

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 БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

**Касьянкової Ангеліни Василівни**

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

на тему **Роль масмедіа у формуванні громадської думки щодо війни, розв'язаної Російською Федерацією проти України**

*(повна назва теми)*

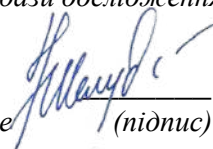
за матеріалами

*(повна назва бази дослідження)*

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» червня 2025 р. № 12

Завідувач кафедри

*(підпис)*

**д.е.н., доцент** І.

**МАКСИМОВА**

*Наук. ступінь, вчене звання*

*Ініціал, ПРІЗВИЩЕ*

Кривий Ріг 2025

**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»**

Завідувач  
кафедри

І. МАКСИМОВА

(підпис)

(Ініціал, ПРІЗВИЩЕ)

**«16» червня 2025 року**

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ**

**Касьянкової Ангеліни Василівни**

1. Тема роботи **Роль масмедіа у формуванні громадської думки щодо війни, розв'язаної Російською Федерацією проти України**

Керівник роботи Шелудякова Наталія Андріївна, к.і.н.

затверджено наказом закладу вищої освіти від «04» квітня 2025 р. № 236-ст

2. Строк подання здобувачем роботи до «16» червня 2025 р.

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

**Розділ 1. Теоретико-методичні основи дослідження ролі масмедіа у формуванні громадської думки в умовах війни**

**Розділ 2. Сучасний стан досліджуваногоявища:  
війна Росії проти України та роль медіа у її висвітлення**

**Розділ 3. Дослідницько-аналітичний підхід до інформаційно-комунікаційного впливу масмедіа на громадську думку в контексті війни Росії проти України**

Об'єкт дослідження: громадська думка як соціально-комунікаційний феномен в умовах війни.

3

Предмет дослідження: роль і механізми впливу масмедіа на формування громадської думки щодо війни, розв'язаної Росією проти України

Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи: проаналізувати специфіку функціонування масмедіа в умовах війни та визначити особливості їхнього впливу на формування громадської думки в Україні й за її межами

5. Дата видачі завдання «04» квітня 2025 р.

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної магістерської роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка керівника про виконання етапів (дата, підпис)
1	Підготовка розділу 1	14.04.2025 р.	28.04.2025 р.
2	Підготовка розділу 2	12.05.2025 р.	12.05.2025 р.
3.	Підготовка розділу 3	21.05.2025 р.	02.06.2025 р.
4	Перевірка кваліфікаційної бакалаврської роботи на наявність ознак академічного плагіату за допомогою програм UNICHECK / StrikePlagiarism	до 04.06.2025 р.	04.06.2025 р.
5	Отримання відгуку від наукового керівника	до 16.06.2025 р.	16.06.2025 р.
6	Подання кваліфікаційної роботи на перегляд завідувачу кафедри	до 16.06.2025 р.	16.06.2025 р.
7	Реєстрація завершеної кваліфікаційної роботи	16.06.2025 р.	Реєстраційний № ____ «16» червня 2025 р.
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи на кафедрі	16.06.2025 р.	16.06.2025 р.
9	Підготовка до захисту в ЕК	до 18.06.2025 р.	до 18.06.2025 р.

Завдання підготував науковий керівник



Н. ШЕЛУДЯКОВА  
(прізвище та ініціали)

Завдання одержав



(підпис)

А. КАСЬЯНОВА  
(прізвище та ініціали)

**Декларація**  
**про дотримання академічної доброчесності під час написання**  
**кваліфікаційної магістерської роботи**  
**здобувачем вищої освіти**  
**Державного університету економіки і технологій**

Я, Касьянова Ангеліна Василівна, студентка 4 курсу, групи МВС-21 Державного університету економіки і технологій розумію і підтримую політику закладу із академічної доброчесності. Я не надавала і не одержувала заборонену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

16.06.2025 р.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Kasianova', is written over a light blue grid background.

А. КАСЬЯНОВА

## АНОТАЦІЯ

Касьянова Ангеліна Василівна. Роль масмедіа у формуванні громадської думки щодо війни, розв'язаної російською федерацією проти України. – Рукопис.

Кваліфікаційна бакалаврська робота. Спеціальність 291 — Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії. Державний університет економіки та технологій. Кривий Ріг, 2025.

У роботі досліджено роль масових медіа у формуванні суспільної думки в умовах війни, розв'язаної Росією проти України. Розглянуто основні теоретичні підходи до вивчення громадської думки як соціального феномену, визначено ключові медіаінструменти впливу. Проаналізовано динаміку інформаційного простору, зокрема діяльність українських, іноземних і проросійських ЗМІ, а також значення соціальних мереж у поширенні як достовірної, так і маніпулятивної інформації. Проведено власне дослідження на основі контент-аналізу, зроблено висновки щодо характеру та ефективності медіавпливу в умовах воєнного конфлікту.

