністю. Політичні системи можуть бути дестабілізовані через такі акти, як убивства, що є формою насильства, пов'язаною з прихованими операціями, але водночас можуть бути частиною ширшої стратегії гібридної війни. В. Куреші описує мету гібридної війни як зусилля зі створення нестабільності в країні-супротивнику або цільовій державі без залучення до прямого конфлікту, тобто без використання конвенційних військових дій. Основною метою є вплив або підрич рішень політики та їх виконання без негативних наслідків, пов'язаних із «атрибуцією або відплатою». У цьому контексті велике значення має принципова заперечуваність, яка вимагає застосування прихованих методів, коли операція може бути розкрита, але особа спонсора залишається невідомою [67].

Гібридна війна дає державам можливість впливати на механізми суверенітету інших країн або підричати їх без необхідності звітувати перед власними громадянами. Демократії є значно більш уразливими до питань публічної відповідальності та управління порівняно з іншими політичними

системами. Таким чином, коли економіки країн зазнають негативного впливу, а конвенційні військові дії є занадто витратними з економічної чи дипломатичної точки зору, держави зазвичай надають перевагу заперечуваним методам, включно з тими, що входять до арсеналу гібридної війни та зазвичай пов'язані з прихованими діями (або активними заходами у випадку, якщо загрозу становить росія). У такий спосіб також уникаються вимоги міжнародного права, що стосуються правил (конвенційної) війни [19]. Ці тактики гібридної війни не лише дозволяють агресору використовувати немілітаризовані сили недержавних акторів проти цільової держави, не несучи відповідальності відповідно до норм міжнародного права таких як Женевські конвенції та їх Додаткові протоколи, які є основою міжнародного гуманітарного права; вони також дозволяють дестабілізувати ціль без значних витрат ресурсів чи порушення важливих дипломатичних відносин [67].

Гібридна війна включає в себе низку засобів, таких як приховані дії, кольорові революції, асиметрична війна, неконвенційна війна та нерегулярна війна. Ці форми війни використовують непрямі підходи до досягнення цілей, що дозволяє уникати міжнародного юридичного контролю та відплати з боку цільової держави чи режиму. Таким чином, підтримання принципової заперечуваності є критично важливим [67].

В. Куреші також розширює концепцію гібридної війни, включаючи конвенційні військові операції, а також «нерегулярну тактику (повстання, інсургенцію, проксі-війни, недержавних акторів), тероризм (непередбачуване насильство), кримінальну діяльність (контрабанда зброї, наркотиків та інших незаконних речей, використання місцевих банд), політичні засоби (дипломатія), економічні засоби (кредити, санкції, руйнування економіки), інформаційні засоби (пропаганда, дезінформація, витік інформації та інші інформаційні операції) і соціальні засоби (використання місцевого населення та психологічні операції) [67].

На думку М. Кофмана та М. Рожанського, інформаційна війна використовується як превентивна стратегія для досягнення політичних або дипломатичних переваг без необхідності застосовувати конвенційні військові сили. Після того, як громадська думка сформована, а політична неоднозначність досягнута, більш тонкі техніки гібридної війни можуть бути інтегровані з використанням конвенційної військової сили. Це створює додатковий рівень складності, приховуючи водночас приховані операції [88].

Дезінформація є невід'ємною складовою сучасних стратегій гібридної війни, надаючи агресору можливість здійснювати вплив на цільову державу без відкритого застосування військової сили. Використання дезінформації в контексті гібридної війни дозволяє маніпулювати інформаційним середовищем, створювати хаос та дестабілізувати внутрішні процеси в цільовій державі, що відповідає основним цілям гібридної стратегії — ослабити країну-загарбника зсередини. Цей підхід дозволяє агресору досягати стратегічних цілей, зменшуючи ризики відкритої конфронтації та уникати міжнародної відповідальності.

Одним із головних аспектів взаємозв'язку дезінформації та гібридної війни є її здатність розмивати межі між реальністю та вигадкою, що ускладнює розпізнавання та реагування на агресивні дії. Дезінформація використовується для створення хаосу в інформаційному просторі, підриву довіри до державних інституцій та посилення внутрішніх конфліктів. Ці дії спрямовані на дестабілізацію політичної системи та суспільної єдності, що відповідає стратегічним цілям гібридної війни – ослабити країну-жертву зсередини без необхідності прямого військового втручання [56].

Одним із ключових способів застосування дезінформації у гібридній війні є створення та поширення фейкових новин, які мають на меті підривати довіру до державних інституцій та послаблювати соціальну згуртованість. Наприклад, під час конфлікту в Україні росія активно

використовувала фейкові новини для дискредитації української влади, створення образу «непередбачуваного ворога» та посилення внутрішніх розколів у суспільстві. Ці дезінформаційні кампанії сприяли розповсюдженню паніки, зростанню недовіри до офіційних джерел інформації та підсиленню політичної нестабільності [9].

Крім фейкових новин, дезінформація в гібридній війні включає маніпуляцію соціальними мережами через використання ботів та тролів, що створюють вигляд широкої підтримки певних ідей чи політичних рухів. Ці автоматизовані акаунти можуть поширювати пропаганду, підсилюючи існуючі розбіжності та створюючи враження масової підтримки певних дій чи політик. Наприклад, у контексті виборчих кампаній у різних країнах, дезінформаційні агенти використовували соціальні мережі для поширення хибної інформації, що впливає на виборців та підриває легітимність демократичних процесів [67].

Дезінформація також може використовуватися для маніпуляції економічними показниками та фінансовими ринками цільової держави. Поширення неправдивих відомостей про економічну ситуацію, корпорації або ключові інфраструктурні об'єкти може призвести до зниження довіри інвесторів, викликати паніку на ринках та спричинити економічну нестабільність. Такі дії створюють додатковий тиск на економіку цільової держави, змушуючи її ресурси спрямовуватися на вирішення внутрішніх криз замість зміцнення обороноздатності [56].

Наукові дослідження підкреслюють, що дезінформація в рамках гібридної війни не є ізольованим феноменом, а інтегрується в ширший контекст інформаційної війни, де використовуються різні тактики впливу, такі як пропаганда, маніпуляція громадською думкою та кібернетичні атаки. Зокрема, дезінформаційні кампанії часто супроводжуються кібератаками, які паралізують критичні інфраструктури, що ще більше посилює ефект інформаційного хаосу. Так, злам державних систем та

поширення викривлених даних можуть паралізувати критично важливі інфраструктури, що створює умови для поширення паніки та зниження рівня довіри до державних органів. Ці атаки часто супроводжуються поширенням дезінформації, яка підсилює ефект кібернетичних втручань, роблячи їх більш руйнівними та важко прогнозованими [54].

Особливою рисою використання дезінформації в гібридній війні є прагнення до забезпечення «припустимої заперечуваності» (plausible deniability). Це означає, що агресор може заперечувати свою участь у дезінформаційних кампаніях, використовуючи проксі-структури або недержавних акторів, що ускладнює встановлення відповідальності за агресивні дії. Таким чином, дезінформація стає ефективним інструментом для досягнення стратегічних цілей без необхідності відкритої конфронтації, що відповідає принципам гібридної війни [57].

Наукові дослідження вказують, що дезінформація сприяє створенню інформаційного перевантаження, що ускладнює ефективне прийняття рішень як на національному, так і на міжнародному рівнях. Це веде до затримки або відсутності адекватних реакцій на агресивні дії, дозволяючи агресору поступово домінувати в усіх аспектах циклу прийняття рішень супротивника. Такий підхід відповідає концепції «розумної сили» (smart power), де м'які методи поєднуються з жорсткими для досягнення максимального впливу без відкритої війни. Дезінформація, створюючи невизначеність та підриваючи довіру до ключових інституцій, дозволяє агресору контролювати інформаційний простір та маніпулювати суспільною думкою, що є критично важливим для успіху гібридної війни.

## **2.2 Інструменти дезінформації у війні рф проти України**

Система медіа в росії характеризується значним рівнем державного контролю, обмеженням свободи слова та широким використанням пропаганди для підтримки офіційної політики. Влада фактично

монополізувала основні інформаційні канали, перетворивши їх на інструменти впливу на громадську думку. За даними Репортерів без кордонів, росія у 2024 р. посіла 162 місце зі 180 країн світу за індексом свободи преси [35].

Ключова роль телебачення у формуванні громадської думки в російському суспільстві добре задокументована. Дослідження підтверджують провідну роль цього державного засобу комунікації навіть у (порівняно) вільному інтернеті. Альтернативна реальність, яку транслюють російські телеканали, є невідомою від реального життя. «Державне телебачення — добре фінансоване і головне джерело новин для більшості росіян — транслює професійно створені програми, що зосереджуються на новинах, які або різко відрізняються від тих, що доступні на Заході, або вибірково подаються для підсилення іміджу Кремля» [81].

Відновлення контролю над внутрішнім інформаційним простором триває від часу приходу до влади Володимира Путіна у 2000 році, але в останні роки цей процес значно прискорився і поширився навіть на раніше необмежений інтернет. Росіяни стають дедалі більш ізольованими від альтернативних джерел інформації. Хоча ізоляція не є повною, як у періоди Холодної війни, зацікавлені росіяни все ще можуть отримати доступ до іноземних медіа через інтернет. Однак моніторинг використання інтернету, фільтрування та спотворений переклад іноземних медіарепортажів також сприяють ізоляційним ефектам. Рада безпеки росії навіть розглядала можливість функціонування країни без доступу до інтернету взагалі.

Розмиті закони про екстремізм надають владі значні повноваження для переслідування будь-яких висловлювань, організацій або дій, які не мають офіційної підтримки. Уряд контролює, безпосередньо або через державні компанії та лояльних бізнес-магнатів, усі національні телевізійні

мережі, більшість радіо- та друкованих видань, а також значну частину ринку медійної реклами.

Закони про екстремізм, іноземних агентів та небажані організації використовуються для переслідування медіа, обмеження їх доступу до фінансування та примушення багатьох з них припинити діяльність у росії. Згідно з поправкою до закону 2022 року, будь-яка особа, яка перебуває «під іноземним впливом» або отримувала будь-яку форму іноземної підтримки, вважається іноземним агентом. Роскомнадзор, федеральне агентство з питань медіа та телекомунікацій, може блокувати вебсайти, класифіковані як іноземні агенти, на запит Міністерства юстиції. Низка інших законів зобов'язує соціальні медіа-платформи видаляти «незаконний» контент, передбачає штрафи для вебсайтів, які не блокують такий контент, а також дозволяє ув'язнення для осіб, звинувачених у наклепі в інтернеті, серед інших положень [34].

Після вторгнення в Україну у лютому 2022 року Роскомнадзор зобов'язав медіа використовувати виключно оновлення Міністерства оборони та утримуватися від вживання слів «війна» або «вторгнення» при обговоренні того, що офіційно називається «спеціальною військовою операцією». Уряд також почав обмежувати доступ до широкого спектра вебсайтів, включаючи сайти як вітчизняних, так і іноземних новинних видань. Понад 300 медіа були змушені припинити свою діяльність.

Репресії поширилися і на іноземних журналістів. У березні 2023 року влада заарештувала Евана Гершковича, кореспондента Wall Street Journal і громадянина США, за звинуваченням у шпигунстві [21]. Наприкінці року він залишався під вартою. У жовтні була затримана Алсу Курмашева, журналістка Радіо Свобода/Радіо Вільна Європа, що працює у Празі, яка має громадянство США та росії. Її звинуватили у тому, що вона не зареєструвалася як іноземний агент. У грудні їй були пред'явлені додаткові

обвинувачення у поширенні «фейкової» інформації про російську армію [8].

Роль російських державних масмедіа у дезінформаційних кампаніях проти України є одним із ключових факторів, що визначають інформаційний вимір російсько-українського конфлікту. Згідно з аналізом, проведеним Chatham House, російська влада послідовно використовує державні канали «Россия-1», «Первый канал», а також міжнародні платформи на кшталт RT (Russia Today) та Sputnik для поширення меседжів, спрямованих на формування викривленого уявлення про події в Україні. Ці масмедіа виокремлюються виразно пропагандистською тональністю, зокрема через маніпулятивні заголовки, емоційне забарвлення повідомлень і систематичне повторення нав'язаних державою наративів [37].

Звіт Гаазького центру стратегічних досліджень підтверджує, що російські державні канали системно використовують тактику «дзеркал» (mirror techniques): беруть реальні факти й викривляють їх, або ж поширюють «паралельні» версії подій для створення інформаційного шуму. Цей метод також реалізовується у вигляді документальних фільмів, псевдоаналітики й «розслідувань», де часткові факти розставлені в маніпулятивній послідовності. Саме завдяки постійній повторюваності та всеохопності медіакампаній російській владі вдається закріплювати в аудиторії хибні висновки щодо ролі України в конфлікті [16].

Серія досліджень Інституту сучасної росії звертає увагу на те, що велика частина російської дезінформації покликана підірвати довіру не лише до українських, а й до західних інституцій. В умовах гібридної війни, коли бойові дії поєднуються з потужним інформаційним впливом, роль медіа стає вкрай важливою. Російські канали демонізують українську владу, зображуючи її «маріонетковою» або «неспроможною» керувати власною державою. При цьому конструюється негативний образ

українських військових, звинувачених чи то в «каральних операціях», чи то в «геноциді» місцевого населення на Донбасі — твердження, що не мають підтвердження у міжнародних розслідуваннях [66]

За оцінками Глобального центру взаємодії Державного департаменту США, дезінформаційна та пропагандистська екосистема росії — це сукупність офіційних, проксі та анонімних комунікаційних каналів і платформ, які росія використовує для створення та поширення наративів. Екосистема складається з п'яти основних стовпів: 1) офіційні урядові комунікації; 2) глобальне мовлення, що фінансується державою; 3) культивування проксі-джерел; 4) використання соціальних медіа як зброї; 5) дезінформація, підсилена кіберзасобами. Екосистема відображає як джерела дезінформації та пропаганди, так і тактики, які використовують ці канали [48].

Головними трансляторами кремлівських наративів для іноземної аудиторії виступають державні медіа RT і Sputnik. Вони не діють ізольовано в межах дезінформаційної та пропагандистської екосистеми. Кожен стовп може створювати елементи дезінформації або наративи, які інші стовпи підхоплюють, модифікують та підсилюють. Ці взаємозв'язки створюють ефект множника медіа, що підвищує охоплення та резонанс кожного стовпа.

RT і Sputnik позиціонують себе нарівні з такими організаціями, як Британська мовна корпорація (BBC) чи Голос Америки (VOA), які фінансуються державою, але залишаються прозорими та незалежними у своїй журналістській діяльності. Непрозора організаційна структура RT і Sputnik та відсутність фінансової прозорості приховують справжній масштаб контролю російського уряду над редакційними процесами та кадровими рішеннями. Крім того, російські урядовці та керівництво цих медіа відкрито обговорюють їхню роль як інструментів державної пропаганди.

Роль RT і Sputnik як джерел дезінформації та пропаганди стає найбільш очевидною під час висвітлення політично значущих для Кремля тем. Яскравим прикладом є використання RT і Sputnik для спроб змінити громадську думку про Україну в Європі, Сполучених Штатах і навіть у Латинській Америці. Коли фактична інформація про зовнішньополітичні пріоритети росії не є сприятливою, ці медіа використовуються для впровадження прокремлівської дезінформації та пропаганди в інформаційне середовище.

Охоплення аудиторії RT і Sputnik важко оцінити, частково через те, що RT у минулому завищувала свої показники, а також через те, що обидві платформи діють у рамках мережі, яка складається з численних брендів, вебсайтів та акаунтів у соціальних мережах, що публікують контент багатьма мовами. Незважаючи на завищення, дослідники виявили, що онлайн-охоплення RT Arabic, виміряне за кількістю відвідувань вебсайту, підписників у соціальних мережах, лайків та переглядів відео, є співставним з охопленням великих панарабських медіа та BBC News Arabic. За даними Лабораторії цифрових криміналістичних досліджень Атлантичної ради, RT зуміла «залучити значну аудиторію» в Латинській Америці, зокрема збільшивши кількість підписників на своїй сторінці у Facebook під час пандемії COVID-19. Навіть якщо статистика аудиторії є неправильною, це не зменшує їхньої здатності відігравати ключову роль у поширенні наративів у межах російської дезінформаційної екосистеми.

Ефект множника медіа може призводити до утворення «штормів дезінформації», що потенційно мають небезпечні наслідки. Державні засоби масової інформації, фінансовані та керовані урядом росії, ефективно впливають на політичні переконання глядачів. У лютому 2021 року в статті Ерін Бегготт Картер і Бретта Л. Картера в журналі Security Studies було вперше показано, що RT переконує частину американців підтримувати відхід Сполучених Штатів від позиції глобального лідерства. У середньому

американські споживачі медіа, які зазнали впливу контенту RT, на 15% менше схильні підтримувати активну зовнішню політику, на 20% частіше вважають, що Сполучені Штати роблять занадто багато для вирішення глобальних проблем, і на 10% більше цінують уявні національні інтереси над інтересами союзників США. Дослідження показало, що інформування людей про те, що RT фінансується російським урядом, не повернуло їхні думки до попередніх позицій.

Охоплення та вплив російських державних пропагандистських медіа були б обмеженими без системи проксі-джерел, які масово поширюють контент RT і Sputnik. Для позначення процесу перенесення інформації з неперевіреного або ненадійного джерела до мейнстрімних або надійних новинних платформ, унаслідок чого вона набуває легітимності, сьогодні використовується термін «інформаційне відмивання». Цей процес нагадує відмивання грошей, коли нелегальні кошти мають знайти точку входу у фінансову систему, потім переміщуються між банками або фінансовими продуктами, щоб приховати особу власника, і зрештою інтегруються в актив, з якого можуть бути отримані начебто легальні кошти. У обох випадках мета полягає в тому, щоб узяти нелегітимний продукт—або незаконно отримані гроші, або ненадійну інформацію—і легітимізувати його через складну мережу маніпуляцій [71].

Таке «відмивання інформації» призводить до того, що споживачі новин, які вперше стикаються з контентом RT на інших вебсайтах, можуть не одразу усвідомити, що вони переглядають матеріали, створені за фінансування російського уряду. Ця відсутність обізнаності посилюється у випадках, коли статті RT перепубліковуються без зазначення джерела або з хибним посиланням, що робить надзвичайно складним визначення початкового джерела оригінального матеріалу.

У середовищах, де російський контент заблокований або обмежений, репостери матеріалів RT — незалежно від їхніх намірів — забезпечують

єдиний шлях для RT, щоб досягти певної аудиторії. Повторюючи російські наративи з неросійського джерела, вони також відіграють критичну роль у легітимізації тез, вигідних Кремлю.

Метою RT є вплив на іноземну аудиторію, тому незалежно від того, чи усвідомлює RT або схвалює ширше поширення їхнього контенту, вони отримують вигоду від збільшення видимості своїх повідомлень та зменшення видимості свого бренду.

У 2024 р. було проведене дослідження, яке висвітлює численні шляхи, через які контент із сайту російського державного медіа RT.com потрапляє до аудиторій у Європі та США. Науковці проаналізували понад 1,500 статей RT, опублікованих у 2023 році, і виявили приблизно 400 доменів — від дзеркальних сайтів і контент-агрегаторів до фейкових місцевих новинних видань і сайтів, які нібито зосереджуються на духовності та людських інтересах, — які передруковували статті, що були ідентичними або майже ідентичними тим, що походили з RT.com. У деяких випадках ці сайти були прозорими або частково прозорими щодо джерела контенту з RT; в інших — його походження було неочевидним або, здавалося, навмисно прихованим. У всіх випадках ці сайти дозволяли російському державному медіа охоплювати ширшу аудиторію, зокрема в ЄС, де RT офіційно заборонено [71].

Роль соціальних мереж у поширенні російської дезінформації в умовах війни проти України набуває критичної ваги, адже динаміка гібридного протистояння все більше переноситься з традиційних засобів масової інформації в онлайн-простір. Дослідники NATO StratCom Centre of Excellence у низці звітів вказують, що платформи на кшталт Facebook, Twitter і YouTube дають змогу проводити скоординовані інформаційні атаки в режимі реального часу, створюючи враження масової підтримки чи осуду тих чи інших подій. Цей ефект особливо помітний у контексті російсько-української війни, де мова йде не лише про нагнітання страху чи

створення фейкових новин, а й про підрив довіри до офіційних українських джерел і міжнародних організацій, які фіксують порушення росією норм міжнародного права [31].