**Ключові слова:** громадська думка, масмедіа, війна, інформаційна політика, пропаганда, фейкові новини, соціальні мережі, дезінформація, контент-аналіз, медіавплив

## ЗМІСТ

<b>ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ .....</b>	<b>8</b>
<b>ВСТУП .....</b>	<b>9</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МАСМЕДІА У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УМОВАХ ВІЙНИ.....</b>	<b>13</b>
1.1. Сутність і специфіка громадської думки як соціального феномену .....	13
1.2. Масмедіа як інструмент впливу на суспільну свідомість .....	15
1.3. Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів .....	19
1.4. Класифікація типів медіа-впливу: інформаційна війна, пропаганда, фейкові новини.....	25
1.5. Методологічні підходи до вивчення впливу масмедіа на громадську думку в міжнародних дослідженнях .....	29
Висновки до розділу 1 .....	32
<b>РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ДОСЛІДЖУВАНОВОГО ЯВИЩА: ВІЙНА РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ ТА РОЛЬ МЕДІА У ЇЇ ВИСВІТЛЕННІ.....</b>	<b>33</b>
2.1. Інформаційний вимір російсько-української війни.....	33
2.2. Характеристика російської пропагандистської моделі у висвітленні війни....	35
2.3. Діяльність українських та міжнародних медіа у формуванні спротиву агресії.....	39
2.4. Роль соціальних мереж у поширенні як достовірної інформації, так і dezінформації.....	44
2.5. Міжнародний досвід протидії інформаційним атакам та маніпуляціям у збройних конфліктах.....	49
Висновки до розділу 2 .....	54

### **РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДНИЦЬКО-АНАЛІТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ВПЛИВУ МАСМЕДІА НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ 56**

3.1. Методика дослідження: застосування контент-аналізу та виявлення.....	56
ключових наративів .....	56
3.2 Аналіз активності російських і проросійських акаунтів у соціальних мережах.....	58
3.3. Роль і ефективність українських медіа та комунікацій влади у протидії ворожій пропаганді .....	59
3.4 Вплив дезінформації на міжнародну громадську думку: порівняльний аналіз окремих країн .....	61
3.5 Висновки власного дослідження та пропозиції щодо підвищення інформаційної стійкості.....	67
Висновки до розділу 3 .....	81
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>87</b>

## **ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ**

ЄС – Європейський союз

ЗМІ – Засоби масової інформації

ЗСУ – Збройні сили України

НАТО – Організація Північноатлантичного договору

ОВА – Обласна військова адміністрація

РФ – Російська Федерація

США – Сполучені Штати Америки

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Сучасна війна ведеться не лише на полі бою, а й в інформаційному просторі. З початком повномасштабної агресії Російської Федерації проти України у 2022 році інформаційна складова війни набула безпрецедентного значення. Масові медіа стали ключовим інструментом впливу на громадську думку, формування суспільних настроїв, мобілізації населення та міжнародної підтримки. Водночас російська пропагандистська машина активно використовує дезінформаційні технології для підриву довіри, деморалізації українського суспільства й дестабілізації глобального інформаційного середовища.

Саме через масмедіа громадськість дізнається про перебіг подій, масштаби насильства, героїзм захисників та позицію міжнародної спільноти. При цьому інформаційне поле стає ареною боротьби за правду, вплив на емоції та консолідацію суспільства. У таких обставинах критично важливо вивчати механізми, за допомогою яких медіа впливають на громадську думку, а також виявляти ефективні способи протидії дезінформації та пропаганді.

Актуальність теми зумовлена не лише воєнним контекстом, а й тим, що саме громадська думка часто стає чинником, який впливає на політичні рішення, громадську мобілізацію та рівень соціального спротиву. Формування об'єктивної та зваженої позиції громадян щодо війни залежить від якості, достовірності й емоційного забарвлення інформації, яку вони споживають щоденно. У такій ситуації масмедіа виступають як каталізатор національної єдності або, навпаки, інструмент маніпуляції, якщо інформація викривлена або навмисно спотворена. Саме тому дослідження ролі масмедіа в умовах війни набуває виняткової ваги як для інформаційної безпеки держави, так і для підтримки демократичних цінностей та правди у суспільстві

**Мета роботи** – проаналізувати специфіку функціонування масмедіа в умовах війни та визначити особливості їхнього впливу на формування громадської думки в Україні й за її межами.

Для досягнення мети поставлено такі *завдання дослідження*:

- визначити сутність громадської думки як соціального явища;
- охарактеризувати роль масмедіа у формуванні суспільної свідомості;
- простежити еволюцію функцій масових медіа у воєнних конфліктах;
- класифікувати типи медіавпливу в умовах війни;
- проаналізувати основні методологічні підходи до вивчення впливу масмедіа;
- дослідити інформаційний вимір російсько-української війни; охарактеризувати російську пропагандистську модель;
- виявити специфіку діяльності українських та міжнародних медіа; розглянути роль соціальних мереж у поширенні інформації та дезінформації;
- запропонувати напрями посилення інформаційної стійкості.

**Об’єкт дослідження** – громадська думка як соціально-комунікаційний феномен в умовах війни.

**Предмет дослідження** – роль і механізми впливу масмедіа на формування громадської думки щодо війни, розв’язаної Росією проти України

**Методи досліджень.** Методологія дослідження ґрунтується на поєднанні кількісних, якісних і експертних методів: контент-аналіз, фрейм-аналіз, дискурсаналіз, соціологічне опитування, глибинні інтерв’ю, а також порівняльноаналітичні підходи.

Контент-аналіз використовувався для вивчення змісту публікацій у національних і міжнародних ЗМІ з метою визначення основних тематичних напрямів, тональності повідомлень, частоти згадування ключових подій і персон. Цей метод дозволив кількісно зафіксувати, як саме масмедіа висвітлюють воєнні дії, і виявити домінуючі наративи.

Фрейм-аналіз було застосовано для виявлення специфічних інтерпретацій подій у медіапросторі. За допомогою цього методу досліджено, як структурується подання новин, які контексти (рамки) підкреслюються, які замовчуються, та як це впливає на сприйняття подій аудиторією.

Дискурс-аналіз слугував для розкриття ідеологічних смислів та риторичних стратегій, що використовуються в повідомленнях ЗМІ. Його застосування дозволило проаналізувати стилі мовлення, метафори, емоційне навантаження текстів, що формують суспільні уявлення про війну та її учасників.

Соціологічне опитування використовувалося як кількісний метод для збору емпіричних даних про рівень довіри до медіа, джерела інформації, які використовують громадяни, а також їх ставлення до подій війни. Завдяки цьому методу вдалося виявити загальні тенденції у формуванні суспільної думки.

Глибинні інтерв'ю доповнили соціологічне опитування якісними оцінками. Вони дозволили краще зрозуміти, як окремі респонденти інтерпретують побачене і почуте в медіа, які емоції викликає інформаційний потік і яким чином формується особиста думка щодо війни.

Порівняльно-аналітичний підхід застосовувався для співставлення українського медіаполя з медіа в інших країнах. Це дозволило простежити, наскільки відрізняються підходи до подачі воєнної тематики, які меседжі домінують у різних культурах і як формуються міжнародні уявлення про події в Україні.

У процесі дослідження також враховувалися напрацювання українських та зарубіжних науковців, які вивчали роль медіа в умовах конфліктів. Зокрема, у своїх роботах тему масмедійного впливу на суспільну свідомість розкривали такі дослідники, як Ноам Хомський, Ганс Маттесон, а в українському контексті – Оксана Мороз, Ігор Куляс. Їх дослідження стали теоретичним підґрунтям для аналізу маніпулятивних технологій, дезінформаційних кампаній і трансформації публічної думки в період криз. Сучасні українські аналітичні центри, зокрема VoxUkraine, Детектор медіа, також регулярно публікують аналітику щодо функціонування ЗМІ в умовах війни, що стало важливим джерелом для цього дослідження.

Таким чином, обраний комплекс методів дозволив не лише зафіксувати інформаційні тенденції, а й виявити глибші причинно-наслідкові зв'язки між масовою комунікацією та суспільною свідомістю в умовах гібридної війни.

**Практичне значення.** Практичне значення роботи полягає у можливості застосування її результатів для підвищення рівня медіаграмотності, розробки державних стратегій інформаційної безпеки, а також у навчальному процесі підготовки фахівців з журналістики, соціології, міжнародних відносин.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ МАСМЕДІА У ФОРМУВАННІ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УМОВАХ ВІЙНИ

## 1.1. Сутність і специфіка громадської думки як соціального феномену

Громадська думка є складним соціальним феноменом, що відображає сукупність оцінних суджень, уявлень та ставлень соціальних груп до актуальних подій, процесів і явищ суспільного життя. Цей феномен виникає внаслідок взаємодії індивідуальних думок, які, об'єднуючись, формують колективне уявлення про певні соціальні реалії. Історично інтерес до громадської думки простежується ще з античних часів. Такі філософи, як Демократ, Платон та Арістотель, розглядали думки людей як важливий елемент суспільного життя. У Новий час Г. Гегель у своїй "Філософії права" надавав громадській думці значення як формі суспільної свідомості, що впливає на державні інститути. У ХХ столітті з'явилися соціологічні концепції громадської думки, які розглядали її як сукупність оціночних суджень, що виражають ставлення соціальних груп до подій, процесів, явищ навколишнього світу [1].