Результати дослідження Оксфордського Інституту Інтернету демонструють, що російське керівництво послуговується організованими групами «тролів» та ботів, які масово поширюють заготовлені повідомлення в соцмережах [14]. Ці повідомлення прицільно спрямовані на внутрішню та міжнародну аудиторію, а їх зміст у 2019 р. коливався від повного заперечення російської присутності на тимчасово окупованих територіях України до звинувачень Києва у «геноциді» чи «кривавих провокаціях». Так звані «фабрики тролів» створюють сотні синхронізованих акаунтів для активної взаємодії з контентом, що вигідний Москві. Ця тактика «підсилення» працює за принципом лавиноподібного ефекту: фейкова інформація набирає візуально значущу кількість уподобань та поширень, завдяки чому соціальні мережі часто сприймають її як «популярну» й продовжують просувати у стрічках новин реальних користувачів.

Науковці вказують на низку соціально-психологічних механізмів, які полегшують поширення російської дезінформації в мережах. По-перше, соцмережі базуються на системах рекомендаційного алгоритму, які підлаштовують контент під інтереси користувача. Через це користувачі можуть опинитися в так званих «інформаційних бульбашках», де отримують переважно ті повідомлення, що підтверджують їхні попередні установки. Така замкненість поглядів ускладнює спростування вкинутих фейків, адже люди схильні довіряти інформації, що відповідає їхнім переконанням, а маніпулятивний контент підживлює емоційні реакції. По-друге, швидкість і візуальність контенту у Facebook чи TikTok дають змогу російським пропагандистам поширювати емоційні відеоролики, псевдо-

документальні сюжети й меми, які значно легше «вірусно» розходяться серед аудиторії, ніж розгорнуті тексти чи аналітичні спростування.

В умовах війни проти України російські інформаційні операції в соцмережах демонструють ще одну тактику — запуск та просування конспірологічних версій, що виправдовують дії Кремля. У своїй книзі «Ukraine and the Art of Strategy» Л. Фрідман звертає увагу, що конспірологічний контент завжди легко приваблює тих, хто шукає приховані мотиви чи «таємні змови» в геополітичних подіях [32]. Російські «експерти» та «блогери», які співпрацюють із пропагандистськими ресурсами, часто представляються «незалежними» джерелами, поширюючи інформацію про біологічні лабораторії чи інші псевдо-факти, що підживлюють недовіру до Заходу та Києва. На практиці це призводить до фрагментації суспільної думки та зростання рівня підозрливості до будь-яких офіційних заяв, оскільки соціальні мережі з їх вільним доступом дають змогу будь-кому тиражувати неперевірену інформацію без фактичних наслідків.

Дедалі більше досліджень вказують на те, що вплив російської дезінформації в соцмережах посилюється з початком повномасштабного вторгнення в Україну. Одразу після 24 лютого 2022 року в мережах з'явилися тисячі бот-акаунтів, які щохвилини публікували меседжі про нібито «повний розвал української армії» чи «масові здачі в полон» українських військових. Застосування такої «кількісної» тактики в поєднанні з «якісними» методами, як-от використання фейкових репортажів чи надуманих історій із «місця подій», мало на меті швидко підмінити реальну картину бойових дій. Промовисто, що багато з цих вигадок спростовувало на місці українське військово-політичне командування, водночас платформи на кшталт Meta чи Twitter почали активніше запроваджувати політику маркування та видалення дезінформаційних матеріалів, про що йдеться в офіційних заявах компаній.

Не менш важливим аспектом, який висвітлюють науковці, залишається вплив так званих «корисних ідіотів» — реальних користувачів соцмереж, що несвідомо поширюють проросійські меседжі, часто через брак медіаграмотності чи особисті переконання. Дослідження Центру протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони України свідчать, що у Facebook та Twitter можна спостерігати цілі мережі груп та сторінок, які підхоплюють тенденційні проросійські наративи, не перевіряючи джерел інформації. Таке «народне ретранслявання» стає особливо небезпечним у кризові моменти, коли потреба в оперативному інформуванні зростає, але водночас посилюється емоційне сприйняття новин.

### **2.3 Ключові дезінформаційні наративи в контексті війни рф проти України**

Концепція «нарративів» є основою російської дезінформаційної стратегії, яку активно застосовують для маніпуляції суспільною думкою на національному й міжнародному рівнях. Наративи, як засоби трансляції загальних ідей через тексти, зображення та метафори, формують у свідомості аудиторії спрощені уявлення про складні процеси, створюючи певну картину світу. Ця стратегія базується на використанні кількох ключових нарративів, що адаптуються під специфіку цільової аудиторії та соціальний контекст.

Важливим внеском у розуміння механізмів дезінформації в умовах війни став дослідження команди фактчекерів організації «Gwara Media», які моніторили та аналізували медіарепортажі, отриманих через фактчекінговий бот «Перевірка», створений організацією. Період моніторингу охоплював три місяці, з 1 травня по 31 липня 2022 року. Зібрані дані дозволили виявити основні тенденції у поширенні дезінформації та їхній вплив на аудиторію [47].

Отримані дані та їхній аналіз свідчать, що дезінформація поширюється хвилями — інтенсивними потоками неправдивих повідомлень, спрямованих на різні аудиторії для досягнення конкретних комунікаційних цілей, таких як введення в оману, маніпуляція, залякування та деморалізація.

Хвилі дезінформації мають дві основні характеристики. Перша — це наратив, який формується через цілеспрямоване поширення повідомлень, що тематично зосереджуються на конкретних подіях, персонажах чи історіях і створюють для аудиторії актуальний порядок денний та загальну картину світу. Друга — інтенсивність, яка залежить від кількості подібних повідомлень, поширених у різних медіа, а також від охоплення й рейтингу цих медіа.

Аналіз показав, що окремі повідомлення можуть нести не один, а декілька наративів, які співіснують і підсилюють один одного. Вони набувають певних тематичних акцентів, що було відображено під час моніторингу їхньої інтенсивності.

Ідентифіковані хвилі дезінформації охоплюють широкий спектр наративів, зокрема: «Збройні сили України та їхні союзники — це злочинці», «Україна програє війну», «Україна не потрібна Заходу як держава», «Україна — країна хаосу й екстремістів», «росія хоче миру, а Путін усіх звільнить», «Українська влада не дбає про своїх громадян», «Україна — нацистська держава», «Санкції не працюють» та інші. Ці наративи поширюються через інтернет-платформи, телебачення (TASS, RIA Novosti, NTV, Zvezda) та соціальні мережі, зокрема через канали Telegram, які відіграють роль найактивніших ретрансляторів дезінформації.

Хвилі дезінформації ідеологічно й тематично поділяються на чотири групи: військово-стратегічні, політичні, соціально-економічні та культурні. Наприклад, військово-стратегічні наративи, такі як «Україна програє війну» чи «Азов — це нацисти», спрямовані на деморалізацію аудиторії. Політичні

наративи, зокрема «росія хоче миру», використовуються для виправдання російської агресії. Соціально-економічні наративи наголошують на неспроможності української влади забезпечити громадян, а культурні посилюють ідею «русофобської України» та протиставлення «російського світу» Західному світу.

Аналіз російських наративів підтверджує агресивність риторики, особливо в межах військово-стратегічних і політичних груп. Росія не демонструє готовності до політичного діалогу чи конструктивної співпраці, натомість прагне встановлення нового світового порядку з центром у Москві. Риторика Кремля коливається від концепції «спеціальної операції» до системного конфлікту із Заходом, що підтримує наративи про протистояння біполярного світу.

Соціальні наративи, наприклад, акцентують на емоційно чутливих питаннях, як-от безпека дітей, створюючи страх, паніку та готовність до необачних дій. Культурні наративи базуються на старих кліше про нацистську політику України та переслідування російськомовного населення, протиставляючи «моральні цінності» росії західним «нав'язаним цінностям».

Ці хвилі дезінформації спрямовані на формування викривленого уявлення про Україну як «державу, що не відбулася», створення недовіри до української влади та підрив міжнародної підтримки України. Ефективна протидія цим викликам вимагає системного аналізу та координації на глобальному рівні.

Група експертів «Детектор медіа» та LetsData здійснила моніторинг (грудень 2022 – лютий 2023) новин, які стосувалися України та російської агресії проти неї, в 11 країнах т.з. Глобального Півдня, й виокремили ключові меседжі, що транслювалися у 2,7 тисячах найпопулярніших медіа країн Африки, Латинської Америки, Азії. Результати моніторингу дозволили зробити висновки про найпоширеніші наративи (Рис.2.1)

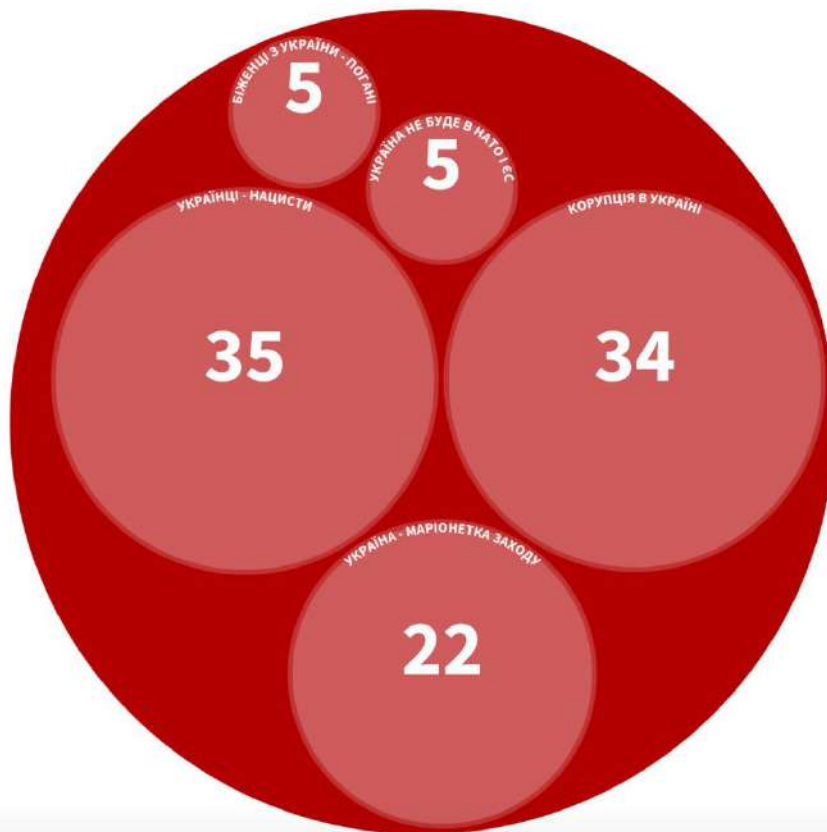


Рис. 2.1 Найпоширеніші негативні характеристики України та українців у 11 державах Азії, Африки і Південної Америки.

Примітка: Джерело: [2]

Російська пропаганда активно поширює маніпулятивні наративи у країнах Глобального Півдня, намагаючись дискредитувати Україну та виправдати свої агресивні дії. Одним із ключових наративів є твердження, що «влада в Україні захоплена нацистами». Цей меседж, зокрема, поширюється в бразильських та індійських медіа, які звинувачують США в організації «нацистського перевороту» в Україні та підтримці українських «нацистів». У таких матеріалах історичні події, як Революція Гідності або Помаранчева революція, спотворюються для створення антиамериканської риторики. Додатково російські ЗМІ використовують історичні постаті, як-от Степан Бандера, звинувачуючи Україну в глорифікації нацизму.

Ще одним поширеним наративом є твердження, що Україна є «маріонеткою Заходу», яка використовується НАТО для послаблення росії. У медіа країн Африки, Азії та Латинської Америки активно транслюються заяви, що Україна діє за вказівками США та НАТО, а її армія нібито виконує накази Вашингтона. Пропаганда зображує Україну як «жертву проксі-війни» та наголошує, що Захід використовує українців у своїх інтересах, зокрема для економічної експлуатації. Такі меседжі спрямовані на підрив міжнародної підтримки України та формування в аудиторії Глобального Півдня негативного ставлення до її дій.

Окремим вектором пропаганди є акцент на корупції в Україні. Медіа Глобального Півдня поширюють дезінформацію про масові розкрадання західної військової допомоги українськими чиновниками. Ці меседжі використовуються для створення сумнівів у доцільності надання зброї та фінансової підтримки Україні. Пропаганда прагне закріпити уявлення про Україну як «найбіднішу та найкорумпованішу» країну, що, за задумом, має послабити західну солідарність у підтримці Києва.

У публікаціях Глобального Півдня також з'являються меседжі, що дискредитують українських біженців. Пропаганда акцентує увагу на поодиноких інцидентах, надаючи їм узагальнюючий характер, щоб сформувані негативне сприйняття українців у країнах Європи та світу. Одночасно російські ЗМІ намагаються представити росію як державу, яка змушена була розпочати війну, але досягає успіхів на полі бою. Ці меседжі підсилюють імідж росії як сильної держави, яка діє заради самозахисту.

Крім того, за даними моніторингу, російська пропаганда активно використовує медіа країн Глобального Півдня для поширення маніпулятивних наративів, спрямованих на виправдання своєї агресії та дискредитацію України. Серед основних меседжів виділяється теза про «успіхи росії на полі бою». Цей наратив створює міф про непереможеність російської армії, акцентуючи увагу на подіях, таких як бої за Соледар чи

участь групи «Вагнер» у бойових діях. Пропаганда перебільшує досягнення російських військових, одночасно поширюючи фейкову інформацію про втрати української армії, що слугує для деморалізації аудиторії та зміцнення іміджу росії.

Іншим важливим наративом є теза, що війна між росією та Україною насправді є конфліктом між НАТО і росією. Російська пропаганда намагається переконати, що українська влада діє під повним контролем Заходу, а військова допомога НАТО є частиною гібридної війни проти Москви. Це підвищує геополітичну вагу росії, зображаючи її як противника не України, а потужного військового блоку. У таких меседжах звинувачення Заходу в провокації війни слугують спробою перекласти відповідальність за агресію на інші держави.

Також поширюються антизахідні меседжі, які стверджують, що війна вигідна саме Заходу. Ці твердження акцентують увагу на тому, що Захід нібито використовує конфлікт для виснаження росії, оновлення військових арсеналів та переділу ринків енергоносіїв. Пропаганда створює враження, що Україна є лише інструментом у грі США і НАТО, що викликає недовіру до міжнародної підтримки України та обмежує готовність країн Глобального Півдня підтримувати Київ.

Крім того, російські наративи прагнуть дискредитувати Україну, зокрема через звинувачення у воєнних злочинах. У медіа поширюються фейкові новини про напади українських військових на цивільні об'єкти, створюючи образ агресора. Паралельно активно просуваються меседжі про «русофобію» Заходу, що обґрунтовують агресивну політику росії. Усе це формує спотворене сприйняття конфлікту, ускладнюючи міжнародну солідарність з Україною та підтримку її суверенітету.

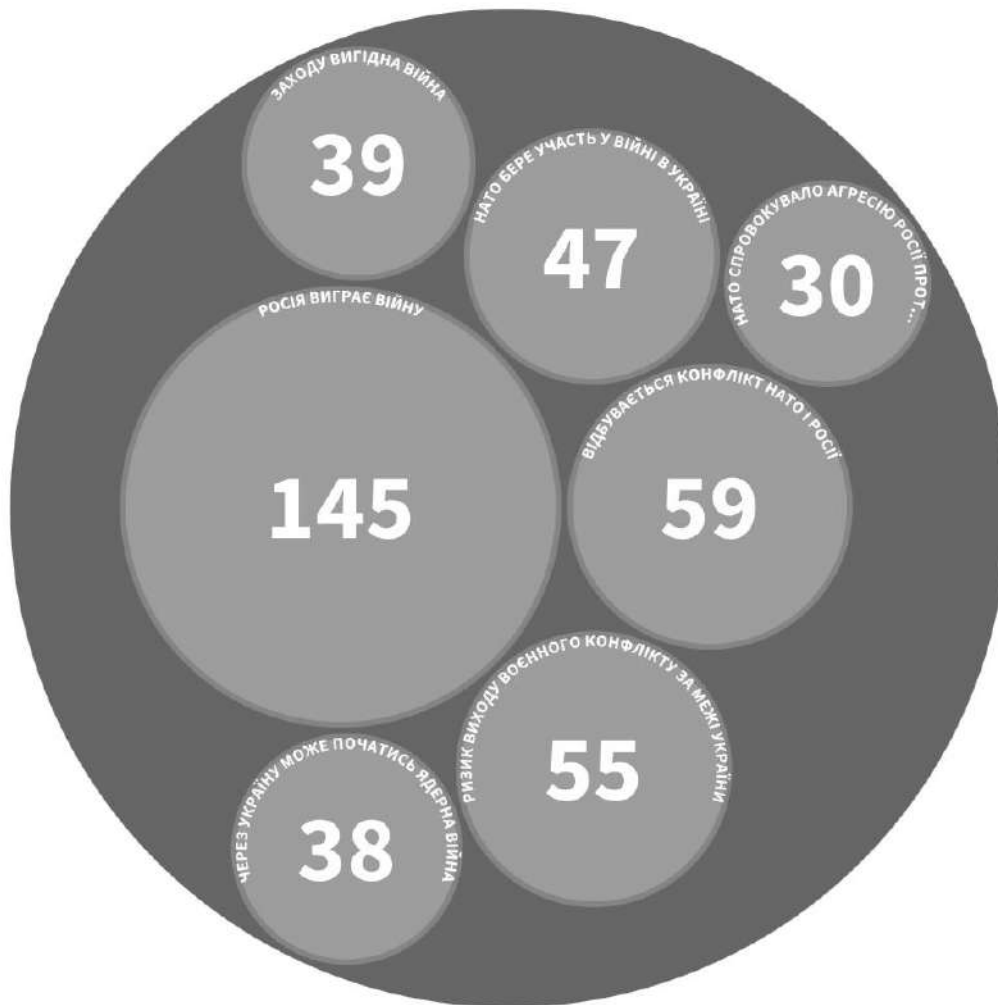


Рис.2.2 Найпоширеніші негативні повідомлення, пов'язані з воєнним конфліктом в Україні у 11 державах Азії, Африки і Південної Америки.

Примітка: Джерело: [2]

Перед початком повномасштабного вторгнення російська пропаганда активно поширювала антиукраїнські наративи у західному інформаційному просторі. Державний департамент США, який співпрацює з різними урядовими агентствами країни, заявив, що «є розуміння, що російські суб'єкти проводять інформаційну кампанію, спрямовану проти України» і відзначив, що «їхні дії включають розповсюдження дезінформації та пропаганди, щоб зобразити Україну та українських урядовців як агресивну сторону у відносинах між росією та Україною» [23]. Основними

нарративами російської пропаганди у західному медіапросторі на той час були твердження, що «Україна та українські урядовці є агресивною стороною у російсько-українських відносинах», «Захід штовхає Україну до конфлікту», «розгортання бойових підрозділів росією — це просто перебазування військ на власній території», «США планували запуснути атаки хімічною зброєю в Донбасі», «росія захищає етнічних росіян в Україні», «після закінчення Холодної війни НАТО організувало змову проти росії, оточило росію військами, порушило нібито обіцянки не розширюватися та загрожує безпеці росії перспективою вступу України до Альянсу», «Захід уникає дипломатії та негайно звертається до таких засобів, як санкції». Ці пропагандистські нарративи були спрямовані на те, щоб змусити західні країни вважати, що поведінка України може спровокувати глобальний конфлікт, переконати та виправдати необхідність російських військових дій в Україні.

Крім того, на Заході культивувався образ величної, непереможної росії з особливою цивілізаційною місією. Використовувався міф про росіян та українців як один народ, про Україну як маленьку державу, яка була сформована внаслідок розпаду СРСР, історичну помилку, «найбільшу геополітичну катастрофу» за словами В. Путіна. Ідея, що українці мають колективну травму націоналізму, радикалізму та ксенофобії, трансливалася у західних інтелектуальних та академічних колах.

Після початку повномасштабного вторгнення росія посилила поширення вже існуючих антиукраїнських міфів у західному інформаційному полі, одночасно закликаючи до продовження реального геноциду українського народу. Саме ці міфи, за словами українського дослідника Н. Барчука, «часто заважають окремим західним політикам надавати Україні допомогу, яка дозволить українцям перемогти окупантів» [1].