Громадська думка має складну структуру, яка включає такі компоненти:

- раціональні,
- емоційні,
- оціночно-ціннісні
- вольові

Раціональний компонент формується на основі знань та інформації про об'єкти суспільної уваги. Емоційний компонент відображає масові настрої та соціальні почуття, що виникають з приводу об'єкта громадської думки. Оціночно-

ціннісний компонент виражає систему цінностей та норм, які поділяються соціальною групою. Вольовий компонент пов'язаний з готовністю до дії на основі сформованих оцінок та ставлень.

Функції громадської думки включають:

- інформаційну: надання інформації про суб'єктивний світ людини, її ставлення до подій і явищ дійсності.
- нормативну або регулятивну: формування соціальних, політичних, культурних, моральних правил і норм у суспільстві, цінностей та їх установок.
- оціночну: формування ціннісного судження з якогось питання.
- експресивну: вплив на державні інститути влади та органи управління [2].

Соціологія громадської думки є спеціальною соціологічною теорією, яка вивчає сутність громадської думки, її структуру, функції, канали висловлювання, закономірності її функціонування в різноманітних сферах суспільного життя, політичній, економічній діяльності, соціальному управлінні. Ця наука аналізує процеси формування, функціонування, вираження та обліку громадської думки, а також її вплив на соціальні відносини та управлінські рішення.

Виникнення спеціалізованої науки, що вивчає громадську думку, пов'язують з працею німецького соціолога Ф. Тьонніса "Критика громадської думки" (1922), яка стала основою для подальших досліджень у цій галузі.

Громадська думка проходить через кілька стадій у своєму розвитку:

- зародження: виникає масовий інтерес до об'єкта думки, складаються приватні думки окремих індивідів про нього.
- формування: індивідуальні думки об'єднуються через міжособистісне спілкування, утворюючи спільну позицію групи.

- функціонування: громадська думка впливає на соціальні процеси, політичні рішення та суспільну поведінку.

Ці стадії відображають динамічний характер громадської думки та її здатність адаптуватися до змін у суспільстві.

У контексті різних підходів до розуміння громадської думки особливе місце посідає теорія публічної сфери Юргена Габермаса. Вона об'єднує елементи комунікативного, політичного й критичного підходів, пропонуючи бачення громадської думки як продукту відкритої, раціональної, інклюзивної дискусії в демократичному суспільстві. Габермас визначає публічну сферу як простір, у якому громадяни можуть брати участь у формуванні суспільних позицій через обговорення, незалежне від тиску з боку держави чи бізнесу. Громадська думка, за Габермасом, набуває легітимності лише тоді, коли вона формується у вільному, аргументованому діалозі [3]

Проте у сучасному інформаційному середовищі, на думку Габермаса, публічна сфера зазнає трансформації — вона фрагментується, комерціалізується, а критична рефлексія витісняється емоційними та маніпулятивними повідомленнями. Цей аспект теорії є особливо актуальним для аналізу інформаційної війни, в якій громадська думка стає ціллю не лише демократичного діалогу, а й інформаційної зброї. Саме тому концепт публічної сфери Габермаса дозволяє не лише пояснити механізми формування думки, але й оцінити рівень її автентичності, відкритості та стійкості до пропаганди [3]

## **1.2. Масмедіа як інструмент впливу на суспільну свідомість**

Масмедіа відіграють ключову роль у формуванні суспільної свідомості, впливаючи на сприйняття реальності, цінності та поведінкові моделі. Однією з провідних теорій, що пояснює цей вплив, є теорія встановлення порядку денного

(agenda-setting theory), запропонована Максом Маккомбсом і Дональдом Шоу. Згідно з цією теорією, масмедіа не лише інформують громадськість, але й визначають, на які теми слід звертати увагу, тим самим формуючи пріоритети суспільного обговорення. Вченими було доведено, що мас-медіа привертають увагу суспільства до певних проблем і роблять їх актуальними, хоча інколи вони є доволі далекими від реальних потреб аудиторії. На підтвердження цього наводилися дані досліджень, відповідно до яких громадська думка і зміст газет були практично ідентичні, тобто приділяли приблизно однакову увагу різноманітним проблемам. Можна зробити висновок, що ЗМІ здатні цілеспрямовано конструювати проблеми, міру їх важливості а отже, цілеспрямовано формувати громадську думку [4]

Також варто згадати модель пропаганди Едварда Хермана та Ноама Хомського, яка розглядає ЗМІ як інструмент, що обслуговує інтереси еліт, фільтруючи інформацію через призму власності, реклами та інших факторів, що впливають на зміст новин [5]

Ключові елементи:

### 1. Власність ЗМІ

Більшість великих медіа належать корпораціям або фінансуються через комерційну рекламу. Це означає, що вони підзвітні не глядачам, а власникам і рекламодавцям, які мають конкретні політичні й економічні інтереси.

### 2. Фінансування через рекламу

ЗМІ залежать від доходів від реклами, тому уникають контенту, який може відлякати бізнес або суперечити корпоративним інтересам. Це м'яко, але ефективно впливає на те, про що говорити можна, а про що — ні.

### 3. Джерела інформації

Медіа систематично покладаються на «офіційні джерела» — уряд, великі компанії, армію. Це створює залежність від односторонньої подачі інформації та обмежує журналістську незалежність.

#### 4. Флешбеки та кампанії дискредитації

Якщо якийсь ЗМІ чи журналіст відходять від «офіційної лінії», вони можуть зазнати атак, дискредитації, звинувачень у некомпетентності, тощо. Це виконує роль соціального тиску й самоцензури.

#### 5. Ідеологічний фільтр

Медіа часто об'єднуються в нав'язуванні образу "ворога" — ідеологічного або геополітичного. Це виправдовує певні дії влади, посилює страх і лояльність аудиторії.

Ця модель пропаганди надзвичайно актуальна в аналізі інформаційної політики в умовах війни, особливо — у випадку країн, де державна або олігархічна система контролює значну частину медіа. Наприклад, у Росії офіційні ЗМІ демонструють класичні механізми пропаганди: жорсткий контроль джерел, дискредитацію опонентів, централізацію наративів. Але й у демократичних країнах медіа не завжди залишаються нейтральними — економічні інтереси, політичні альянси та інформаційне середовище також формують викривлену або обмежену картину подій.

Модель Хермана і Хомського допомагає зрозуміти, чому громадська думка часто формується не на базі фактів, а на базі фільтрованих, узгоджених інтерпретацій, які вигідні впливовим особам. Саме тому критичне мислення, перевірка джерел і розуміння механізмів впливу — ключові інструменти в

сучасному

інформаційному

просторі.

Масмедіа впливають на суспільну свідомість через різноманітні механізми. Зокрема, вони формують уявлення про соціальні норми, цінності та поведінкові моделі. Згідно з теорією культивування, тривале споживання медіаконтенту може призвести до формування у глядачів сприйняття реальності, яке відповідає медіаобразам, а не дійсності [6]

У сучасному інформаційному суспільстві критичне мислення виступає ключовою компетенцією, необхідною для ефективної навігації в умовах інформаційного перенасичення та поширення дезінформації. Здатність аналізувати, оцінювати та інтерпретувати інформацію стає вирішальною для прийняття обґрунтованих рішень та захисту від маніпуляцій.

Згідно з дослідженням, опублікованим у журналі *Social and Legal Studies*, критичне мислення є важливим фактором інформаційної безпеки населення в сучасному світі. Дослідники підкреслюють, що розвиток критичного мислення сприяє підвищенню рівня інформаційної безпеки, особливо в контексті гібридної війни та поширення фейкових новин. Вони зазначають, що критичне мислення допомагає відокремлювати достовірну інформацію від фальшивої, що є надзвичайно актуальним у сучасному інформаційному просторі. У цьому дослідженні також розглядаються основні аспекти критичного мислення та його компоненти, включаючи аналіз джерел інформації, перевірку фактів, розуміння контексту, дослідження упереджень, формулювання критичних питань та самооцінку. Особлива увага приділяється концепції навчання в команді (TeamBased Learning, TBL), яка є активним підходом до освіти, спрямованим на стимулювання критичного мислення студентів та їх залучення до активного навчального процесу [7].

Результати дослідження підкреслюють особливості та важливість розвитку навичок критичного мислення в українському суспільстві, особливо в контексті триваючої війни з Росією, оскільки війна проявляється не лише на військовому фронті, але й в інформаційному просторі. Тому розвиток критичного мислення стає важливим елементом захисту національних інтересів та інформаційної безпеки.

Таким чином, розвиток критичного мислення є невід'ємною частиною сучасної освіти та інформаційної безпеки. Інтеграція відповідних методів та підходів у навчальний процес сприятиме формуванню свідомих, відповідальних та стійких до маніпуляцій громадян, здатних ефективно функціонувати в умовах сучасного інформаційного середовища.