Дещо інший фокус у дослідженні російських дезінформаційних нарративів представляє аналіз EU vs Disinfo — оперативної робочої групи зі стратегічних комунікацій, що є частиною Європейської дипломатичної служби. EUvsDisinfo здійснює аналіз даних і моніторинг медіа 15 мовами, щоб ідентифікувати, систематизувати та спростовувати дезінформацію, поширювану прокремлівськими медіа в країнах ЄС та Східного партнерства. Група експертів виділила 5 ключових нарративів у повідомленнях прокремлівських масмедіа, які стосуються не тільки України, а й функціонування ЄС та його політичного простору в цілому [5].

За даними групи, один із найпоширеніших російських нарративів — це протиставлення «еліт» і «народу». Цей нарратив використовується для формування уявлення про відрив політичних і бізнес-еліт від інтересів звичайних громадян. Його особливо ефективно застосовують у періоди виборів чи соціальної напруги, пропонуючи прості відповіді на складні питання. У рамках цього нарративу поширюються твердження про корумпованість політичних еліт, маніпуляції під час виборів, а також критика глобалізації та міграційної політики, що нібито слугує інтересам великих корпорацій. Такий нарратив не лише дезінформує, а й сприяє консолідації авторитарних режимів через підрив довіри до демократичних процесів.

Інший важливий компонент дезінформації — нарратив «загрози цінностям». Росія позиціонує себе як захисник традиційних сімейних і релігійних норм у протиставленні «декадентському» Заходу. Цей нарратив спрямований на підсилення поляризації між консервативними й ліберальними верствами суспільства, звинувачуючи Захід у занепаді моралі, фемінізації суспільства й руйнуванні традиційних інститутів. Використовуючи концепти «порядності» й «традиції», російська пропаганда створює дистопічний образ суспільства, де цінності під

загрозою. Такі ідеї не лише підтримують антизахідні настрої, а й виправдовують власну авторитарну політику.

Особливе місце займає наратив про «втрачений суверенітет», у межах якого країни Заходу та Європейського Союзу подаються як маріонетки Вашингтона. Європейські держави зображуються такими, що втратили незалежність через залежність від НАТО чи ЄС, а їхні громадяни — жертвами бюрократії або глобалізації. Цей наратив успішно застосовується для розпалювання антиміграційних настроїв і протиставлення національних інтересів міжнародним зобов'язанням. Таким чином, росія демонструє себе як «оплот суверенітету» й альтернативу глобалізованому світу.

Ще одним інструментом є наративи про «загнивання Заходу», які пророкують його неминучий економічний, політичний і моральний занепад. Ця концепція має глибоке коріння в російській пропаганді, сягаючи ще XIX століття. Вона знаходить відгук серед аудиторій, які бояться соціальних і політичних заворушень, особливо під час криз, як-от міграційна хвиля 2015 року чи протести «жовтих жилетів» у Франції. Пропаганда навмисно перебільшує масштаби цих подій, щоб зміцнити уявлення про слабкість і нестабільність демократичних систем.

Окремо варто виділити використання гумору й сатири як способу підриву довіри до західних інституцій. Через висміювання політичних лідерів, демократичних процесів і цінностей росія прагне зменшити серйозність проблем, які викликають міжнародне занепокоєння, й переключити увагу на дискредитацію противників. Такі стратегії, як «хахаганда», служать для формування цинічного ставлення до демократії й підвищення апатії серед аудиторії.

Ці наративи мають спільну мету — підірвати довіру до демократичних процесів, зміцнити авторитаризм і сформуванню позитивний імідж росії як захисника традиційних цінностей і суверенітету. Завдяки

своїй адаптивності й тісному зв'язку з актуальними соціальними проблемами, вони залишаються потужним інструментом впливу, що вимагає детального аналізу та ефективної протидії на міжнародному рівні [5].

Для виявлення найпоширеніших наративів у матеріалах RT International за грудень 2024 року ми провели аналіз текстового контенту, опублікованого на офіційному сайті цього медіа. Основний акцент було зроблено на рубриках «Russia and Former Soviet Union» та «World News», які є центральними для висвітлення подій, пов'язаних із війною росії проти України та міжнародною реакцією на цей конфлікт.

Аналіз виявив декілька ключових наративів, які домінують у матеріалах:

### *1. Наратив про те, що «Україна не хоче миру»*

Матеріали часто акцентують увагу на тому, що українська влада нібито саботує будь-які дипломатичні ініціативи, висуває "нереалістичні умови" або діє за вказівками західних союзників. У цьому контексті особливу увагу приділено звинуваченням України в ескалації конфлікту, наприклад, через нові наступальні операції чи запити на посилення військової допомоги.

### *2. Наратив про військову слабкість України.*

Цей наратив акцентує увагу на проблемах української армії, включаючи нібито низький моральний дух, великі втрати та невдачі на полі бою. Такі тези часто супроводжуються перебільшеними заявами про ефективність російських військових операцій.

### *3. «Захід підтримує мирні переговори»*

Матеріали RT International, присвячені темі війни в Україні, демонструють чітку тенденцію до просування проросійських наративів, що акцентують увагу на необхідності мирних переговорів за рахунок поступок з боку України. У центрі цих публікацій — позиції лідерів проросійського

спрямування в Європі, чії заяви слугують основою для формування в аудиторії скептицизму щодо здатності України зберегти свою територіальну цілісність.

#### *4. Наратив про «Україну як інструмент Заходу».*

У публікаціях активно просувається теза про те, що Україна є «пішаком» у геополітичній грі США та НАТО проти росії. Матеріали підкреслюють залежність української влади від західних рішень, що нібито перешкоджає реальним спробам врегулювання конфлікту.

#### *5. «Україна — нацистська держава».*

Метою наративу є створення в міжнародній аудиторії асоціацій України з негативними явищами, такими як нацизм і радикалізм, щоб зменшити підтримку України з боку партнерів. Для внутрішньої аудиторії в росії цей наратив використовується для виправдання агресивної політики Кремля, подаючи війну як боротьбу проти «загрози» для росії та її громадян.

Публікації, що аналізувалися, висвітлюють як внутрішньополітичні аспекти в Україні, так і міжнародну реакцію на війну. Основними сюжетами є дипломатичні переговори, військові операції та міжнародні оцінки тих чи інших подій. Однак тональність матеріалів залишається однозначно упередженою на користь російської позиції. Матеріали переважно представлені у жанрах новинних репортажів, аналітичних статей та коментарів. Тональність відображає чітке негативне ставлення до України та її міжнародних партнерів, із використанням емоційно забарвленої лексики та маніпулятивних висловлювань.

Таблиця 2.1

Ключові наративи щодо війни, розв'язаної росією проти України в матеріалах RT за грудень 2024 р.

Ключовий наратив	Кількість матеріалів	Рубрика	Тональність
Україна — інструмент Заходу / маріонеткова держава	72	Russia & Former Soviet Union – 34 World News – 38	Антизахідна, негативна, критична
Україна програє війну	53	Russia & Former Soviet Union – 33 World News – 20	Негативна, критична
росія не відповідальна за війну	42	Russia & Former Soviet Union – 24 World News – 18	Антизахідна, проросійська
Захід підтримує мирні переговори	34	Russia & Former Soviet Union – 11 World News – 23	Маніпулятивна
Україна не хоче миру	31	Russia & Former Soviet Union – 17 World News – 14	Негативна, критична
Україна — нацистська держава	22	Russia & Former Soviet Union – 16 World News – 6	Негативна, критична

Російська пропаганда, в тому числі RT, послідовно формує наратив про **Україну як інструмент геополітичних амбіцій Заходу**, особливо в контексті війни, розв'язаної росією проти України. Цей наратив зображує Україну як маріонеткову державу, яка нібито діє виключно під керівництвом США та НАТО, виконуючи їхні стратегічні завдання. Цей наратив проявляється у кількох варіантах і часто поєднується з іншими наративами, як-от, відсутність відповідальності росії за війну в Україні.

Матеріал RT під заголовком « 'No winners in nuclear war' – Lavrov » відображає кілька ключових наративів, спрямованих на формування

міжнародного сприйняття росії як держави, яка нібито виступає за глобальну стабільність, але водночас не поступається у своїх національних інтересах. Основний акцент зроблено на висловлюваннях Сергія Лаврова щодо ядерної загрози, відповідальності Заходу за ескалацію конфлікту та права росії захищати свої інтереси будь-якими засобами [80].

Ключовим нарративом матеріалу є теза про те, що росія не ініціює дискусій про можливість використання ядерної зброї, а всі подібні заяви походять виключно з боку західних держав. Лавров посилається на приклади, такі як заяви представників STRATCOM у США, які нібито відкрито розглядають сценарії ядерної війни, намагаючись тим самим перевести фокус з агресивної політики росії на риторику Заходу. Водночас росія позиціонується як країна, яка закликає до офіційного визнання недопустимості ядерної війни, що, за словами С.Лаврова, було досягнуто в 1980-х роках за участі Р. Рейгана та М. Горбачова.

Другий важливий нарратив пов'язаний із підкресленням західної агресії. У матеріалі стверджується, що підтримка України з боку США та інших країн НАТО є провокацією, яка «змушує» росію діяти рішуче. Це підсилюється цитатами Путіна, який звинувачує Захід у спробах стратегічно послабити росію через постачання зброї Україні та економічну підтримку. Таким чином, матеріал формує уявлення про Захід як про агресора, що переслідує власні стратегічні цілі за рахунок ескалації конфлікту.

Тональність тексту коливається між обережним «миролюбством» і прихованими погрозами. Лавров наголошує, що росія виступає за збереження глобальної стабільності та не зацікавлена в загостренні ядерної тематики, але водночас застерігає, що терпіння росії не є безмежним. Ця риторика спрямована на легітимізацію російської позиції як нібито вимушеного захисту своїх «легітимних інтересів».

Мета матеріалу полягає в тому, щоб:

1. Створити образ росії як держави, яка прагне уникнути ядерного конфлікту, незважаючи на провокації Заходу.

2. Зміцнити наратив про відповідальність Заходу за ескалацію конфлікту, зокрема через підтримку України.

3. Легітимізувати можливі майбутні дії росії як "захист" своїх національних інтересів.

Загалом, матеріал є частиною ширшої інформаційної кампанії, яка намагається перекласти відповідальність за ескалацію війни з росії на Захід, зберігаючи при цьому імідж росії як держави, яка діє виключно у відповідь на провокації.

Матеріал RT під заголовком «Ukraine conflict is a proxy war waged by the West – Ethiopian MP» спрямований на просування кількох ключових наративів, які служать інструментами російської пропаганди. Основна увага тексту приділяється заявам ефіопського депутата Ашебіра Вольдегіоргіса Гайо, які підтверджують наратив про те, що війна в Україні є результатом втручання Західних країн, особливо США, які нібито намагаються розділити «братні народи» росії та України [97].

Основна теза матеріалу полягає в тому, що Захід, зокрема адміністрація Дж. Байдена, спровокувала конфлікт між росією та Україною, використовуючи Україну як інструмент у своїй геополітичній грі. А. Гайо описує колективний Захід як основного винуватця сучасних проблем, акцентуючи на тому, що США «створюють проблеми» як у Східній Європі, так і в Африці. Він заявляє, що Африка, як і росія, потерпає від впливу Західних країн, які експлуатують ресурси та накладають свій контроль.

Матеріал підсилює ідею про те, що росія, на відміну від Заходу, не експлуатує африканські ресурси, а натомість є «другом» Африки. У тексті проводиться паралель між боротьбою росії проти Західного впливу в Україні та зусиллями африканських країн, таких як Малі та Чад, протидіяти експлуатації з боку Західних держав, зокрема Франції.

Тональність матеріалу відкрито антизахідна. Західні країни, особливо США, зображені як колоніальні гравці, які не тільки руйнують «братні» стосунки між росією та Україною, але й пригнічують Африку. росія натомість позиціонується як альтернатива, яка нібито несе «визволення» та підтримку незалежності.

Мета тексту полягає у створенні позитивного іміджу росії серед міжнародної аудиторії, зокрема африканських країн, а також у поширенні нарративу про «злочинний» вплив Заходу. Матеріал підсилює ключові ідеї російської пропаганди про те, що Україна є лише проксі-державою Заходу, а росія «змушена» захищатися. Використання заяв африканського депутата також спрямоване на легітимізацію цих тверджень, адже вони походять від міжнародного діяча, а не російського уряду, що додає матеріалу видимості об'єктивності.

На платформі RT одним із найбільш помітних і часто використовуваних нарративів є **«Україна програє війну»**. Цей нарратив систематично поширюється через різні жанри публікацій, включаючи новинні репортажі, аналітичні матеріали та коментарі офіційних осіб. На сайті RT впродовж грудня 2024 р. майже щодня виходив матеріал, в якому так чи інакше був присутній цей нарратив. При чому, він просувався у матеріалів різної тематичної спрямованості: від висвітлення поразок та великих втрат ЗСУ у Курську [98], опису наступальних операцій російської армії на території України [95] до оцінок міжнародної спільноти ситуації в Україні та висновків про близькість поразки України у зв'язку з обранням на посаду президента США Д.Трампа [85].

Основна мета цього нарративу полягає в тому, щоб сформувати уявлення про слабкість української армії, нездатність України ефективно протистояти російській агресії та невідворотність її поразки.

Ключовими елементами цього нарративу є акценти на великих втратах українських військових, їхній низький моральний дух, проблеми з

логістикою та стратегічними рішеннями. Наприклад, часто згадуються події на передовій, які, за твердженнями RT, демонструють втрати територій або провал наступальних операцій української армії. У таких матеріалах акцент робиться на нібито ефективність російських військових і нездатність України захистити свої позиції [96].

Матеріал RT під заголовком «Kiev using Western-trained air defense experts as infantry – Guardian» акцентує увагу на слабкостях України у веденні війни проти росії, зосереджуючись на її залежності від західної допомоги та виснаженні військових ресурсів. Основна ідея тексту полягає в тому, що українська армія змушена залучати фахівців із протиповітряної оборони, які пройшли тренування в країнах НАТО, для виконання завдань піхоти. Це подається як свідчення критичного стану Збройних сил України та невдалого управління наданими ресурсами.

У тексті підкреслюється роль Заходу, зокрема США та Великої Британії, у підготовці українських військових, що використовується для створення образу України як держави, повністю залежної від зовнішньої підтримки. Матеріал наголошує на нецільовому використанні ресурсів, що, на думку авторів, ставить під загрозу здатність України підтримувати ефективну систему протиповітряної оборони. У цьому контексті рішення залучати фахівців із ППО до піхотних завдань подається як ознака хаотичності та некомпетентності українського військового командування.

Тональність матеріалу є критичною щодо України та її союзників. Текст намагається показати, що навіть значна західна допомога не здатна забезпечити успішного протистояння російській агресії. Це підкріплюється натяками на неефективність військових операцій України та подальше виснаження її людських і технічних ресурсів. Такий підхід створює враження, що ситуація на боці України є критичною і що її спроможність до тривалого опору викликає сумніви.

Основною метою матеріалу є дискредитація як України, так і її західних партнерів. Використовуючи вибіркоче подання фактів і посилання на джерела, такі як The Guardian, RT прагне створити уявлення про недієздатність України та марність західної підтримки. Це спрямовано на зменшення міжнародної підтримки Києва, формування скептицизму щодо його перспектив у війні та водночас виправдання дій росії. Матеріал є складовою частиною ширшої інформаційної кампанії, яка намагається підкреслити слабкість України та перевагу росії в конфлікті.

Важливим аспектом поширення цього нарративу є маніпулятивне використання джерел. Часто RT цитує західні медіа, але вибірково, вириваючи тези з контексту, щоб підтримати потрібний нарратив. Це створює ілюзію об'єктивності, але насправді служить для підсилення російської пропагандистської риторики. Іншим джерелом таких публікацій, до яких часто вдається RT, є телеграм канали без належної ідентифікації авторів відео та фото матеріалів.

Такий нарратив має на меті підірвати міжнародну підтримку України. Поширюючи тези про неспроможність України досягти перемоги, RT намагається переконати аудиторію в марності надання військової та фінансової допомоги Києву. Водночас цей нарратив спрямований на внутрішню російську аудиторію, формуючи враження про неминучий успіх росії та виправдання тривалої війни.

Так, у статті RT під заголовком «Kiev's troops admit morale low – WarPo» розглядаються труднощі, з якими стикаються українські військові в регіоні Курська. Основний нарратив матеріалу зосереджений на висвітленні значних втрат та зниженні морального духу серед українських солдатів, що, за твердженням статті, є наслідком інтенсивних бойових дій, проблем з комунікацією та рішеннями командування [86].

Стаття підкреслює, що українські війська втратили понад 40% територій, захоплених під час початкового наступу, що свідчить про

ефективність російських контрактів. Крім того, зазначається, що присутність північнокорейських військових на боці росії посилює тиск на українські сили.

Тональність матеріалу є критичною щодо здатності України утримувати позиції та ефективно протистояти російським наступам. Це створює враження, що українські військові перебувають у складному становищі, а їхні зусилля не приносять очікуваних результатів.

Мета такого нарративу полягає в тому, щоб підкреслити слабкість українських збройних сил та їхню неспроможність ефективно протистояти російській агресії. Це може бути спрямовано на формування у читачів враження про неминучість поразки України та виправдання дій росії в цьому конфлікті.

Варто зазначити, що стаття посилається на матеріал Washington Post, проте не надає прямих цитат або детальних посилань, що ускладнює перевірку достовірності представленої інформації. Такий підхід може свідчити про вибіркоче використання джерел для підтвердження власних нарративів.

Одним із ключових елементів російської дезінформаційної кампанії є нарратив **«Україна не хоче миру»**, що активно поширюється через такі платформи, як RT. Цей нарратив спрямований на створення враження, що українська влада свідомо обирає шлях військового протистояння, уникаючи будь-яких можливостей для мирного врегулювання конфлікту. Його використання має кілька важливих цілей, пов'язаних із формуванням громадської думки як всередині росії, так і за її межами.

Основними елементами цього нарративу є акценти на нібито агресивній риторичі українських політиків, їхніх діях, які ускладнюють діалог, і звинувачення в ігноруванні дипломатичних ініціатив. Матеріали на RT часто висвітлюють заяви російських офіційних осіб, які наголошують

на небажанні Києва вести переговори, підкреслюючи при цьому, що Москва нібито завжди відкрита до діалогу.

Наприклад, статті, присвячені мирним переговорам, зазвичай включають тези про те, що Україна навмисно висуває неприйнятні умови або не реагує на пропозиції. Часто наводяться висловлювання високопосадовців росії, які звинувачують українське керівництво в «ігноруванні інтересів власного народу» та продовженні війни за вказівками західних країн.

Цей наратив також супроводжується маніпулятивним використанням подій, таких як військові операції чи дипломатичні форуми. Наприклад, будь-які українські ініціативи щодо посилення обороноздатності чи співпраці з міжнародними партнерами трактуються як дії, що спрямовані на ескалацію конфлікту, а не на його вирішення [101]. У такий спосіб росія намагається перекласти відповідальність за війну на Україну, створюючи образ «агресивного сусіда», що загрожує регіональній безпеці.

Метою цього наративу є дискредитація України в очах міжнародної спільноти та зменшення підтримки з боку її партнерів. Крім того, він спрямований на внутрішню аудиторію росії, формуючи враження про те, що продовження бойових дій є вимушеним заходом, обумовленим позицією Києва. Це також виправдовує тривалість війни та використання військової сили для досягнення політичних цілей.

У статті RT під заголовком «No grounds for ending Ukraine conflict – Kremlin» висвітлюються заяви прес-секретаря президента росії Дмитра Пєскова, який стверджує, що українська влада не зацікавлена в мирному врегулюванні конфлікту. Д. Пєсков зазначає, що дії та риторика Києва свідчать про його небажання вести переговори, а також про прагнення продовжувати військові дії. Він підкреслює, що росія залишається відкритою до діалогу, але не бачить взаємності з українського боку [90].

Наратив «Україна не хоче миру» є центральним у цьому матеріалі. Він спрямований на формування уявлення про українську владу як про агресора, який свідомо обирає шлях військового протистояння замість мирних переговорів. Такий підхід має на меті виправдати дії росії на міжнародній арені, представивши її як сторону, що прагне миру, але змушена реагувати на агресивні дії України.