### **1.3. Роль засобів масової інформації у висвітленні збройних конфліктів**

У процесі розвитку конфліктів, а також після їх завершення, важливу роль відіграють засоби масової інформації, адже саме вони формують уявлення аудиторії про події та їхні наслідки.

Сьогодні ЗМІ не лише висвітлюють конфлікти, а й часто сприяють їх ескалації: впливаючи на думки людей, транслюючи певні ідеї та цінності, вони викликають суспільну реакцію, яка в подальшому може впливати на хід конфліктних процесів.

У воєнних конфліктах ЗМІ розглядаються не просто як нейтральні спостерігачі, а як активні учасники формування інформаційного поля. Для медіа – війна володіє надзвичайно високою новинною вартістю і викликає великий інтерес аудиторії.

Вибір редакцій, які факти та сторони конфлікту висвітлювати, значною мірою визначає сприйняття війни суспільством.

З іншого боку, медіа є не просто каналом донесення інформації, а виступають агентом у конфлікті. Відзначають, що журналісти та їхні видання вже самі по собі

стають учасниками подій: якщо редакція офіційно підтримує одну зі сторін, це впливає на перебіг конфлікту. Іноді висвітлення війни спрямоване на «дискредитацію» супротивника через мову ворожнечі, а іноді – на пошук шляхів порозуміння. Наприклад, у концепції воєнної журналістики виділяють протилежні підходи: традиційну – змагання сторін, та журналістику миру, яка намагатиметься показувати перспективи вирішення конфлікту і уникати чорно-білої схеми [8].

Також можна підкреслити і позитивний потенціал медіа: свобода преси може служити інструментом розкриття правди про війну та контролювати урядові рішення. Під час війни громадськість прагне єдності, а медіа отримують посилений попит на інформацію та аналіз. Водночас соціологи попереджають, що будь-яке висвітлення у воєнний час має упередження: незалежно від того, чи підтримує редакція певну сторону, ЗМІ завжди вибирають ракурс і ігнорують інші. Як підсумовують міжнародні експерти, ЗМІ «є і структурою, і агентом» у конфлікті одночасно – вони можуть не просто передавати різні погляди, а формулювати власні коментарі і редакційні наративи, що впливають на перебіг подій [8].

ЗМІ висвітлюють війни від самого початку їхнього зародження. З переходом технологій у нові форми змінювалось і поняття воєнної журналістики. Вже у XIX столітті поява телеграфу забезпечила оперативну передачу інформації з місць бойових дій, значно скоротивши часові рамки інформування. У XX столітті розвиток радіо й телебачення трансформував сприйняття війни, зробивши її частиною повсякденного життя громадян і візуалізувавши події на фронті для масової аудиторії. Сучасний аналіз стверджує, що багато засобів зв'язку – від телеграфу до інтернету – походять із військових розробок, а розвиток боєприпасів паралельно спричиняв удосконалення камер і передавачів для зйомки та трансляції подій з фронту [9].

З розвитком телебачення та супутникових технологій у другій половині XX століття змінився підхід до висвітлення збройних конфліктів. Під час війни у

В'єтнамі вперше широкомасштабно використовували телевізійну трансляцію подій з фронту, що дало змогу глядачам у реальному часі спостерігати за бойовими діями. Це істотно вплинуло на суспільне сприйняття війни та політичні настрої.

У 1991 році, під час конфлікту в Перській затоці, телеканал CNN започаткував формат цілодобового інформаційного мовлення з місця подій. Використання супутникового зв'язку дозволило оперативно передавати відеоматеріали безпосередньо з бойових зон. Це стало визначальним етапом у розвитку глобальної воєнної журналістики та посилило вплив ЗМІ на формування громадської думки щодо конфліктів

З початку цифрової епохи роль інтернету та соціальних мереж у сфері масової комунікації стала визначальною. Наприкінці 1990-х років розпочалося активне впровадження онлайн-форматів подання новин, які забезпечили значно вищу оперативність, доступність та варіативність інформації, ніж традиційні ЗМІ [10]. Уже у 2000-х роках інтернет-видання та портали почали домінувати як основні джерела інформування населення, формуючи нову модель комунікації між подією та її сприйняттям.

Після 2010 року спостерігається якісно новий етап — соціальні мережі стають повноцінними каналами інформаційного впливу. Платформи на кшталт Facebook, Twitter, YouTube трансформуються з засобів особистого спілкування на глобальні медіаінструменти, здатні миттєво формувати порядок денний і впливати на суспільні настрої [11]. Цифрові користувачі дедалі частіше виконують функції не лише споживачів, а й творців контенту, формуючи альтернативні точки зору та наративи.

У результаті зміщується акцент з централізованого контролю інформації на багатоголосість, яка, з одного боку, розширює доступ до різноманітних джерел, а з іншого - створює загрозу інформаційного перевантаження, поширення дезінформації та фейків. Виникає феномен, коли інформаційне поле не лише

повідомляє, а й активно конструює сприйняття подій у суспільстві, що особливо актуально в умовах конфліктів і кризових ситуацій [12].

Таким чином, інтернет та соціальні мережі не просто трансформували модель комунікації — вони стали ключовими гравцями у процесі формування громадської думки, визначаючи не лише зміст, а й емоційне сприйняття реальності.

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну у лютому 2022 року спричинило не лише збройний конфлікт на території Європи, але й масштабне інформаційне протистояння в цифровому середовищі. Цей конфлікт став першим прикладом війни, що настільки активно й системно ведеться в соціальних мережах. Уже з перших днів війни стало очевидно, що соцмережі відіграють не менш важливу роль, ніж традиційні засоби масової інформації, — як у поширенні новин, так і у формуванні суспільного сприйняття подій.

Соціальні медіа швидко стали простором для розгортання інформаційної боротьби: з одного боку — це платформи для оперативної комунікації, підтримки, мобілізації громадян, з іншого — інструмент для поширення пропаганди, дезінформації та маніпуляцій. У цьому контексті війна набула нового виміру — вона стала водночас фізичною і цифровою, що суттєво змінює механізми впливу на громадську думку.

Водночас розвиток технологій не лише активізував журналістику, а й породив нові загрози. Військові джерела поширюють фейкові повідомлення, нейромережі здатні генерувати покадрові зображення, а видання часто змагаються між собою у поширенні чуток. Цифрова епоха додала військовому репортажу подвійного характеру: з одного боку, медіа отримали інструменти для глибшого висвітлення подій — відео, аналітика в реальному часі; з іншого — перетворилися на поле інформаційних війн, де перемога залежить не від здобуття ефіру, а від здатності формувати наратив. Історичні тенденції свідчать: що новіші технології зв'язку — від радіо й телебачення до інтернету й TikTok, — то стрімкішим і

різкішим стає висвітлення бойових дій, водночас зростають ризики маніпуляцій та інформаційної втоми.

Нові канали передачі й поширення даних – інтернет, мобільний зв'язок, соцмережі – збільшили швидкість обміну інформацією, але також відкрили можливості для цифрових атак. Сучасні війни нерідко супроводжуються кібератаками на інформаційну інфраструктуру та масовими кампаніями дезінформації. Згідно з аналізом, учасники конфлікту активно маніпулюють алгоритмами та використовують бот-мережі для розповсюдження своїх повідомлень [13].

Інформаційну стратегію медіа під час збройних конфліктів визначає складний комплекс факторів, серед яких ключовими є політичний контекст, рівень свободи преси, редакційна політика, технологічне середовище та суспільні очікування. Ці фактори діють у взаємозв'язку, змінюючи пріоритети медіа у періоди нестабільності, формуючи особливі способи подачі інформації та визначаючи допустимі межі журналістської діяльності.

Одним з головних чинників є політичний вплив і цензура. У воєнних умовах ЗМІ часто трансформуються на інструмент державної політики, слугуючи засобом мобілізації населення, формування лояльності до політичного курсу та легітимації військових дій. Як підкреслює професорка Наталія Стегній у дослідженні про комунікативні практики під час гібридної війни, «інформаційна політика держави в умовах конфлікту тяжіє до централізації, а журналістика - до стратегічної комунікації» [14].

Унаслідок цього державні органи під час війни посилюють контроль над змістом новин. Це може включати запровадження обов'язкових форматів повідомлень, військову цензуру, обмеження у використанні певних термінів (наприклад, «війна» замість «спецоперації» у російських ЗМІ) або централізоване поширення інформації через офіційні релізи. У демократичних суспільствах, таких

як Україна, такі заходи запроваджуються на тимчасовій основі та переважно у межах воєнного стану для забезпечення безпеки і протидії ворожій пропаганді. Наприклад, українська влада у 2022 році створила єдиний марафон новин «Єдині новини», аби уникнути розпорошеності джерел і забезпечити узгоджену подачу інформації під час повномасштабного вторгнення [15].

Тип політичного режиму також критично впливає на характер висвітлення подій. В авторитарних державах ЗМІ повністю підпорядковуються офіційному дискурсу: незалежні видання блокуються, а журналісти змушені транслювати інформацію в дусі державної пропаганди. У російських ЗМІ після 24 лютого 2022 року, наприклад, спостерігається повна інформаційна монополія, де незалежні джерела або були заборонені, або покинули країну, а публічне визнання війни карається адміністративно або кримінально. Водночас у демократичних державах редакції мають більшу свободу дій, проте вони все одно часто дотримуються національної лінії, особливо в контексті зовнішньої агресії, адже інформаційний простір також виконує функцію національної безпеки [16].