Тональність статті є однозначно критичною щодо України, підкреслюючи її «відірваність від реальності», нелегітимність вимог щодо деокупації Криму та врешті нібито небажання досягти миру. Водночас, росія зображується як конструктивний учасник, готовий до діалогу, але позбавлений партнера для переговорів. Це створює образ України як безвідповідальної держави, що загрожує регіональній стабільності, тоді як росія позиціонується як гарант миру та порядку.

Мета такого нарративу полягає в тому, щоб вплинути на міжнародну громадську думку, зменшити підтримку України з боку західних партнерів та легітимізувати російські дії в очах світової спільноти. Представляючи Україну як сторону, що відмовляється від мирних ініціатив, росія намагається зняти з себе відповідальність за ескалацію конфлікту та перекласти її на українську владу. Це також може бути спробою вплинути на внутрішню аудиторію, формуючи негативне ставлення до України та виправдовуючи тривалість військових дій.

Чималу увагу RT присвячує питанню мирного урегулювання війни, розв'язаної росією проти України. Втім, слід зазначити, що в абсолютно усіх матеріалах відсутнє слово «війна», натомість зазвичай використовується формулювання «конфлікт в Україні» (Ukraine conflict). Матеріали містять згадки про «мир», «мирні переговори», «дипломатичне урегулювання», але немає жодної згадки безпосередньо про «війну».

Третина матеріалів присвячена висвітленню позицій лідерів країн Європи щодо війни й зокрема їх підтримки мирного урегулювання

конфлікту, відмови надавати військову підтримку Україні, прогнозування поразки України та її повного колапсу у разі продовження війни. При цьому здебільшого героями матеріалів чи коментаторами виступають відверто проросійські сили в ЄС: прем'єр міністр Угорщини Віктор Орбан, прем'єр-міністр Словаччини Роберт Фіцо, президент Словаччини Петер Пелегріні, проросійське крило команди Д.Трампа, представники ультраправої проросійської партії Німеччини AfD тощо. При цьому, часто в заголовках, де йдеться про підтримку мирних переговорів або прогнози поразки України не вказується на те, чия конкретно позиція висловлена у матеріалі, натомість подається формулювання «президент країни ЄС», «прем'єр-міністр країни ЄС», що створює хибне уявлення, що весь ЄС дотримується тієї самої думки

Наприклад, у матеріалі RT «Ukraine will have to trade land for peace – EU state's president» від 15 грудня 2024 р. подається позиція президента Словаччини Петера Пелегріні щодо війни, розв'язаної росією проти України, висловлена на словацькому каналі STVR. Передусім, треба зауважити, що П. Пелегріні є прибічником проросійської політики та противником підтримки України у її боротьбі з окупантами [99].

Головна увага матеріалу зосереджується на припущенні, що тривалий конфлікт може призвести до втрати Україною частини своїх територій. Ця ідея підтримується аргументами про недостатність навіть значної західної допомоги для збереження територіальної цілісності України, що підкреслює скептицизм щодо здатності Києва успішно протистояти російській агресії.

Матеріал акцентує на думці про необхідність дипломатичних рішень як ключового способу досягнення миру. У матеріалі наголошується, що пошук компромісів є критичним, навіть якщо це може включати територіальні поступки. У цьому контексті українська влада критикується

за небажання йти на поступки, що, за його словами, може ускладнювати процес мирних переговорів і збільшувати ризик тривалого конфлікту.

У статті також проводиться паралель із іншими міжнародними конфліктами, де поступки територіями розглядалися як засіб досягнення стабільності. Цей аргумент підсилює наратив про те, що дипломатичні рішення повинні мати пріоритет навіть за високої ціни для суверенітету України. Таким чином, матеріал підводить читача до висновку, що поступки з боку Києва можуть стати ключем до припинення війни, подаючи це як необхідну реальність міжнародної політики.

Загалом, текст концентрується на просуванні наративу про те, що Україна не зможе зберегти свої території лише завдяки військовій підтримці Заходу. Це подання формує уявлення про невідворотність дипломатичних рішень і поступок у контексті досягнення стабільності, посилюючи тезу про слабкість України та її залежність від зовнішньої допомоги.

Однією з тем, які розповсюджуються і просуваються російською пропагандою у міжнародних медіа, є заяви про те, що нібито **«Україна є нацистською державою»**, або державою, у якій до влади прийшли «неонацисти». Наратив про «неонацистський режим» в Україні розпочався під час першого вторгнення росії в Україну в 2014 році (анексія Криму та війна на Донбасі) і став основою для «виправдань» нинішньої агресії Російською Федерацією. За даними платформи EUvsDisinfo, Кремль розгорнув в Україні «боротьбу з нацизмом» як бойовий клич з усіма жахливими наслідками. За кілька місяців до вторгнення російські державні засоби масової інформації почали активно зображати Україну як «нацистську державу».

## RESULTS OVER TIME

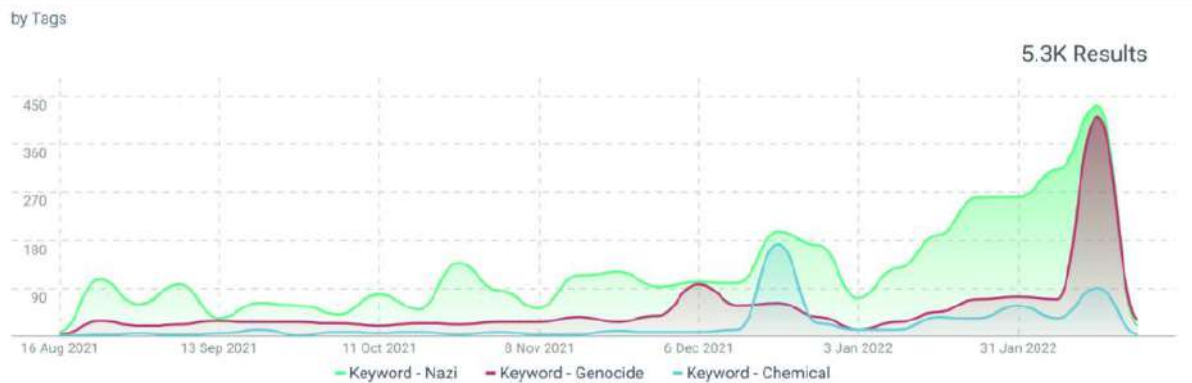


Рис. 2.3 Обсяг згадок «нацистів» у російських державних ЗМІ, прокремлівських виданнях, пов'язаних з російською державою, та російських офіційних дипломатичних акаунтах у Twitter у контексті України (станом на 22 лютого 2022 року).

Джерело: [45]

У своїх виступах В.Путін неодноразово виправдовував агресію «денацифікацією України», що стало центральним мотивом офіційної російської пропаганди [93]. У заяві Державного департаменту США описано цю дезінформаційну тему як намагання росії захистити «етнічних росіян», які проживають в Україні, зокрема на Донбасі [58].

Тема «нацизму» є важливим елементом ширшої стратегії, спрямованої на створення хибного уявлення про Україну як «неонацистську державу», що становить загрозу для росії та міжнародної спільноти. Основна мета таких кампаній — маніпулювання суспільною думкою, як всередині росії, так і за її межами, а також підрих підтримки України з боку західних країн.

Наратив про «нацизм» будується на апеляції до історичної пам'яті про Другу світову війну, у якій боротьба з нацизмом відіграла ключову роль у формуванні сучасної російської національної ідентичності. Кремль використовує цей історичний контекст для представлення України як

спадкоємця нацистської ідеології. Окремі політичні сили, групи чи символи, які мають відношення до українського націоналізму, спеціально виділяються, щоб створити враження масового впливу радикальних елементів в українському суспільстві. Ця викривлена картина перебільшує реальний масштаб явища і є спробою створити образ зовнішньої загрози.

На сайті RT за грудень 2024 р. відстежено 22 матеріали, в яких присутній наратив «Україна—нацистська держава» або є згадки про українських нацистів. Проаналізовані матеріали безпосередньо містять твердження про українську владу як «неонацистський режим» [92], згадки про підтримку окремими українськими посадовими особами націоналістичних ідей та Степана Бандери [102], а також характеризує ЗСУ як «нацистів» [89].

Наприклад, у статті RT під заголовком «Germany's Scholz poses with neo-Nazi-linked Ukrainian soldier (PHOTO)» від 5 грудня 2024 року розглядається зустріч канцлера Німеччини Олафа Шольца з пораненим українським військовослужбовцем під час його візиту до України [83].

Матеріал акцентує увагу на тому, що цей солдат належить до підрозділу, який, за твердженням RT, має зв'язки з неонацистськими організаціями. Зокрема, йдеться про батальйон Національної гвардії, афілійований з партією «Свобода», яка, за даними статті, має зв'язки з німецькою неонацистською партією «Der Dritte Weg».

У матеріалі також згадується, що Кремль давно стверджує про проникнення ультраправих елементів в українські військові та державні структури, використовуючи це як обґрунтування для своєї військової кампанії, спрямованої на «денацифікацію» України. Як приклад, наводиться батальйон «Азов», який, за твердженням RT, використовує символіку, пов'язану з нацистськими дивізіями часів Другої світової війни, та має у своєму складі осіб з ультранаціоналістичними та неонацистськими поглядами.

Таким чином, стаття підкреслює наратив про наявність неонацистських елементів в українських збройних силах та намагається пов'язати їх з офіційними особами західних країн, зокрема Німеччини, що може впливати на сприйняття українсько-німецьких відносин у контексті підтримки України з боку Заходу.

Отож, гібридна війна росії проти України демонструє, наскільки тісно пов'язані воєнні методи з інформаційними, економічними й політичними інструментами впливу. Дезінформація стала однією з ключових форм «тихої» агресії, що підриває довіру суспільства до власних інституцій і створює викривлену картину реальності на міжнародному рівні. Російська пропаганда поширює наративи про «нацистську» Україну, неминучі втрати на полі бою, «агресивну» позицію Києва, що нібито відмовляється від миру, а також використовує антизахідні меседжі для розпалювання сумнівів у міжнародній підтримці України. Цей сплав військового та інформаційного тиску дозволяє агресору триматися в «сірій зоні» між війною й миром, ускладнюючи відсіч та покладаючи на Київ та його союзників тягар безперервного спростування ворожих фейків.

## РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА КОНТРНАРАТИВІВ ДЛЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ КАМПАНІЇ

### 3.1. Контрнарративи як спосіб протидії панівним нарративам

Контрнарративи набувають дедалі більшої уваги в сучасних дослідженнях соціальних, культурних і комунікаційних процесів, оскільки вони формують альтернативні уявлення про реальність та можуть переозначувати значення тих чи інших подій або феноменів. У широкому сенсі, контрнарративи створюють простір для прояву багатоманітності поглядів і досвідів, що кидають виклик панівним (гегемонним) оповіданням.

Дослідниці П. Евік і С. Сілбі у праці «Subversive Stories and Hegemonic Tales: Toward a Sociology of Narrative» розглядають контрнарративи як “підривні історії” (subversive stories), що підважують домінуючу ідеологію і норми. Вони підкреслюють, що контрнарративи можуть виконувати три взаємопов’язані функції. По-перше, вони ставлять під сумнів загальноприйняті норми та структури влади, тобто порушують звичний порядок уявлень суспільства про «правильне» та «належне». По-друге, контр-нарративи стверджують альтернативні способи бачення довколишньої реальності, формуючи нове тлумачення подій чи явищ. По-третє, вони переоформлюють або доповнюють колективну ідентичність, адже створюють підґрунтя для іншого самоусвідомлення, що часто виходить за рамки усталених суспільних конструктів [22].

Р. Делгадо, один із чільних представників критичної расової теорії (Critical Race Theory), розглядає контр-нарративи крізь призму боротьби маргіналізованих груп. Він називає їх «контр-історіями» (counter-stories) і вважає, що вони дають голос тим, хто зазнає утисків або дискримінації. У рамках цієї концепції, оповідь стає інструментом політичного спротиву,

який дозволяє викривати упередженість системи (права, освіти, ЗМІ тощо) і пропонувати альтернативні сценарії реальності. На думку Р. Делгадо, контрнарратив має особливе значення у тому, як формується правосвідомість і як у ній відображені потреби та досвіди меншин [17].

У збірці «Considering Counter-Narratives: Narrating, Resisting, Making Sense» під редакцією М.Бамберга та М.Ендрюс контрнарративи описуються як процес «нарративного спротиву», який відкриває можливості для переосмислення ідентичності й опору гегемонним дискурсам. Дослідники наголошують на трансформаційній функції контрнарративів: вони не лише змінюють суб'єктивне бачення тих, хто розповідає історію, а й впливають на ширші структури суспільного знання. На думку науковців, контрнарратив стає тим містком, що з'єднує індивідуальний досвід із колективними процесами, трансформуючи уявлення спільноти про соціальні норми, мораль та справедливість [10].

Контрнарративи можна розглядати як складне явище, яке має безпосередній стосунок до процесів соціальної комунікації, поширення влади й підпорядкування. Вони виникають там, де з'являються сумніви щодо моральної, інтелектуальної чи політичної легітимності домінуючих історій. Згідно з М.Фуко, панівний дискурс завжди прагне встановити «режим істини», що визначає, які твердження вважаються істинними, а які — хибними. Контрнарративи, у свою чергу, пропонують інший «режим істини», який ставить під сумнів офіційно узвичаєні тлумачення фактів і соціального порядку [28].

У цьому контексті контрнарративи:

1) Віддзеркалюють альтернативні голоси. Вони дають змогу почути досвіди та думки тих груп, які раніше не мали доступу до публічного дискурсу або були пригніченими.

2) Викривають упередження та нерівність. Контрнарративи фокусуються на реальних прикладах дискримінації, виявляють системні

недоліки й часто розхитують позитивний образ «загальної справедливості» офіційного нарративу.

3) Деконструюють панівні міфи. Спростовуючи або переосмислюючи «незаперечні» факти, контрнарративи формують нові уявлення про події чи явища.

4) Підживлюють створення позитивної ідентичності. Завдяки визнанню і проговоренню власного досвіду, маргіналізовані спільноти можуть вибудувувати колективну самооцінку та спільний сенс, відмінний від «нав'язаних» ззовні визначень.

Аналізуючи широке коло досліджень із соціології, культурології та правознавства, можна виокремити кілька універсальних складових контрнарративів. По-перше, контрнарратив завжди починається з виявлення розривів, прогалин чи прихованих ідеологічних компонентів у тій історії, що претендує на універсальність. Це може бути аналіз офіційних документів, правової практики, медіа-контенту тощо. Скажімо, у правовій сфері делгадівські контр-історії допомагають показати, як судові рішення «нормалізують» расизм або сексизм, залишаючи поза увагою контекст дискримінації.

По-друге, контрнарратив не просто критикує, а й пропонує власну модель пояснення подій. Він може базуватися на свідченнях очевидців, збірках історичних фактів, емпіричних дослідженнях чи культурних джерелах. Через це створюється альтернативна перспектива, що дає змогу по-іншому осмислити певне явище та змінити уявлення громадськості.

Пот-третє, залучення емоцій є одним із центральних інструментів контрнарративів. Як наголошує Ф. Поллетта, особисті історії часто викликають емпатію в аудиторії, адже дозволяють відчувати досвід дискримінації чи несправедливості. Емоції відіграють вирішальну роль у формуванні «відповідальності» читача чи слухача, оскільки завдяки емпатії людина починає переглядати власні погляди на суспільні процеси.

По-четверте, контрнарративи здатні змінювати як індивідуальні, так і колективні системи цінностей. Вони націлені на виклик усталеним правилам і створюють «вікно можливостей» для суспільних змін. У багатьох громадських рухах контрнарративи стають ключовим механізмом мобілізації людей, адже додають морального обґрунтування та сприяють формуванню почуття солідарності.

Щоб протистояти офіційному дискурсу, контрнарратив потребує підтвердження реальними фактами, показаннями свідків, історичними документами або науковими даними. У такий спосіб він стає більш переконливим для ширшого загалу і може стати підставою для політичних, правових чи культурних змін [10].

У контексті США чимало досліджень приділяють увагу тому, як афроамериканські, латиноамериканські та інші расові меншини використовують власні історії для висвітлення системного расизму. Контр-історії показують, як судова та освітня системи можуть підтримувати домінуючий дискурс «рівності», проте на практиці не гарантують рівних можливостей. Р. Делгадо наводить приклади судових справ, де показано, що офіційна риторика «колірної сліпоти» (color-blindness) не враховує реальну соціальну нерівність і структурні бар'єри [17].

У феміністичних рухах контрнарративи часто виникають як відповіді на патріархальні «міфи» про роль жінки в суспільстві. Наприклад, історії жінок, котрі постраждали від домашнього насилля, стають контрнарративами щодо офіційних пояснень «сімейних конфліктів» і сприяють реформам у правовій та соціальній сферах. У книзі «Considering Counter-Narratives» детально аналізується, як жінки розповідають свої особисті історії, щоб викривати комплексні механізми дискримінації у суспільстві.

Ф. Поллетта у своїй роботі «It Was Like a Fever: Storytelling in Protest and Politics» демонструє, що рухи за громадянські права, екологічні рухи, а також рухи «займаного простору» (Occupy) спираються на контрнарративи

для мобілізації мас. Особисті історії жертв несправедливого поводження, репресій або корупції часто стають каталізатором широкого суспільного резонансу. Такі контрнарративи чинять тиск на уряди, міжнародні організації та громадську думку, змушуючи їх переглядати існуючі політики або впроваджувати реформи [65].

Г. Жіру, представник критичної педагогіки розглядає освіту як одну з головних сфер, де виникають та поширюються контрнарративи. Згідно з його ідеями, навчальні програми й освітні практики часто закладають панівний нарратив, який «відбілює» історичні факти або приховує структурні нерівності. Контрнарративи в освітньому середовищі — це альтернативні навчальні матеріали, культурні практики й критичні дискусії, що пропонують мультикультуралізм, історичну справедливість та емпатійний підхід до різних груп учнів [38].

Відтак, можна узагальнити, що контрнарративи відіграють ключову роль у формуванні критичного мислення, соціальної свідомості та громадянської активності. Вони роблять видимими внутрішні суперечності й обмеження існуючих систем та інституцій, а також пропонують варіативність підходів до вирішення нагальних соціальних проблем. Зрештою, дослідження контрнарративів дає змогу ширше зрозуміти динаміку суспільних змін, які часто починаються з переосмислення тих історій, що здавалися «єдино можливими».

Контрнарратив — це форма комунікації, що прямо чи опосередковано спростовує домінуючий (у цьому випадку — пропагандистський) нарратив і пропонує альтернативні погляди, факти, емоційні аргументи та цінності. Основні цілі контрнарративу включають:

- Дискредитація неправдивих або маніпулятивних тверджень.
- Формування довіри до правдивих джерел інформації.
- Створення нового інформаційного поля, у якому споживачі можуть переосмислити попередні переконання.

Розробка контрнарративів базується на критичному аналізі пропагандистських меседжів, розумінні цільової аудиторії та чіткому формулюванні альтернативних змістів.

Розробка контрнарративів у комунікаційному плані під час війни потребує системного і послідовного підходу, який базується на аналізі пропагандистських джерел, визначенні пріоритетів та формулюванні ефективних повідомлень. Першим етапом цього процесу є детальне дослідження першоджерел, з яких походить ворожа пропаганда. Важливо ретельно вивчити заголовки, зміст публікацій, характер цитат і загальну тональність, щоб зрозуміти специфіку меседжів, які використовуються проти цільової аудиторії. Значну увагу слід приділяти виокремленню відмінностей у сприйнятті пропаганди різними групами населення, зокрема внутрішньою аудиторією росії, міжнародною спільнотою та нейтральними або слабо обізнаними про ситуацію аудиторіями.

Наступним кроком є формування чіткої мети контрнарративу, що дозволяє визначити, який саме аспект пропаганди потрібно спростувати та який результат очікується від комунікації. Це може бути зміна ставлення до певних подій, підвищення рівня поінформованості чи нейтралізація негативного впливу фейкових повідомлень. Розуміння цілей допомагає структурувати подальші дії та контролювати ефективність контрнарративів.

Пошук фактів, достовірних джерел і експертних думок становить основу успішної стратегії протидії пропаганді. Відповідні дані можна отримати з офіційних звітів міжнародних організацій, публікацій авторитетних медіа та досліджень визнаних аналітичних центрів. Особливе значення має перевірка джерел на предмет маніпуляцій, яку здійснюють фактчекінгові організації, такі як StopFake або Bellingcat. Це дає змогу виявити фейки та викрити спотворення реальної картини подій.

Створення повідомлення, яке поєднує раціональний і емоційний компоненти, робить контрнарратив більш ефективним і переконливим для

аудиторії. Логічні аргументи, підкріплені фактами й статистичними даними, варто доповнити історіями реальних людей, які демонструють протилежне до тверджень пропаганди. Такий підхід сприяє формуванню емпатії та посиленню впливу на свідомість, оскільки він апелює як до розуму, так і до емоцій слухача чи читача.

Не менш важливою складовою є вибір оптимальних каналів та форматів комунікації залежно від специфіки аудиторії. Для широкого загалу доцільно використовувати соціальні мережі та блогосферу, тоді як міжнародні ЗМІ та офіційні прес-релізи уряду краще працюють із дипломатичними колами та міжнародними організаціями. Формат контрнарративу може варіюватися від коротких відео та інтерв'ю до розгорнутих аналітичних публікацій, залежно від характеру та інтенсивності пропагандистської атаки.

Завершальним етапом у розробці комунікаційного плану є вимірювання ефективності та періодична корекція контрнарративу. Доцільно проводити моніторинг охоплення аудиторії, її реакції в соціальних мережах, змін тональності обговорень і загального рівня довіри до джерел інформації. Якщо ці показники свідчать про низьку ефективність або з'являються нові обставини, належить оперативно коригувати зміст контрнарративу, а також оновлювати чи розширювати джерела фактів та експертних думок.

Такий цілісний і адаптивний підхід до розробки контрнарративів дозволяє не тільки оперативно реагувати на пропагандистські інформаційні атаки, а й упереджувати їх, зміцнюючи довіру до надійних джерел і формуючи обґрунтовану позицію щодо перебігу війни.

### **3.2 Стратегічні підходи до розробки контрнарративів в умовах протистояння російським нарративам**

На матеріалах RT нами було відстежено кілька ключових пропагандистських нарративів, з'ясовано їхню мету. Спираючись на загальні практики розробки контрнарративів, ми запропонували ключові контрнарративи, а також загальну стратегію їх впровадження (Додаток 1).

***Наратив: «Україна — інструмент Заходу / маріонеткова держава».***

Один із ключових нарративів російської пропаганди зображує Україну як країну, позбавлену власної суб'єктності, яка повністю залежить від рішень і вказівок США, НАТО та інших західних партнерів. У рамках цього нарративу створюється уявлення, що український уряд і суспільство діють виключно за зовнішніми інструкціями, а будь-які їхні політичні, економічні чи військові ініціативи є частиною ширшої західної стратегії, спрямованої на підриг інтересів росії. Такий дискурс активно підтримується через акценти на масштабну військову, фінансову й дипломатичну допомогу Україні з боку західних держав.

Головною метою цього нарративу є знецінення самостійних зусиль України в досягненні демократичного розвитку, євроінтеграції та захисті своєї незалежності. Для внутрішньої російської аудиторії цей наратив покликаний виправдати агресію РФ, подаючи її як реакцію на «провокації Заходу». На міжнародній арені така риторика спрямована на формування скептицизму щодо легітимності України як самостійного актора міжнародних відносин і дискредитацію її союзників.

Ключові контрнарративи:

1. «Україна — незалежна держава з багатовіковою історією боротьби за суверенітет»
2. «Підтримка Заходу — це партнерство, а не залежність»

3. «Україна — член глобальної антипутінської коаліції, а не інструмент».

Ефективна протидія цьому наративу базується на висвітленні реальної історії України та її багатовікової боротьби за незалежність. Важливо підкреслювати, що сучасний євроінтеграційний курс України не є результатом зовнішнього тиску, а випливає з глибокого суспільного запиту на демократичний розвиток, який сформувався задовго до початку військової підтримки з боку Заходу. Наприклад, ключові етапи євроінтеграції, такі як укладення Угоди про асоціацію з ЄС або Революція Гідності, мають сильне підґрунтя в масових громадських рухах і політичних рішеннях, підтриманих більшістю українського суспільства.

Особливу увагу слід приділяти демонстрації ролі громадянського суспільства, яке є однією з найбільших сил сучасної України. Волонтерські ініціативи, масштабний рух допомоги Збройним силам України та інші громадські проекти підтверджують, що зміни в Україні часто ініціюються «знизу» і не є результатом зовнішнього втручання. Наприклад, успіхи українських волонтерів у забезпеченні армії чи гуманітарної підтримки демонструють, що Україна має здатність до самоорганізації й мобілізації ресурсів у критичних умовах.

Для посилення контрнративу доцільно використовувати достовірні дані про допомогу від західних партнерів, пояснюючи її характер і механізми. Необхідно акцентувати увагу на тому, що така допомога є реакцією на російську агресію, а не «геополітичною авантюрою». Наприклад, звіти Європейського Союзу та Світового банку можуть ілюструвати, як виділені кошти використовуються під ретельним контролем, спрямовуючись на гуманітарні потреби, оборону й відбудову зруйнованої інфраструктури.

Таким чином, протидія наративу про «маріонеткову державу» має ґрунтуватися на об'єктивних фактах, історичній аргументації та

акцентуванні уваги на реальних успіхах України, які стали можливими завдяки її громадянському суспільству та внутрішній політичній волі. Важливо, щоб контрнарратив не лише спростовував пропагандистські твердження, але й формував позитивний образ України як самостійного актора, що спирається на власну історію, культуру та суспільний потенціал.

### ***Наратив «Україна програє війну»***

Один із ключових пропагандистських наративів, поширюваних росією, спрямований на формування уявлення про неминучість поразки України у війні. Його основою є постійні наголоси на великих втратах Збройних сил України, низькому моральному дусі військових, проблемах логістики та управління. Кожна складність, яка виникає в умовах війни, будь то тимчасовий відступ чи технічні труднощі, подається як свідчення тотального провалу української армії. Такий наратив часто супроводжується перебільшеними або неправдивими даними про успіхи російської сторони, щоб створити ілюзію швидкого та невідворотного програшу України.

Ціль цього наративу полягає у деморалізації українського суспільства, військових і політичного керівництва. Він покликаний посіяти сумніви у здатності ЗСУ захищати країну, підважити довіру громадян до дій уряду та військового командування. На міжнародній арені цей наратив має на меті зменшити підтримку України з боку її союзників, переконуючи їх у марності надання допомоги. У цьому контексті будь-які позитивні ініціативи чи досягнення України систематично ігноруються або мінімізуються.

До ключових контрнарративів повинні відноситись:

1. «Україна продовжує ефективно обороняти свої території та звільняти окуповані землі»
2. «Міжнародна підтримка України лише зростає»
3. «Українська армія залишається високомотивованою».

Ефективна стратегія протидії цьому наративу ґрунтується на реалізації реалістичної, але водночас оптимістичної комунікаційної стратегії. Важливо систематично оприлюднювати офіційну, перевірену інформацію про ситуацію на фронті, уникаючи як панічних заяв, так і необґрунтованого оптимізму. Інформація має включати чіткі дані про військові успіхи, такі як звільнення окупованих територій, ефективну роботу новітніх систем протиповітряної оборони, знищення ключових ворожих цілей. Це дозволяє створити об'єктивну картину того, що попри складні обставини Україна успішно чинить опір набагато більшому за ресурсами агресору.

Важливим елементом контрнративу є висвітлення фактів про єдність українського суспільства та його здатність до самоорганізації. Історії про роботу волонтерів, медичних служб, відбудову деокупованих регіонів та підтримку військових з боку населення демонструють високий моральний дух і стійкість українців. Ці приклади також сприяють збереженню довіри громадян до дій уряду та міжнародної спільноти.

Залучення незалежних військових експертів і аналітиків дозволяє забезпечити об'єктивну оцінку ситуації на фронті. Аналітичні центри, такі як Royal United Services Institute (RUSI) чи Institute for the Study of War (ISW), надають збалансовані висновки про перебіг війни, які допомагають аудиторії зрозуміти стратегію і тактику ЗСУ. Це знижує вплив маніпуляцій пропаганди, спрямованих на створення викривленої картини бойових дій.

Контрнратив має бути спрямований на формування впевненості як серед громадян України, так і серед міжнародних партнерів. Його завдання полягає не лише у спростуванні неправдивої інформації, але й у демонстрації здатності України продовжувати боротьбу, досягати успіхів і захищати свій суверенітет у найскладніших умовах.

***Наратив «росія не несе відповідальності за війну»***

Російська пропаганда активно поширює наратив, у межах якого рф позиціонується як держава, змушена «захищати свої інтереси» через «агресивну поведінку» США, НАТО та України. Цей наратив спрямований на створення уявлення, що саме «колективний Захід» і «провокації» з боку України є причинами ескалації конфлікту. У пропагандистському дискурсі війна подається як вимушена оборонна реакція на уявну загрозу для безпеки та суверенітету росії, що нібито виправдовує її дії. У результаті відбувається перекладання відповідальності за початок війни та її наслідки з росії на інших учасників міжнародного процесу.

Ціль цього наративу полягає у тому, щоб зняти з росії міжнародну відповідальність за порушення норм міжнародного права й підписаних договорів, зокрема Будапештського меморандуму та Статуту ООН. Також пропаганда прагне відвернути увагу від конкретних фактів, що підтверджують воєнні злочини росії, зруйновану інфраструктуру та численні жертви серед цивільного населення України. Одночасно наратив націлений на створення враження, що російська агресія є відповіддю на дії Заходу, спрямовані на стратегічне послаблення рф.

Ключові контрнاراتиви:

1. «росія порушила міжнародне право, розпочавши агресію проти України»
2. «росія ініціювала війну, поширюючи дезінформацію та маніпуляції»
3. «Міжнародні санкції доводять відповідальність росії»

Ефективна стратегія контрнاراتиву вимагає концентрації на фактах і міжнародно-правових документах. Важливо послідовно нагадувати, що росія є підписантом міжнародних угод, які гарантують суверенітет і територіальну цілісність України, наприклад, Будапештського меморандуму. Крім того, необхідно посилалися на резолюції Генеральної Асамблеї ООН, які визнають рф стороною-агресором. Це створює чіткий

юридичний контекст, що спростовує твердження про «вимушену оборону» росії. Також варто залучати дані правозахисних організацій, таких як Human Rights Watch та Amnesty International, які документують порушення міжнародного гуманітарного права з боку рф.

Окрему увагу слід приділити підкресленню ініціатив України та її партнерів, спрямованих на деескалацію конфлікту. Наприклад, Мінські домовленості, які неодноразово порушувалися росією, є ключовим прикладом, що демонструє готовність України до дипломатичного врегулювання. Додатково варто наголошувати, що вся зовнішня допомога, яку отримує Україна від західних партнерів, має оборонний характер і спрямована виключно на захист від агресії, а не на «провокації» проти росії.

Ефективним засобом контрнарративу є поширення реакцій міжнародної спільноти, які прямо називають росію агресором. Важливо демонструвати офіційні заяви лідерів Європейського Союзу, G7, НАТО та ООН, які чітко вказують на відповідальність рф за розв'язання війни. Це дозволяє створити сильну комунікаційну рамку, яка не залишає сумнівів у відповідальності росії за порушення міжнародного порядку.

Загалом, контрнарратив має базуватися на фактах, підтриманих авторитетними міжнародними джерелами, та наголошувати на тому, що дії росії є системними порушеннями, а не реакцією на уявні загрози. У поєднанні з демонстрацією дипломатичних зусиль України, спрямованих на пошук мирного врегулювання, та реальними свідченнями воєнних злочинів рф, такий контрнарратив може ефективно протидіяти маніпулятивному пропагандистському дискурсу.

### ***Наратив «Захід підтримує мирні переговори»***

Російська пропаганда активно поширює твердження, що деякі західні лідери або країни підтримують ідею мирних переговорів із росією, які передбачають територіальні чи політичні поступки з боку України. Такі заяви спрямовані на те, щоб створити уявлення про розкол у західній

коаліції підтримки України та представити позицію Києва як радикальну і неприйнятну навіть для його міжнародних партнерів. Цей наратив також має на меті просунути ідею, що єдиним можливим шляхом до миру є компроміси з Української сторони, що, за логікою пропаганди, є нібито неминучим.

Мета цього наративу полягає у зменшенні міжнародної підтримки України, особливо у військовій та фінансовій сферах. Російська пропаганда намагається стимулювати сумніви щодо єдності західних країн, подаючи їх як тих, хто прагне «швидкого миру» будь-якою ціною, навіть якщо це суперечить інтересам України. Це також спрямовано на деморалізацію українського суспільства, створення у нього враження, що навіть ключові союзники України можуть схилитися до компромісів на користь росії.

Для протидії наративу пропонуємо наступні контрнاراتиви:

1. «Захід підтримує мир, але не за рахунок територіальних поступок»
2. «Мирні переговори можливі лише після припинення російської агресії»
3. «Європа та США підтримують Україну, а не компроміси з агресором».

Ефективною стратегією протидії цьому наративу є пояснення реальних позицій західних лідерів та їхнього контексту. Важливо викривати вирвані з контексту цитати, які використовуються для маніпуляцій, і надавати повні тексти заяв, що демонструють послідовну підтримку України. Також доцільно підкреслювати, що проросійські погляди окремих політиків чи партій, наприклад, Віктора Орбана в Угорщині або Роберта Фіцо в Словаччині, є маргінальними й не відображають загальної позиції Європейського Союзу або НАТО.

Для посилення контрнاراتиву варто публікувати офіційні документи й рішення західних країн, що підтверджують їхню практичну допомогу

Україні: надання зброї, фінансування гуманітарних програм, підтримку у відновленні економіки. Аналітики та експерти повинні пояснювати, що позиція Заходу базується на довгостроковій стратегії підтримки України, яка враховує не лише поточні виклики, але й необхідність запобігти подальшій агресії з боку росії.

Особливу увагу слід приділяти висвітленню заяв ключових західних лідерів, таких як Джо Байден, Урсула фон дер Ляєн або Ріші Сунак, які неодноразово публічно висловлювали підтримку Україні. Їхні слова мають слугувати основою для контрнарративу, що демонструє послідовність і глибину партнерства між Україною та її союзниками. Також важливо розкривати, що західна підтримка має не лише гуманітарну або військову складову, а й сприяє захисту глобальної безпеки, демократії та принципів міжнародного права.

Додатково слід пояснювати, що мир, заснований на поступках агресору, суперечить принципам міжнародного права і створює небезпечний прецедент, який може заохотити подальшу агресію в інших регіонах. В історичному контексті це можна пояснити через аналіз наслідків політики «умиротворення агресора», наприклад, Мюнхенської угоди 1938 року, яка спричинила подальшу експансію нацистської Німеччини.

Нарешті, важливо формувати чітке уявлення про Формулу миру, запропоновану Україною. Цей план, що базується на міжнародному праві та принципах справедливості, слід протиставляти ідеї «псевдомиру», який пропагує росія. Висвітлення того, що підтримка України з боку Заходу є не лише допомогою в боротьбі за суверенітет, але й заходом для стримування майбутньої агресії, зміцнює аргументацію контрнарративу й допомагає зберегти міжнародну солідарність.

### ***Наратив «Україна не хоче миру»***

Наратив, що активно поширюється росією, полягає у твердженні, ніби українська влада свідомо уникає будь-яких можливостей для

дипломатичного врегулювання конфлікту та навмисно загострює бойові дії. Цей наратив підкріплюється звинуваченнями в ескалації з боку України, що створює викривлену картину, у якій Київ нібито виступає головним ініціатором подальшого загострення війни. У дискурсі пропаганди росія, у свою чергу, позиціонується як «сторона, що прагне миру», але вимушена реагувати на дії України, які нібито «унеможливають переговори».

Ціль цього наративу полягає у формуванні негативного іміджу України на міжнародній арені, зокрема в очах держав, які надають їй військову, фінансову та дипломатичну підтримку. Пропаганда намагається створити уявлення, що саме Київ відмовляється від мирних ініціатив, тоді як росія «вимушено» захищає свої інтереси. Це дозволяє росії виправдовувати свою агресію, представляючи її не як порушення міжнародного права, а як відповідь на дії України. Одночасно цей наратив спрямований на внутрішню аудиторію росії, формуючи уявлення про «агресивного сусіда», що загрожує стабільності в регіоні.

Ключові контрнарративи:

1. «Україна завжди виступала за мир, але на справедливих умовах»
2. «росія використовує мирну риторику як прикриття для агресії»
3. «Україна захищається, а не розпочинає нові бойові дії».

Стратегія контрнарративу повинна базуватися на висвітленні реальних дипломатичних ініціатив України та її послідовної позиції щодо відновлення миру через дотримання міжнародного права. Важливо документально підтверджувати, що Київ неодноразово закликав росію до припинення бойових дій, виведення військ із окупованих територій і повернення до міжнародно визнаних кордонів. Прикладом такої ініціативи є Формула миру, запропонована Президентом України, яка чітко визначає кроки до врегулювання конфлікту, включно з гарантіями безпеки та відновленням суверенітету України.

Контрнарратив також має аргументувати, чому капітуляція чи поступки агресору не можуть бути основою для довготривалого миру. Потрібно пояснювати, що мир, досягнутий за рахунок втрати територій чи визнання окупації, лише узаконить агресію, порушуючи фундаментальні принципи міжнародного права, зокрема непорушність кордонів і право на самооборону. Це дозволяє формувати чітке розуміння того, що прагнення України відновити свою територіальну цілісність є не «агресією», а виконанням легітимного права, визнаного світовою спільнотою.

Крім того, важливо використовувати дипломатичні меседжі та контакти для поширення правдивої інформації. Публікація матеріалів про міжнародні зустрічі, підтримку України з боку лідерів ЄС, НАТО, ООН та інших міжнародних організацій дозволяє закріпити образ України як захисника міжнародного права та стабільності. Одночасно варто розкривати механізми переговорних процесів, які росія свідомо ігнорує або зриває, демонструючи її небажання йти на справедливе врегулювання.

Таким чином, ефективний контрнарратив повинен не лише спростовувати пропагандистські твердження, але й формувати чітке розуміння того, що позиція України є послідовною, заснованою на принципах міжнародного права та спрямованою на відновлення справедливості. Такий підхід сприятиме збереженню міжнародної підтримки України й нейтралізації спроб росії виправдати свою агресію.

### ***Наратив: «Україна — нацистська держава»***

Одним із найбільш токсичних і маніпулятивних наративів російської пропаганди є твердження про те, що Україна є «нацистською державою», яка потребує «денацифікації». У межах цього наративу будь-які прояви українського націоналізму або патріотизму інтерпретуються як ознаки неонацизму, а окремі історичні події чи символи перебільшуються або спотворюються для створення образу загальної радикалізації українського суспільства. Пропаганда намагається переконати як внутрішню російську,

так і міжнародну аудиторію, що існує «серйозна загроза», яку росія нібито «змушена» ліквідувати заради власної безпеки та захисту російськомовного населення.

Мета цього нарративу полягає у дегуманізації українців, поданні їх як ворогів, які втілюють ідеологію, асоційовану з нацизмом, і виправданні військової агресії росії. Водночас цей нарратив спрямований на руйнування позитивного образу України на міжнародній арені, асоціюючи її з нацистським режимом часів Другої світової війни. Таким чином, пропаганда прагне позбавити Україну підтримки з боку її західних партнерів, особливо тих країн, для яких боротьба з нацизмом є важливою частиною національної історії та пам'яті.

Основні контрнарративи:

1. «Україна — багатонаціональна держава, яка відкидає будь-які форми екстремізму»
2. «Звинувачення у «нацизмі» — це елемент російської пропаганди»
3. «Міжнародні організації підтверджують, що Україна дотримується демократичних принципів»
4. «росія сама співпрацює з ультраправими рухами»

Для протидії цьому нарративу ефективною стратегією є демонстрація реальних фактів про політичну структуру України, рівень підтримки ультраправих партій та рівень толерантності в українському суспільстві. Зокрема, варто акцентувати на тому, що ультраправі партії мають мінімальну підтримку в Україні, що підтверджується результатами виборів до Верховної Ради, де такі політичні сили не здобувають значного представництва. Крім того, міжнародні дослідження, такі як звіти Freedom House чи Amnesty International, вказують на низький рівень ксенофобії в українському суспільстві, що спростовує твердження про поширення радикальних настроїв.

Особливу увагу слід приділяти висвітленню толерантності України як багатонаціональної держави. Варто наголошувати на тому, що представники різних етнічних і релігійних груп не лише живуть у мирі в Україні, але й активно долучаються до захисту країни, зокрема як військовослужбовці Збройних сил України. Важливо підкреслювати, що державна політика України не передбачає переслідувань за етнічною чи релігійною ознакою, а країна є відкритою до співпраці з міжнародними гуманітарними організаціями.

Важливою частиною контрнарративу є викриття маніпуляцій історичним контекстом. Російська пропаганда часто перекручує події ХХ століття, щоб представити український визвольний рух як аналог нацистських рухів. Ефективною відповіддю є роз'яснення складності історичних подій, зокрема на основі наукових досліджень та архівних документів, які підтверджують реальні наміри й контекст боротьби за незалежність України. Окрім того, слід наголошувати, що саме росія часто толерує та навіть підтримує ультраправі рухи на власній території, що є свідченням подвійних стандартів у її риторичі.

Загалом, протидія цьому нарративу має базуватися на демонстрації реального стану речей в Україні, її демократичної системи, мультикультурного суспільства та відданості принципам толерантності й прав людини. Водночас важливо послідовно розвінчувати історичні міфи, створені російською пропагандою, та викривати її спроби легітимізувати агресію через маніпуляції поняттями історичної пам'яті. Це дозволить не лише захистити міжнародний імідж України, але й нейтралізувати деструктивний вплив цього токсичного нарративу.

### **3.3 Інформаційна кампанія для МЗС України для просування контрнарративів**

Запропонована інформаційна кампанія має на меті сформувати та поширити на глобальному рівні альтернативні наративи, що спростовують і нейтралізують російську пропаганду довкола війни в Україні. Протягом піврічного періоду Міністерство закордонних справ має зосередитися на комплексній роботі, яка забезпечить послідовне, всеохопне та ефективне інформування іноземної аудиторії про реальні події, причини й наслідки збройної агресії проти України.

У центрі уваги перебуватимуть такі контрнаративи, як «Україна — державний суб'єкт із власною історією та інтересами», «росія несе відповідальність за розв'язання війни», «Україна не програє війну», «Україна прагне справедливого й тривалого миру» та «Україна не є нацистською державою».

Головною цільовою аудиторією виступає іноземна громадськість, зокрема політичні еліти західних країн, експертна спільнота, журналісти і лідери думок на міжнародній арені, а також ширші верстви населення за межами України. Особливий наголос варто зробити на групах, які отримують інформацію з різних джерел і можуть бути вразливими до маніпуляцій (зокрема населення країн Африки та Азії). Важливо враховувати культурні та політичні особливості різних регіонів, а також мовні бар'єри, щоб адекватно налаштувати зміст і форму повідомлень.

Ключовими меседжами кампанії мають бути твердження, що Україна є незалежною й суверенною державою з демократичними цінностями, яка прагне справедливого миру на основі міжнародного права; що росія порушила принципи територіальної цілісності та продовжує ескалацію війни всупереч дипломатичним зусиллям України та її партнерів; що міжнародна підтримка України слугує зміцненню загальносвітової безпеки та запобіганню подальшій дестабілізації; що міцне громадянське суспільство в Україні є джерелом ефективного спротиву й ознакою сильної держави. Кожен із цих меседжів має бути підкріплений фактичними

даними, історіями успіху, цитатами авторитетних експертів і живими прикладами з фронту чи суспільно-політичного життя України.

Кампанія передбачає використання різноманітних каналів поширення інформації. Офіційні сторінки МЗС та посольств у соціальних мережах слугуватимуть оперативним майданчиком для реагування на фейки та формування миттєвої суспільної реакції. Міжнародні ЗМІ, зокрема провідні телеканали й аналітичні видання, мають бути залучені шляхом інтерв'ю, публікацій статей і коментарів українських високопосадовців та експертів. Окрему роль відіграватимуть дипломатичні брифінги та пресконференції, на яких представники МЗС зможуть презентувати актуальні факти, висновки правозахисних організацій і позицію України в питаннях деокупації та мирного врегулювання. Відеоплатформи на кшталт YouTube та стримінгові сервіси стануть ефективним засобом для створення короткометражних роз'яснювальних роликів, які розраховані на широку іноземну аудиторію та можуть бути адаптовані мовно й культурно.

Реалізація комунікаційного плану має тривати шість місяців і бути поділеною на три етапи. На першому етапі (перший і другий місяць) слід зосередитися на інтенсивній презентації контрнарративів у міжнародному просторі, приділяючи увагу їх поясненню та доведенню достовірності. Протягом другого етапу (третій і четвертий місяць) важливо розвинути тему міжнародної коаліції задля підтримки України, представити докази реальної користі від західної військової й фінансової допомоги та посилити контакти з експертними спільнотами. Третій етап (п'ятий і шостий місяць) спрямований на закріплення результатів і формування довгострокових альянсів у сфері інформаційної безпеки. У цей період слід акцентувати на підсумкових заходах і публікаціях, що узагальнять попередню діяльність, а також презентуватимуть плани України щодо післявоєнного відновлення.

У таблиці відображено етапи реалізації кампанії протягом півроку, а також головні завдання та результати, яких очікується досягнути на кожному з них.

Таблиця 3.1

### Загальний план інформаційної кампанії

Етап	Тривалість	Головна мета й завдання	Ключові заходи	Інструменти та канали	Очікувані результати
<b>Етап 1</b>	1–2-й місяць	Оголосити й пояснити ключові контрнарративи на міжнародному рівні. Сформувати первинну зацікавленість у темі.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Публічні заяви та брифінги (МЗС, посольства)</li> <li>• Інтерв'ю у світових ЗМІ</li> <li>• Запуск офіційних хештегів та меседжів у соцмережах</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Офіційні сторінки МЗС у Facebook, Twitter, Instagram</li> <li>• Міжнародні телеканали (BBC, CNN, Al Jazeera)</li> <li>• Пресрелізи і блог-платформи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Поширення базових відомостей про позицію України</li> <li>• Перша хвиля згадувань у ЗМІ та соцмережах</li> <li>• Старт формування позитивного порядку денного</li> </ul>
<b>Етап 2</b>	3–4-й місяць	Розгорнути комунікацію щодо конкретних успіхів України, її суб'єктності, висвітлити реальні історії та дипломатичні ініціативи.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Організація круглих столів та форумів за участі міжнародних експертів</li> <li>• Публікація аналітичних статей у провідних медіа</li> <li>• Презентація доказової бази про агресію РФ та контрдії України</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zoom-конференції з міжнародними журналістами</li> <li>• Аналітичні публікації в Economist, Foreign Affairs, Politico</li> <li>• Регіональні онлайн-медіа</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Поглиблення розуміння ситуації серед експертів та широкої аудиторії</li> <li>• Зростання кількості публікацій, що посиляються на позицію МЗС</li> <li>• Посилення контактів із think-tanks</li> </ul>
<b>Етап 3</b>	5–6-й місяць	Закріпити результат, розширити мережу інформаційних союзників, підготувати основу для подальшої довгострокової стратегії.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Підсумкові пресконференції</li> <li>• Випуск документальної міні-серії чи спецвипусків (на YouTube/стрімінгових платформах)</li> <li>• Публікація узагальнень, рекомендацій, даних опитувань</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відеоплатформи (YouTube, Vimeo)</li> <li>• Міжнародні конференції в офлайн- та онлайн-форматі (Вашингтон, Брюссель, Лондон)</li> <li>• Фінальний дайджест у соцмережах</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Зміцнення довіри до офіційних українських джерел</li> <li>• Формування довгострокової підтримки України</li> <li>• Налагодження сталих інформаційних каналів</li> </ul>

Для наповнення кампанії відповідним контентом рекомендується використовувати тематичні аналітичні огляди з висновками міжнародних організацій на кшталт ОБСЄ чи Міжнародного кримінального суду,

інтерв'ю з військовими, які перебувають безпосередньо на передовій, та історії цивільних, що вижили під російськими обстрілами. Окрему роль відіграватимуть мультимедійні матеріали, створені за участі професійних журналістів і режисерів, що зможуть зворушити емоції аудиторії, зберігаючи при цьому достовірність фактів. Експертні панелі, організовані в ключових столицях світу (Вашингтон, Брюссель, Берлін, Лондон), дозволять залучити науковців, лідерів думок і представників аналітичних центрів для публічного обговорення контрнарративів, підтверджуючи так їхню легітимність.

У таблиці 3.2 структуровано, який саме контент і через які канали слід поширювати, щоб донести кожен із ключових меседжів кампанії.

Таблиця 3.2

### Ключові меседжі та формати контенту

Ключовий меседж	Цільова аудиторія	Тип/Формат контенту	Канали поширення	Прикладні матеріали
Україна – суверенна держава з власними історією та інтересами	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Експертні й дипломатичні кола</li> <li>• Журналісти</li> <li>• Широка міжнародна аудиторія</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Аналітичні статті</li> <li>• Брошури про історію України</li> <li>• Короткі відео про державотворення</li> <li>• Інфографіка з фактами</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Профільні медіа (Foreign Policy, The Guardian, Le Monde)</li> <li>• Соцмережі (Twitter, LinkedIn)</li> <li>• Офіційні дипломатичні заходи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Електронні довідники, історичні буклети</li> <li>• Відеоролики за участю істориків і громадських діячів</li> <li>• Інфографіка з ключовими датами</li> </ul>
росія несе відповідальність за розв'язання війни	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Міжнародні інституції</li> <li>• Правозахисні організації</li> <li>• ЗМІ загального профілю</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Пресрелізи з посиланнями на офіційні докази</li> <li>• Інтерв'ю з правозахисниками</li> <li>• Кейс-стаді з розслідувань (Bellingcat)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Офіційні сторінки МЗС</li> <li>• Світові телеканали (CNN, BBC)</li> <li>• Регіональні пресклуби</li> <li>• Спеціальні панелі на правозахисних форумах</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Звіти міжнародних моніторингових місій</li> <li>• Інтерв'ю з прокурорами МКС чи з представниками комісії ООН</li> <li>• Аналітичні статті у топ-медіа</li> </ul>
Україна не програє війну	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Політичні лідери країн-партнерів</li> <li>• Бізнес-спільнота</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Репортажі з передової</li> <li>• Коментарі військових аналітиків</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Телебачення, YouTube-канали</li> <li>• Бізнес-форуми та конференції</li> <li>• Інтерв'ю у глобальних</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відео «з перших вуст» про оборону</li> <li>• Статті з успішними кейсами відновлення звільнених територій</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Широка публіка</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Живі історії успіху волонтерських проєктів</li> </ul>	мережах (Bloomberg, Reuters)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сюжети про ЗСУ, волонтерські рухи</li> </ul>
Україна прагне справедливого й тривалого миру	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Широке коло міжнародних партнерів</li> <li>• Населення нейтральних країн</li> <li>• Міжнародні організації</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Пресконференції лідерів (включно з Президентом України)</li> <li>• Дайджести та інфографіка про Формулу миру</li> <li>• Дипломатичні наративи про міжнародне право</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Офіційні заходи ООН, ЄС, НАТО</li> <li>• Соціальні мережі з хештегами #Peace4Ukraine</li> <li>• Регіональні мовні версії контенту</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Матеріали з роз'ясненнями кожного пункту Формули миру</li> <li>• Коментарі від провідних юристів-міжнародників</li> <li>• Короткі анімаційні ролики про суть пропозицій</li> </ul>
Україна – не нацистська держава	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Аудиторія країн Глобального Півдня</li> <li>• Студентство</li> <li>• Політичний істеблішмент глобального рівня</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Відео-розслідування про толерантність українського суспільства</li> <li>• Інтерв'ю з представниками етнічних і релігійних меншин</li> <li>• Інфографіка з виборчими показниками ультраправих</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• YouTube, TikTok для молоді аудиторії</li> <li>• Конференції з прав людини</li> <li>• Провідні друковані медіа в Азії, Африці, Латинській Америці</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дані правозахисних організацій про рівень ксенофобії</li> <li>• Звіти Freedom House</li> <li>• Відео-екскурсії містами України з акцентом на мультикультурність</li> </ul>

Ця інформаційна кампанія повинна забезпечувати постійний моніторинг поширення та сприйняття контрнарративів, застосовуючи аналітичні інструменти для відстеження тональності публікацій у міжнародних ЗМІ та соціальних мережах. Аналіз реакції суспільства і медіа дозволить оперативно вносити корективи в контент, формулювання меседжів або акценти, залежно від динаміки інформаційного середовища. Після завершення піврічного періоду бажано узагальнити досвід і підготувати рекомендації для подальших кроків у сфері публічної дипломатії. Це дасть змогу інституціоналізувати набуті навички комунікації, посилити співпрацю з міжнародними партнерами та забезпечити довготривалий ефект від реалізованої інформаційної кампанії.

Завдяки таблиці 3.3 можна визначити, як часто та за якими показниками аналізувати ефективність кампанії. Передбачені конкретні дії

залежно від результатів моніторингу, що гарантує гнучкість та здатність швидко реагувати на зміни у світовому інформаційному полі.

Таблиця 3.3

### Моніторинг і корекція кампанії

Період/Частота аналізу	Інструменти моніторингу	Показники (KPI)	Можливі дії/Корекції
Щотижнево	<ul style="list-style-type: none"> <li>Аналітика соцмереж (Facebook Insights, Twitter Analytics, YouTube Studio)</li> <li>Моніторинг медіа (Meltwater, Brandwatch)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Кількість переглядів/реакцій (лайки, шери)</li> <li>Зростання чи зниження тональності (позитивна/нейтральна/негативна)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Адаптувати контент-план (змінити меседжі, формати)</li> <li>Оперативно реагувати на критику чи нові фейки</li> </ul>
Щомісяця	<ul style="list-style-type: none"> <li>Звіти регіональних посольств і консульств</li> <li>Відгуки від міжнародних партнерів та НУО</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Кількість заходів (брифінгів, презентацій), проведених за участі МЗС</li> <li>Динаміка згадок у регіональних ЗМІ (кількісна, якісна)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Уточнювати пріоритетність цільових регіонів</li> <li>Запускати додаткові інформаційні хвилі (мультимедійні кампанії, форумні виступи)</li> </ul>
Щокварталу	<ul style="list-style-type: none"> <li>Аналітичні дослідження (опитування громадської думки, фокус-групи)</li> <li>Звіти про охоплення в міжнародних виданнях</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Рівень обізнаності про українську позицію</li> <li>Позитивна динаміка підтримки (збільшення кількості схвальних публікацій)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Переглянути ключові меседжі, якщо вони не досягають мети</li> <li>Залучити нові інституції/лідерів думок у комунікацію</li> </ul>
Після завершення піврічного циклу	<ul style="list-style-type: none"> <li>Підсумкова аналітика МЗС</li> <li>Звіт із рекомендаціями по удосконаленню</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ступінь реалізації плану</li> <li>Порівняння початкової та фінальної картини медіасередовища</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Інтегрувати вдалі практики в довгострокові плани МЗС</li> <li>Оформити дорожню карту для продовження інформаційної кампанії</li> </ul>

Очікувані результати від запропонованої інформаційної кампанії можуть проявлятися на різних рівнях та охоплювати як кількісні, так і якісні показники. Передусім варто відзначити підвищення рівня поінформованості цільових аудиторій про реальні обставини війни, розв'язаної росією проти України. Міжнародні партнери й експертні кола мають отримати більш структуроване та достовірне уявлення про внутрішню політику України, її стратегію оборони та дипломатичні

ініціативи щодо відновлення справедливого миру. Це дасть змогу сформувати стійке розуміння суб'єктності й сили України, а також легше спростовувати російські пропагандистські наративи.

Другим очікуваним наслідком є зміцнення підтримки України з боку іноземних держав і міжнародних організацій. Послідовна аргументація й демонстрація фактів про порушення росією норм міжнародного права сприятимуть розширенню кола країн, готових надавати військову, економічну та гуманітарну допомогу. Особливе значення мають дипломатичні контакти та публічні заяви лідерів інших держав, які, у разі успішної інформаційної роботи, частіше відображатимуть позицію Києва та засуджуватимуть агресивну політику Кремля.

На громадському рівні ці комунікації здатні вплинути на настрої як у тих країнах, де громадська думка має вирішальне значення для ухвалення зовнішньополітичних рішень, так і в державах, які досі зберігають нейтралітет. Якщо цільова аудиторія отримає переконливі пояснення і посилання на авторитетні джерела, кількість скептичних чи байдуже налаштованих громадян може зменшитися, натомість зросте готовність підтримувати санкції проти агресора або зберігати курс на співпрацю з Україною.

Ще одним важливим показником є посилення міжнародної довіри до офіційних комунікацій від України. Якщо МЗС і дипломатичні представництва діятимуть скоординовано та прозоро, надаючи перевірену й перевірену фактичну базу, то в довгостроковій перспективі рівень довіри до українських джерел інформації зростатиме. Це, своєю чергою, ускладнить для російської пропаганди можливість «монополізувати» окремі теми чи викривляти події на свій розсуд.

Окрім того, реалізація цієї кампанії може бути корисною і з погляду внутрішньоукраїнського інформаційного простору. Постійна публікація позитивних прикладів волонтерства, військових успіхів чи дипломатичних

перемог може сприяти зміцненню морального духу населення і впевненості у міжнародній підтримці. Це особливо цінно під час війни, коли суспільство потребує усвідомлення, що його прагнення до незалежності й демократії поділяють і за межами України.

Загалом результати передбаченої кампанії формуватимуться через безліч факторів: від глобальної політичної кон'юнктури до швидкості реагування на нові фейки з боку росії. Утім, навіть часткове досягнення окреслених цілей — зростання підтримки й довіри, зменшення впливу ворожої пропаганди, зміцнення міжнародної коаліції на підтримку України — свідчатиме про її ефективність. У підсумку можна зробити висновок, що чітко структурована й послідовна комунікаційна діяльність МЗС є одним із найважливіших інструментів протидії російській дезінформації та формування сприятливого для України міжнародного середовища. Це, своєю чергою, позитивно позначиться на військово-політичних результатах і сприятиме наближенню справедливого й тривалого миру.

Отож, контрнарративи стають ключовим інструментом протидії російській пропаганді в умовах гібридної війни. Вони не лише спростовують домінантні (пропагандистські) історії, а й формують нові смислові рамки, в яких Україна постає самостійним суб'єктом із власними інтересами та історією. Стратегії контрнарративів спираються на глибинний аналіз фейкових тверджень, обґрунтованість фактичної бази та залучення міжнародних джерел довіри. Їхня сила полягає в поєднанні раціональних доказів і персональних історій, що демонструють реальний стан речей і руйнують панівні міфи агресора. Саме так створюється простір для альтернативної оповіді, яка заохочує критичне мислення, мобілізує внутрішню та міжнародну підтримку й наближає справедливе вирішення конфлікту.

## ВИСНОВКИ

Сучасне інформаційне середовище створює сприятливе підґрунтя для активного поширення дезінформації різної складності та спрямованості — від цілком сфабрикованих матеріалів до маніпулятивної подачі правдивих фактів у хибному контексті. У цифрову епоху такий контент швидко стає вірусним, особливо завдяки алгоритмам соціальних мереж і функціям шифрування у месенджерах, що ускладнює його виявлення та спростування. Попри те, що дезінформація часто асоціюється з пропагандою авторитарних держав, реальна картина значно ширша: нею можуть послуговуватися політики, комерційні структури, активісти чи приватні особи з різноманітними мотивами — від політичної дестабілізації й отримання електоральних переваг до банальної фінансової вигоди.

Загалом у науковому дискурсі панує думка, що дезінформацію варто розглядати як багатоаспектне явище, де фундаментальним чинником є умисний обман аудиторії. Це відрізняє її від «простої» помилкової інформації (misinformation) без злого умислу або від «малінформації» (malinformation), що оперує правдивими фактами з метою завдання шкоди. Сучасні «deepfake»-технології, використання бот-мереж, цілеспрямовані рекламні кампанії, псевдожурналістика і конспірологічні сайти утворюють складний екосистемний ланцюг дезінформації, який ефективно підживлює суспільні розколи й поляризацію. Це істотно ускладнює роботу фактчекерів та урядових регуляторів, адже боротьба з дезінформацією вимагає зусиль одразу в кількох напрямках: технічних (розпізнавання ботів і deepfake), просвітницьких (формування медіаграмотності в населення), юридичних (врегулювання платформ, що поширюють несправжній контент) і психологічних (подолання когнітивних упереджень і синдрому недовіри).

Наслідки дезінформації особливо помітні в періоди політичної турбулентності чи кризових ситуацій (збройних конфліктів, епідемій), коли громадяни більш схильні реагувати емоційно. Викривлений інформаційний простір підриває довіру до традиційних медіа, зменшує можливість вести конструктивну дискусію й призводить до утворення «інформаційних бульбашок», усередині яких зростає підтримка екстремістських та конспірологічних ідей. Окрім того, дезінформація може спотворювати процес ухвалення рішень на виборах, веде до делегітимізації громадських інституцій і породжує ефект «розпаду істини», коли об'єктивні факти вже не мають ваги у формуванні суспільної думки.

Таким чином, масштаб і гнучкість дезінформаційних технологій у поєднанні з людськими когнітивними слабкостями створюють унікальні виклики для демократичних суспільств. Попри зусилля фактчекерів, платформ і державних органів, запобігання дезінформаційним впливам вимагає системного, міждисциплінарного підходу, що об'єднує сфери політики, медіаграмотності, інформаційної безпеки та громадянської активності. Лише так можна захистити право суспільства на правдиву інформацію та зберегти базис для повноцінного демократичного діалогу.

Застосування дезінформації у гібридній війні РФ проти України виявилось одним із найпотужніших інструментів впливу на внутрішню й зовнішню аудиторію. Росія активно експлуатує історичні комплекси й соціально-політичні розколи, пропонуючи вигідні для себе наративи: зображаючи Україну як «маріонетку Заходу», «нацистську державу» чи таку, що «відмовляється від миру». Ці сюжети постійно підкріплюються через державні медіа на кшталт RT та Sputnik, мережі ботів і «фабрики тролів», а також «відмиваються» шляхом дублювання у проксі-виданнях. У підсумку агресор намагається «розмити» реальність, зануливши аудиторію у потік хаотичних версій і «дзеркальних» звинувачень, щоб підірвати довіру до українських інституцій та знизити західну підтримку. Така

дезінформаційна кампанія посилює асиметричний характер гібридної війни, дозволяючи росії уникати прямих юридичних наслідків і ускладнюючи для України міжнародну комунікацію про власну позицію. Ефективна протидія цьому явищу вимагає системних зусиль з боку держави, фактчекерів, соціальних платформ і міжнародних партнерів, аби забезпечити громадянам доступ до перевіреної інформації та зберегти довіру до демократичних процедур.

У дослідженні показано, що контрнарративи — це не просто спростування брехливих меседжів; вони виконують складнішу функцію — пропонують альтернативну візію реальності, здатну підважувати саму структуру домінантних (пропагандистських) сюжетів. У контексті російсько-української війни контрнарративи створюють можливість не тільки нейтралізувати найважливіші тези російської пропаганди, а й сформувані більш позитивне й адекватне розуміння подій навколо України в міжнародного співтовариства. Згідно з підходами науковців (П. Евік і С. Сілбі, Р. Делгадо, М. Бамберг, М. Ендрюс та ін.), контрнарративи мають значний потенціал змінювати суспільне сприйняття, розширюючи межі можливого діалогу й надаючи голос тим, чії погляди були системно ігноровані або знецінені.

У межах цього дослідження було запропоновано декілька ключових контрнарративів, спрямованих на спростування панівних російських сюжетів:

«Україна — незалежна держава з власними інтересами та історією». Цей контрнарратив підкреслює тривалий шлях України до суверенітету й демократичних перетворень, відкидаючи твердження про «маріонеткову» чи «штучно створену» країну, залежну від Західних інституцій.

«Україна не програє війну». Спростовує тезу про слабкість і неминучу поразку ЗСУ, демонструючи здатність українського суспільства

й армії до ефективного спротиву, волонтерської самоорганізації та стратегічної взаємодії з міжнародними партнерами.

«Росія несе відповідальність за війну». Ставить на чільне місце документи міжнародного права й факти порушення московою Будапештського меморандуму, Статуту ООН, а також численні підтвердження воєнних злочинів росії. Така позиція демонструє, що пропагандистські твердження про «оборонну» чи «вимушену» війну не мають правового підґрунтя.

«Захід підтримує Україну, а не «мирні переговори» за рахунок української території». Цей контрнарратив наголошує, що метою західних партнерів є відновлення міжнародного права і збереження безпеки, а не примушення Києва до поступок агресору.

«Україна — не нацистська держава». Знищує міф про «денацифікацію», наголошуючи на багатонаціональному складі українського суспільства, низькій підтримці ультраправих партій і зусиллях, спрямованих на захист прав людини. Ставиться акцент, що російська пропаганда свідомо перебільшує окремі радикальні елементи, ігноруючи натомість співпрацю власної влади з ультраправими рухами.

Поєднання цих п'яти контрнарративів дозволяє системно протидіяти ключовим прокремлівським тезам — від «нелегітимності» України до звинувачень у «нацизмі» й «зривах мирних переговорів». Завдяки застосуванню стратегічного набору аргументів та емпіричних прикладів (як-от реальні історії українських військових, аналітика авторитетних правозахисних організацій, підтверджена статистика тощо) контрнарративи стають переконливим засобом для просування обґрунтованої позиції України на міжнародній арені.

Отже, у результаті комплексного застосування цих контрнарративів держава отримує змогу одночасно:

- Спростовувати найрезонансніші та найнебезпечніші фейки й таким чином зменшувати вплив токсичного контенту;
- Формувати стабільну комунікаційну базу, у якій Україна постає як суб'єкт міжнародної політики, а не жертва зовнішнього тиску;
- Поширювати меседжі про справедливий мир, заснований на територіальній цілісності й дотриманні міжнародного права.

Таким чином, контрнаративи в українському контексті гібридної війни функціонують не тільки як інструмент спростування, а й як потужний механізм перевизначення «правила гри» у міжнародному інформаційному просторі. Переосмислюючи та підважуючи панівні дискурси, вони дають змогу Україні краще скоординувати зусилля на дипломатичному й інформаційному фронтах, мобілізувати внутрішню й зовнішню підтримку та продемонструвати всьому світу, що російська агресія не є «внутрішнім» чи «локальним» конфліктом, а ставить під загрозу базові цінності світопорядку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

### Наукові джерела

1. Барчук Н. Сім популярних міфів про війну росії проти України. NV. 25 травня 2022 р. URL: [https://nv.ua/ukr/opinion/naypopulyarnishi-mifi-pro-viynu-rosiji-proti-ukrajini-ostanni-novini-50245001.html#goog\\_rewarded](https://nv.ua/ukr/opinion/naypopulyarnishi-mifi-pro-viynu-rosiji-proti-ukrajini-ostanni-novini-50245001.html#goog_rewarded) (дата звернення 09.11.2024)
2. Бідочко Л., Півторак О., Худіш П. Війна і битва наративів: Як російська пропаганда діє в медійному просторі Глобального Півдня. Детектор медіа. 19 Квітня 2023. URL: <https://detector.media/infospace/article/210274/2023-04-19-viyna-i-bitva-naratyviv-yak-rosiyska-propaganda-diie-v-mediynomu-prostori-globalnogo-pivdnya/> (дата звернення 09.11.2024)
3. Кутуза Н. В., Тельпіс Д. М. Дезінформація як складник ІПСО в мегадискурсі: маніпулятивний аспект (на прикладі російсько-української війни періоду повномасштабного вторгнення). Записки з українського мовознавства. 2023. Вип. 30. С. 282-292. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/zukm\\_2023\\_30\\_28](http://nbuv.gov.ua/UJRN/zukm_2023_30_28). (дата звернення 09.11.2024)
4. Марущак А. І. Передумови для формування правових механізмів протидії дезінформації в соціальних медіа у контексті національної безпеки: постановка проблеми. Інформація і право. 2022. № 1. С. 82-88. URL: <http://jnas.nbuv.gov.ua/article/UJRN-0001315133>
5. П'ять поширених прокремлівських дезінформаційних наративів. EUvsDisinfo. 02 Квітня, 2019. URL: <https://euvsdisinfo.eu/ua/пять-поширених-прокремлівських-дез/> (дата звернення 09.11.2024)
6. Шлапаченко В. М. Дезінформація як спосіб інформаційно-психологічного впливу. Інформаційна безпека людини, суспільства,

держави. 2013. № 2. 78-86. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/iblsd\\_2013\\_2\\_15](http://nbuv.gov.ua/UJRN/iblsd_2013_2_15).  
(дата звернення 09.11.2024)

7. Allcott H., Gentzkow M. 2017. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31 (2): 211–36.

8. Alsu Kurmasheva. Committee to Protect Journalists. URL: <https://cpj.org/data/people/alsu-kurmasheva/> (дата звернення 09.11.2024)

9. Bachmann S., Mosquera A.B., Lawfare in Hybrid Wars: The 21st Century Warfare (March 17, 2017). *Journal of International Humanitarian Legal Studies* 7, 2016. 63-87, 2016, URL: <https://ssrn.com/abstract=2670550>

10. Bamberg M. G., Andrews M. *Considering Counter-Narratives: Narrating, Resisting, Making Sense*. John Benjamins Publishing. 2004.

11. Benkler Y., Faris R., Roberts H. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. 2018. 10.1093/oso/9780190923624.001.0001.

12. Berkman Klein Center. *Mail-In Voter Fraud: Anatomy of a Disinformation Campaign*. 2023. URL: <https://cyber.harvard.edu/publication/2020/Mail-in-Voter-Fraud-Disinformation-2020> (дата звернення 18.11.2024)

13. Bracha A., Blanford J. Revenue generation through disinformation: The economics of fake news websites. *Journal of Economic Perspectives*, 2022. 36(1). 123-146.

14. Bradshaw S., Howard P. N. *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation*. University of Oxford. 2018. URL: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/12/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf> (дата звернення 09.11.2024)

15. CIGI-IPSOS Global Survey. *Internet Security and Trust*. 2019. Part 3. *Social Media, Fake News and Algorithms*. 2019. URL: <https://www.cigionline.org/sites/default/files/documents/2019%20CIGI->

[Ipsos%20Global%20Survey%20-%20Part%203%20Social%20Media%20C%20Fake%20News%20%26%20Algorithms.pdf](#) (дата звернення 09.11.2024)

16. de Jong S., Sweijs Y., Kertysova K., Bos R. Inside the Kremlin's Hall of Mirrors. How Liberal Democracies can Counter Russian Disinformation and Societal Interference. The Hague Centre for Strategic Studies. 2017. URL: <https://hcss.nl/wp-content/uploads/2021/01/Inside-the-Kremlin-House-of-Mirrors-How-Liberal-Democracies-can-Counter-Russian-Disinformation-and-Societal-Interference.pdf> (дата звернення 08.11.2024)

17. Delgado R. Storytelling for Oppositionists and Others: A Plea for Narrative. Michigan Law Review, 1989. 87(8). 2411–2441.

18. Dretske F. I. Knowledge and the Flow of Information. Stanford, CA: MIT Press. 1981.

19. Dumlupınar N., Erol M.S. The final state of war: hybrid war. Uluslararası Kriz ve Siyaset Araştırmaları Dergisi. 2020. 4(2). 156–158.

20. EU Disinfo Lab. The role of “media” in producing and spreading disinformation campaigns. 2021. URL: <https://www.disinfo.eu/publications/the-role-of-media-in-producing-and-spreading-disinformation-campaigns/> (дата звернення 18.11.2024)

21. Evan Gershkovich. Committee to Protect Journalists. URL: <https://cpj.org/data/people/evan-gershkovich/> (дата звернення 28.11.2024)

22. Ewick P., Silbey S. S. Subversive Stories and Hegemonic Tales: Toward a Sociology of Narrative. Law & Society Review, 1995. 29(2). 197–226.

23. Fact vs. Fiction: Russian Disinformation on Ukraine. U.S. Department of State. Office of the Spokesperson. January, 2022. URL: <https://www.state.gov/fact-vs-fiction-russian-disinformation-on-ukraine/> (дата звернення 18.11.2024)

24. Fallis D. A Conceptual Analysis of Disinformation. Proceedings of iConference . 2009. 1–15.

25. Farkas J., Schou J., Neumayer, C. Platformed antagonism: Racist discourses on Facebook in Denmark. *Social Media + Society*, 2020. 6(1). 1-11.
26. Ferrara E., et al. The Rise of Social Bots. *Communications of the ACM*, 2020. 59(7). 96-104.
27. Flaxman S., Goel S., Rao J. M. Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, 2016. 80(S1). 298-320.
28. Foucault M. *The Archaeology of Knowledge*. Pantheon Books. 1972.
29. Fox C.J. *Information and Misinformation: An Investigation of the Notions of Information, Misinformation, Informing, and Misinforming*. Greenwood Publishing Group. 1983.
30. François, C. *Actors, Behaviors, Content: A Disinformation ABC Framework*. Transatlantic Working Group. 2019. 1–15.
31. Fredheim R., Stolze M. Robotrolling, 2022/1. NATO StratCom Centre of Excellence. URL: <https://stratcomcoe.org/publications/robotrolling-20221/243> (дата звернення 18.11.2024)
32. Freedman L. *Ukraine and the Art of Strategy* New York, NY: Oxford University Press, 2019.
33. Freedman L. *The Future of War: A History*. Penguin. 2017.
34. Freedom in the world. Russia. Freedom House. 2024. URL: <https://freedomhouse.org/country/russia/freedom-world/2024> (дата звернення 18.11.2024)
35. Freedom of press index. Reporters without borders. URL: <https://rsf.org/en/index>
36. Garimella K., Eckles D. Images and misinformation in political groups: Evidence from WhatsApp in India. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*. 2020. 4(CSCW). 1-20.
37. Giles K. *Russia and Eurasia Programme Russia's 'New' Tools for Confronting the West Continuity and Innovation in Moscow's Exercise of Power*.

Chatham House. 2016. URL: <https://www.chathamhouse.org/sites/default/files/publications/2016-03-russia-new-tools-giles.pdf> (дата звернення 09.11.2024)

38. Giroux H. A. Theory and Resistance in Education: A Pedagogy for the Opposition. Bergin & Garvey. 2001.

39. Global Disinformation Index Defining and Detecting Disinformation: The Adversarial Narrative Conflict. GDI Report. 2021.

40. Gunneriusson H. Hybrid warfare & theory. Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes. 2021. 19. 15-37. 10.7195/ri14.v19i1.1608.

41. Hoffman F. G. Hybrid warfare and challenges. Joint Force Quarterly. Washington, DC. 2009. Vol.52. 34–48

42. Howard P. N., Ganesh B., Bradshaw S. The global disinformation order. Oxford Internet Institute. 2018.

43. Janda J. The Lisa Case. STRATCOM Lessons for European states. Security Policy Working Paper, No. 11/2016. URL: [https://www.baks.bund.de/sites/baks010/files/working\\_paper\\_2016\\_11.pdf](https://www.baks.bund.de/sites/baks010/files/working_paper_2016_11.pdf) (дата звернення 09.11.2024)

44. Karlova N., Fisher K. A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. Information Research. 2013. 18(1). 1–17.

45. Key narratives in pro-Kremlin disinformation: Nazis. EUvsDisinfo. September 20, 2022. URL: <https://euvsdisinfo.eu/key-narratives-in-pro-kremlin-disinformation-nazis/> (дата звернення 09.12.2024)

46. King G., Pan J., Roberts M.E. How the Chinese Government Fabricates Social Media Posts for Strategic Distraction, not Engaged Argument. American Political Science Review, 2017. 111, 3, Pp. 484-501. [Publisher's Version](#) Copy at <https://tinyurl.com/ycvo9zog>

47. Krainikova T., Prokopenko S. Waves of Disinformation in the Hybrid Russian-Ukrainian War. *Current Issues of Mass Communication*. 2023. (33). 12-25. <https://doi.org/10.17721/CIMC.2023.33.12-25>

48. Kremlin-Funded Media: RT and Sputnik's Role in Russia's Disinformation and Propaganda Ecosystem. GEC Special Report. U.S. Department of State. Global Engagement Center. 2022. URL: [https://www.state.gov/wp-content/uploads/2022/01/Kremlin-Funded-Media\\_January\\_update-19.pdf](https://www.state.gov/wp-content/uploads/2022/01/Kremlin-Funded-Media_January_update-19.pdf) (дата звернення 18.11.2024)

49. Lazer D. M. J., Baum M. A., Grinberg N., Friedland L., Joseph K., Hobbs W., Mattsson C. The science of fake news. *Science*, 2018. 359(6380). 1094–1096.

50. Lecheler S., Egelhofer J. (2022). Disinformation, Misinformation, and Fake News. 10.4324/9781003111474-4.

51. Matthes, J., Corbu, N., Jin, S., Theocharis, Y., Schemer, C., van Aelst P., Zoizner A. Perceived prevalence of misinformation fuels worries about COVID-19: a cross-country, multi-method investigation. *Information, Communication & Society*. 2022. 26(16). 3133–3156. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2022.2146983>

52. Möller J., Hameleers M., Ferreau F. Types of disinformation and misinformation Various types of disinformation and their dissemination from a communication science and legal perspective. A report commissioned by the Committee Chairperson Conference (Gremienvorsitzendenkonferenz; GVK) of the German Media Authorities. URL: [https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user\\_upload/die\\_medienanstalten/Service/Studien\\_und\\_Gutachten/GVK\\_Summary\\_EN\\_final\\_web.pdf](https://www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/die_medienanstalten/Service/Studien_und_Gutachten/GVK_Summary_EN_final_web.pdf) (дата звернення 18.11.2024)

53. Munn L. Propaganda pipelines: How Telegram fosters disinformation in geopolitical conflicts. *Digital War*. 2023. 4(2). 98-117.

54. NATO StratCom COE (2020). Handbook of Russian Information Warfare. Riga: NATO Strategic Communications Centre of Excellence. [https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/resources/docs/NDC%20fm\\_9.pdf](https://css.ethz.ch/content/dam/ethz/special-interest/gess/cis/center-for-securities-studies/resources/docs/NDC%20fm_9.pdf)

55. Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Nielsen, R. K.. Reuters Institute Digital News Report 2023. Reuters Institute for the Study of Journalism. 2023.

56. Nilsson N., Weissmann, M., Palmertz B., Thunholm P., Häggström H. Security challenges in the grey zone : Hybrid threats and hybrid warfare. In Hybrid Warfare : Security and Asymmetric Conflict in International Relations. 2021. pp. 1–18. <https://doi.org/10.5040/9781788317795.0005>

57. Nye J. S., Goldsmith J. L. The Future of Power. Bulletin of the American Academy of Arts and Sciences. 2011. 64(3). 45–52. <http://www.jstor.org/stable/41149419> (дата звернення 18.11.2024)

58. Office of the Spokesperson United States Department of State. (2022) Fact vs. fiction: Russian disinformation on Ukraine. Washington, D.C.: United States Department of State. URL: <https://www.state.gov/fact-vs-fiction-russian-disinformation-on-ukraine/> (дата звернення 18.11.2024)

59. Online Nation 2023 Report. Ofcom. 2023. URL: <https://www.ofcom.org.uk/siteassets/resources/documents/research-and-data/online-research/online-nation/2023/online-nation-2023-report.pdf?v=368355> (дата звернення 18.11.2024)

60. openDemocracy. Exclusive: Influential UK net-zero sceptics funded by US oil ‘dark money’. 2022. URL: <https://www.opendemocracy.net/en/dark-money-investigations/global-warming-policy-foundation-net-zero-watch-koch-brothers/> (дата звернення 18.11.2024)

61. Oxford Internet Institute. Social media manipulation by political actors an industrial scale problem. University of Oxford. 2021. URL:

<https://www.ox.ac.uk/news/2021-01-13-social-media-manipulation-political-actors-industrial-scale-problem-oxford-report> (дата звернення 09.11.2024)

62. Pamment J. The EU's Role in Fighting Disinformation: Taking Back the Initiative. European Union Institute for Security Studies. 2020. 1–10.

63. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You. Penguin Press. 2011.

64. Patin K. Russia used a two-year-old video and an ‘alternative’ Swedish group to discredit reports of Syria gas attack. 2 May 2017. URL: <https://www.codastory.com/armed-conflict/a-swedish-alternative-ngo-disputes-a-video-of-syrian-carnage-and-a-russian-fake-news-meme-is-born/> (дата звернення 09.11.2024)

65. Polletta, F. It Was Like a Fever: Storytelling in Protest and Politics. University of Chicago Press. 2006.

66. Pomerantsev P., Weiss M. The Menace of Unreality: How the Kremlin Weaponizes Information, Culture and Money. A Special Report presented by The Interpreter, a project of the Institute of Modern Russia. 2014. URL: [https://imrussia.org/media/pdf/Research/Michael\\_Weiss\\_and\\_Peter\\_Pomerantsev\\_The\\_Menace\\_of\\_Unreality.pdf](https://imrussia.org/media/pdf/Research/Michael_Weiss_and_Peter_Pomerantsev_The_Menace_of_Unreality.pdf) (дата звернення 09.11.2024)

67. Qureshi W.A. The rise of hybrid warfare. Notre Dame Journal of International & Comparative Law. 2020. 10(2). 173–205.

68. Resende G., Melo P., Sousa H., Messias J., Vasconcelos M., Almeida J., Benevenuto F. Analyzing misinformation in WhatsApp. Proceedings of the 10th ACM Conference on Web Science. 2021. 25-234.

69. Roozenbeek, J., Van der Linden S. Fake news game confers psychological resistance against online misinformation. Palgrave Communications, 2019. 5, 65.

70. Russia-Ukraine Disinformation Tracking Center: 645 Websites Spreading War Disinformation And The Top Myths They Publish. URL:

<https://www.newsguardtech.com/special-reports/russian-disinformation-tracking-center/> (дата звернення 09.11.2024)

71. Schafer B., Benzoni P., Koronska K., Rogers R. Reyes K. The Russian Propaganda Nesting Doll. How RT is Layered Into the Digital Information Environment. 2024. URL: <https://securingdemocracy.gmfus.org/wp-content/uploads/2024/05/Laundromat-Paper.pdf> (дата звернення 14.11.2024)

72. Stukal D., Sanovich S., Bonneau R., Tucker J. Detecting Bots on Russian Political Twitter. Big Data, 2017. 5(4). <https://doi.org/10.1089/big.2017.0038> (дата звернення 07.12.2024)

73. Sunstein C. R. #Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media. NED-New edition. Princeton University Press, 2018. <https://doi.org/10.2307/j.ctv8xnhtd>. (дата звернення 09.11.2024)

74. The Reality of fake news in Kenya. GeoPol. Portland. URL: <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/325431/The-Reality-of-Fake-News-in-Kenya%20-%20FINAL.pdf?t=1517295892274> (дата звернення 09.11.2024)

75. Theocharis Y., Cardenal A., Jin S., Aalberg T., Hopmann D. N., Strömbäck J., Castro L., Esser F., Van Aelst P., de Vreese C., Corbu N., Koc-Michalska K., Matthes J., Schemer C., Sheafer T., Splendore S., Stanyer J., Stępińska A., Štětka V. Does the platform matter? Social media and COVID-19 conspiracy theory beliefs in 17 countries. New Media & Society. 2023. 25(12), 3412-3437. <https://doi.org/10.1177/14614448211045666>

76. Toff B. et al. Depth and breadth: How news organisations navigate trade-offs around building trust in news. Reuters Institute for the Study of Journalism. 2021. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/depth-and-breadth-how-news-organisations-navigate-trade-offs-around-building-trust-news> (дата звернення 07.12.2024)

77. UNESCO. Journalism, Fake News & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training. 2018. 128 p.

78. Vosoughi S., Roy D., Aral, S. The Spread of True and False News Online. Science, 2018. 359(6380), 1146-1151. DOI:10.1126/science.aap9559

79. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking. Council of Europe. 2017. <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666> (дата звернення 18.11.2024)

### **Публіцистичні матеріали**

80. ‘No winners in nuclear war’ – Lavrov. RT. 25 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/russia/609952-no-winners-nuclear-war-lavrov/> (дата звернення 31.12.2024)

81. Birnbaum M. Russia’s Putin signs law extending Kremlin’s grip over media, Washington Post, 15 October 2014, [https://www.washingtonpost.com/world/europe/russias-putin-signs-law-extending-kremlins-grip-over-media/2014/10/15/6d9e8b2c-546b-11e4-809b-8cc0a295c773\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/world/europe/russias-putin-signs-law-extending-kremlins-grip-over-media/2014/10/15/6d9e8b2c-546b-11e4-809b-8cc0a295c773_story.html) (дата звернення 18.11.2024)

82. Frenkel S. The Most Influential Spreader of Coronavirus Misinformation Online. The New York Times. 2021. URL: <https://www.nytimes.com/2021/07/24/technology/joseph-mercola-coronavirus-misinformation-online.html> (дата звернення 12.12.2024)

83. Germany’s Scholz poses with neo-Nazi-linked Ukrainian soldier (PHOTO). RT. 5 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/news/608779-germany-scholz-ukraine-nazi-fighter/> (дата звернення 12.12.2024)

84. How to Hack an Election. Robertson J., Riley M. Willis A. Bloomberg Businessweek. March 31, 2016. URL: <https://www.bloomberg.com/features/2016-how-to-hack-an-election/> (дата звернення 28.11.2024)

85. Kiev increasingly sees conflict ending in 2025 – WaPo. 23 Dec, 2024. RT. URL: <https://www.rt.com/russia/609826-ukraine-peace-talks-2025/> (дата звернення 28.12.2024)

86. Kiev's troops admit morale low. WaPo. RT. 28 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/news/610113-ukraine-troops-morale-trump/> (дата звернення 31.12.2024)

87. Kiran S. India grapples with growth of fake news shared on WhatsApp. February 12, 2017. URL: <https://www.ft.com/content/64fdb23e-badc-11e6-8b45-b8b81dd5d080> (дата звернення 28.11.2024)

88. Kofman M., Rojansky M. A closer look at Russia's "hybrid war". Kennan Cable 7. 2015. URL: <https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/media/documents/publication/7-KENNAN%20CABLE-ROJANSKY%20KOFMAN.pdf> (дата звернення 28.11.2024)

89. Moscow accuses Kiev of using white phosphorous. RT. 18 Dec, 2024. <https://www.rt.com/russia/609556-ukraine-white-phosphorous-use/> (дата звернення 24.12.2024)

90. No grounds for ending Ukraine conflict – Kremlin. RT. 30 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/russia/610187-ukraine-peace-kremlin-peskov/> (дата звернення 30.12.2024)

91. Qtiesh A. Spam Bots Flooding Twitter to Drown Info About #Syria Protests. Advox. GLobal voices. 18 April 2011. <https://advox.globalvoices.org/2011/04/18/spam-bots-flooding-twitter-to-drown-info-about-syria-protests/> (дата звернення 09.12.2024)

92. Russia isn't fighting the Ukrainian people – Putin. RT. 16 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/russia/609435-putin-kiev-crimes-ukrainians/> (дата звернення 18.12.2024)

93. Schmid F. Intelligence report: numerous neo-nazis are fighting for Russia in Ukraine. Der Spiegel. 2022. URL: <https://www.der Spiegel.com>

[www.spiegel.de/politik/deutschland/ukraine-krieg-organisier-te-neonazi-gruppen-kaempfen-fuer-russland-geheimdienstbericht-a-f1632333-6801-47b3-99b9-650d85a51a52](http://www.spiegel.de/politik/deutschland/ukraine-krieg-organisier-te-neonazi-gruppen-kaempfen-fuer-russland-geheimdienstbericht-a-f1632333-6801-47b3-99b9-650d85a51a52) (дата звернення 12.12.2024)

94. South Korea spy agency admits trying to rig 2012 presidential election. 2017. <https://www.theguardian.com/world/2017/aug/04/south-koreas-spy-agency-admits-trying-rig-election-national-intelligence-service-2012> (дата звернення 28.11.2024)

95. The bear marches westwards: How Russia's gains reshaped the Ukraine conflict in 2024. 30 Dec, 2024. RT. URL: <https://www.rt.com/russia/610124-bear-marches-westwards/> (дата звернення 31.12.2024)

96. Two more Donbass villages liberated – Russian MOD (VIDEO). RT. 30 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/russia/610206-two-donbass-villages-liberated-russia/> (дата звернення 31.12.2024)

97. Ukraine conflict is a proxy war waged by the West – Ethiopian MP. RT. 20 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/russia/609702-ukraine-conflict-proxy-war/> (дата звернення 28.12.2024)

98. Ukraine taking huge losses in Kursk – Moscow. 23 Dec, 2024. RT. URL: <https://www.rt.com/russia/609828-russia-destroys-abrams-kursk/> (дата звернення 28.12.2024)

99. Ukraine will have to trade land for peace – EU state's president. RT. 15 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/russia/609403-pellegrini-slovakia-ukraine-land/> (дата звернення 18.12.2024)

100. Weng'an riots, push-up protests, fifty-cent party, astroturf...head spinning yet? July 14, 2008. <https://rconversation.blogs.com/rconversation/2008/07/wengan-riots-pu.html> (дата звернення 28.11.2024)

101. West ‘must’ send Ukraine more – Zelensky. RT. 27 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/russia/610093-zelensky-west-must-aid-ukraine/> (дата звернення 31.12.2024)

102. Zelensky appoints ‘F-word’ diplomat as UN envoy. RT. 1 Dec, 2024. URL: <https://www.rt.com/news/609733-zelensky-ukraine-un-melnik/> (дата звернення 12.12.2024)

## Основні нарративи RT в контексті війни росії проти України та запропоновані контрнарративи й стратегії їх просування

Суть нарративу	Ключова теза	Мета	Контрнарративи	Стратегія
«Україна — інструмент Заходу / маріонеткова держава»	Україна зображується як залежна держава, що виконує виключно розпорядження США й НАТО	Позбавити Україну суб'єктності, сформувавши уявлення, що її влада та суспільство не мають власних інтересів і діють тільки за вказівками «іноземних кураторів».	Україна — незалежна держава з багатовіковою історією боротьби за суверенітет.  Підтримка Заходу — це партнерство, а не залежність.  Україна — член глобальної антипутінської коаліції, а не інструмент.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Наголошувати на реальній історії та мотивах України.</li> <li>- Підкреслювати, що прагнення України до європейської інтеграції та її оборона від російської агресії базуються на багаторічній історії боротьби за незалежність і на запиті суспільства на демократичний розвиток.</li> <li>- Наводити факти реальних політичних процесів, які розпочалися завдяки до активної військової підтримки з боку Заходу.</li> <li>- Демонструвати роль українського громадянського суспільства.</li> <li>- Показувати, що волонтерський рух, громадські ініціативи та активна участь суспільства в обороні є свідченням власної суб'єктності України.</li> <li>- Посилатися на реальні проекти та історії успіху, коли зміни в Україні відбувалися «знизу», без примусу зовнішніх сил.</li> <li>- Використовувати достовірні дані та авторитетні джерела.</li> <li>- Публікувати аналітичні дані про структуру допомоги від міжнародних партнерів і механізми контролю за її використанням (наприклад, звіти ЄС, Світового банку тощо).</li> <li>- Пояснювати, що допомога від Заходу — це відповідь на російську агресію, а не «геополітична авантюра».</li> </ul>
«росія не несе відповідальності за війну»	росія позиціонується як держава, змушена захищати «свої інтереси» у зв'язку з «агресією Заходу» і	Зняти з росії міжнародну відповідальність за порушення норм	росія порушила міжнародне право, розпочавши агресію проти України.  росія ініціювала війну, поширюючи дезінформацію та маніпуляції.	<p style="text-align: center;">Фокус на фактах і міжнародно-правових документах.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Послідовно нагадувати про юридичні аспекти: Будапештський меморандум, статuti ООН,</li> </ul>

	«провокаційною поведінкою» України. Відбувається перекладання провини за ескалацію конфлікту на США, НАТО чи «колективний Захід»	міжнародного права й підписаних договорів. Відволікти увагу від конкретних фактів про російські воєнні злочини та руйнування.	Міжнародні санкції доводять відповідальність росії.	міжнародні рішення (резолуції Генасамблеї ООН) щодо визнання рф агресором. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Залучати міжнародні звіти правозахисних організацій (Human Rights Watch, Amnesty International), які фіксували порушення з боку рф.</li> <li>- Підкреслювати ініціативи України та її партнерів щодо деескалації.</li> <li>- Наголошувати на реальних дипломатичних кроках (Мінські домовленості, Формула миру від Президента України тощо), які росія порушувала або ігнорувала.</li> <li>- Пояснювати, що вся зовнішня допомога Україні має оборонний характер, а не є «провокацією».</li> <li>- Використовувати голоси міжнародної спільноти.</li> <li>- Демонструвати пряму реакцію лідерів ЄС, G7, ООН, які чітко називають рф стороною-агресором.</li> <li>- Поширювати офіційні заяви та резолюції, де прописано, хто саме несе відповідальність за розв'язання війни.</li> </ul>
«Україна програє війну»	Постійні наголоси на нібито великих втратах ЗСУ, низькому моральному дусі військових, проблемах логістики. Подача будь-яких складнощів чи тимчасових відступів як «тотальну поразку України». Створення ілюзії швидкого, невідворотного програшу.	Деморалізувати українське суспільство та військових, зменшити міжнародну підтримку України (мовляв, «сенсу допомагати немає»).	Україна продовжує ефективно обороняти свої території та звільняти окуповані землі.  Міжнародна підтримка України лише зростає.  Українська армія залишається високомотивованою.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Реалістична, але позитивна комунікація військових успіхів та втрат.</li> <li>- Оприлюднювати офіційну, перевірену інформацію Генштабу ЗСУ про події на фронті.</li> <li>- Розповідати історії успіху: звільнення окупованих територій, ефект виву роботу новітніх систем ППО тощо.</li> <li>- Показ фактів про збереження боєздатності та єдності суспільства.</li> <li>- Системно висвітлювати працю волонтерів, медичних служб, роботу з відбудови деокупованих регіонів.</li> <li>- Підкреслювати, що незважаючи на складнощі, Україна успішно веде оборону проти набагато більшого за ресурсами агресора.</li> <li>- Залучення військових експертів і аналітиків.</li> <li>- Надавати слово незалежним військовим експертам (з визнаних міжнародних think-tanks) для оцінки ситуації на фронті без перебільшень і паніки.</li> <li>- Пояснювати стратегію і тактику ЗСУ, щоб аудиторія розуміла сутність військових дій, а не «купувалася» на інформаційні вкиди про розгром.</li> </ul>

Україна не хоче миру	Твердження, що українська влада нібито відмовляється від будь-яких можливостей дипломатичного врегулювання та навмисно продовжує бойові дії. Звинувачення України в «ескалації» замість пошуку миру.	Переконати міжнародну аудиторію у відмові Києва від дипломатії, виправдати агресивні дії росії. Створити образ України як «агресора», що погіршує конфлікт.	Україна завжди виступала за мир, але на справедливих умовах.  росія використовує мирну риторику як прикриття для агресії.  Україна захищається, а не розпочинає нові бойові дії.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Показувати реальні дипломатичні ініціативи та «червоні лінії» міжнародного права.</li> <li>- Документально підтверджувати, що Україна послідовно вимагає від РФ припинити бойові дії, вивести війська, повернутися до міжнародно визнаних кордонів.</li> <li>- Нагадувати про Формулу миру, запропоновану Україною (як приклад конкретного плану врегулювання).</li> <li>- Аргументувати чому не можна йти на капітуляцію.</li> <li>- Пояснювати, що «мир» без справедливості й відновлення територіальної цілісності фактично узаконює агресію та злочини.</li> <li>- Апелювати до міжнародно-правових принципів: непорушності кордонів, права на самооборону.</li> <li>- Використовувати дипломатичні меседжі та контакти.</li> <li>- Публікувати інформацію про міжнародні зустрічі, заяви лідерів ЄС, НАТО, ООН, в яких підтверджено підтримку України саме як захисника власної незалежності.</li> <li>- Розкривати механізми переговорних процесів, які РФ сама зриває чи ігнорує</li> </ul>
Захід підтримує мирні переговори	Твердження, що певні західні лідери чи країни підтримують мирні переговори з росією. Це робиться, щоб показати розкол у західній коаліції підтримки України, просувати ідею, що «мир» можливий лише шляхом поступок з боку України, створити ілюзію, що позиція України є радикальною та неприйнятною навіть для її партнерів.	пропаганди. Зменшити міжнародну підтримку України, особливо військову й фінансову. Стимулювати сумніви в єдності західних країн, представляючи їх як тих, хто прагне «швидкого миру» за рахунок України. Деморалізувати українське	Захід підтримує мир, але не за рахунок територіальних поступок.  Мирні переговори можливі лише після припинення російської агресії.  Європа та США підтримують Україну, а не компроміси з агресором.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Пояснювати реальні позиції західних лідерів і їхній контекст.</li> <li>- Викривати вирвані з контексту цитати та показувати повні тексти заяв.</li> <li>- Наголошувати, що проросійські погляди окремих політиків чи партій (як-от Орбана чи Фіцо) не є загальноприйнятими в ЄС чи НАТО.</li> <li>- Публікувати офіційні документи й рішення західних країн щодо надання допомоги Україні (зброя, фінанси, гуманітарна підтримка).</li> <li>- Роз'яснювати через аналітиків, що позиція Заходу базується на довгостроковій стратегії підтримки України, а не на бажанні швидкого «миру» будь-якою ціною.</li> <li>- Приділяти увагу заявам ключових західних лідерів (наприклад, Джо Байдена, Урсули фон дер Ляєн), які чітко підтримують Україну.</li> </ul>

		суспільство, формуючи враження, що навіть союзники підтримують компроміси.		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Пояснювати принципи міжнародного права.</li> <li>- Розкривати, що мир, заснований на поступках агресору, суперечить міжнародному праву та прецедентам у сучасній історії.</li> <li>- Демонструвати наслідки «умиротворення агресора» (наприклад, Мюнхенська угода 1938 року).</li> <li>- Формувати чітке уявлення про Формулу миру України.</li> <li>- Протиставляти цю Формулу ідеї «псевдомиру», який пропагує рф.</li> <li>- Пояснювати, що допомога Україні — це захист глобальної безпеки, демократії та принципів міжнародного права.</li> <li>- Підкреслювати, що західна підтримка не тільки допомагає Україні, але й запобігає подальшій агресії з боку росії в інших регіонах.</li> <li>-</li> </ul>
«Україна — нацистська держава»	В Україні нібито при владі «неонацисти». Будь-які прояви українського націоналізму чи патріотизму російська пропаганда інтерпретує як «нацистські» або «ультраправі». Спроби переконати внутрішню й зовнішню аудиторію, що існує «серйозна загроза», і рф «змушена» її ліквідувати.	Дегуманізувати українців та виправдати військову агресію. Зруйнувати позитивний образ України на міжнародній арені, порівнюючи її з нацистським режимом часів Другої світової війни.	<p>Україна — багатонаціональна держава, яка відкидає будь-які форми екстремізму.</p> <p>Звинувачення у «нацизмі» — це елемент російської пропаганди.</p> <p>Міжнародні організації підтверджують, що Україна дотримується демократичних принципів.</p> <p>росія сама співпрацює з ультраправими рухами.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Факти про політичний спектр в Україні та рівень підтримки ультраправих.</li> <li>- Показувати реальні результати виборів: ультраправі партії в Україні мають мінімальну підтримку.</li> <li>- Опубліковувати міжнародні дослідження про низький рівень ксенофобії в українському суспільстві.</li> <li>- Відкриті дані про толерантність в Україні.</li> <li>- Підкреслювати кількість міжнародних гуманітарних організацій, відсутність державних переслідувань за етнічною чи релігійною ознакою.</li> <li>- Наголошувати, що представники різних етнічних і релігійних груп входять до ЗСУ та займають керівні посади.</li> <li>- Викриття маніпуляцій історичним контекстом.</li> <li>- Роз'яснювати справжню роль українського визвольного руху у ХХ столітті, пояснювати складність історичних подій (наприклад, робота з архівами, історичні дослідження).</li> <li>- Наголошувати на факті, що саме росія часто толерує ультраправі рухи на власній території.</li> </ul>