Ще одним важливим фактором є суспільні очікування і громадська думка. Під час війни зростає запит на патріотичні меседжі, історії про героїзм та підтримку армії. Медіа у відповідь переорієнтовуються на створення позитивного емоційного фону: висвітлення успіхів на фронті, інтерв'ю з військовими, репортажі з евакуйованих територій. Такий зсув у бік емоційного контенту не завжди є порушенням журналістських стандартів, а радше адаптацією до воєнної реальності. Однак, як підкреслює медіадослідниця Олена Голуб, важливо зберігати баланс між інформуванням і мобілізацією, аби уникнути інформаційної гіперболізації або «бойової романтизації» [17].

Редакційна політика і внутрішні стандарти також впливають на інформаційну стратегію. У мирний час редакції керуються переважно журналістськими кодексами, балансує між оперативністю та достовірністю. У воєнний період

акценти зміщуються — у пріоритеті безпека джерел, уникнення розголошення військових планів і підтримка морального духу. Наприклад, багато українських видань у 2022 році запровадили внутрішні протоколи щодо висвітлення бойових дій, зокрема: не публікувати точні геолокації, утримуватись від передчасних повідомлень про наступи, уникати дезінформації.

Технологічний чинник — особливо соціальні мережі — також має потужний вплив. Сучасні ЗМІ змушені пристосовуватись до динаміки цифрового середовища, де інформація поширюється миттєво, часто без перевірки. Це створює виклики для традиційної журналістики, яка змушена конкурувати з телеграм-каналами, блогерами, воєнкорами тощо. Як зазначено у звіті ГО «Інтерньюз-Україна», цифрове середовище перетворилось на головне поле бою за свідомість громадян, і тому традиційні ЗМІ також інтегрують нові формати - візуальні історії, короткі відео, живі ефіри з фронту - щоби залишатись релевантними [18].

Отже, інформаційна стратегія ЗМІ у збройних конфліктах формується під впливом політики, суспільства, технологій та редакційних підходів. Вона не є сталою, а адаптується до викликів часу, зокрема - до війни нового типу, де медійний фронт

стає таким же важливим, як і реальний.

#### **1.4. Класифікація типів медіа-впливу: інформаційна війна, пропаганда, фейкові новини**

Інформаційна війна — це комплексна стратегія, що передбачає використання інформації як зброї для досягнення політичних, військових, економічних або інших цілей. Це не просто поширення інформації, а цілеспрямований вплив на інформаційну сферу супротивника з метою завдання шкоди та захисту власних інтересів. В українській науковій літературі її визначають як цілеспрямоване

застосування спеціальних інформаційних технологій та комунікаційних засобів для внесення деструктивних змін у свідомість цільових аудиторій [18]. Наприклад, В. Шемчук дає комплексне визначення: «Інформаційна війна – це суспільно-політичне явище, що здійснюється за допомогою комплексу засобів інформаційно-технологічної індустрії та механізмів інформаційно-психологічного впливу на суспільство» [19]. Ця концепція укорінена в ідеї тотальної війни М. Маклюена, який стверджував, що «істинно тотальна війна – це війна за допомогою інформації», де інформаційні ресурси стають основою конфлікту [20].

Форма комунікації, спрямована на цілеспрямоване поширення ідей, думок, фактів, тобто пропаганда, в цьому контексті розглядається як основний інструмент психологічного впливу. Г. Ласвелл трактує пропаганду як навмисне вираження думки або дії з метою впливу на думки чи поведінку інших через маніпуляції [21].

Фейкові новини — це сфабрикована або маніпулятивно спотворена інформація, що подається у форматі новин, але створена без дотримання журналістських стандартів та редакційних норм, а також не відповідає дійсності.

Феномен «фейкових новин» (fake news) ототожнюється з дезінформацією, тобто навмисним поширенням неправдивих повідомлень. Згідно з НАТО, фейкові новини – це «повідомлення, призначені для введення в оману користувачів медіа» [23].

Інформаційний вимір війни набув помітного розвитку саме в ХХ столітті. У Першу світову війну уряди вперше офіційно створювали пропагандистські агентства для ведення психологічної війни. Британська влада, наприклад, заснувала Бюро воєнної пропаганди, яке діяло під наглядом Міністерства закордонних справ і орієнтувалося на іноземців, особливо Сполучені Штати [24]. У міжвоєнний період та за Другої світової війни розвиток техніки і мас-медіа істотно розширив дію пропаганди. Нацистська Німеччина створила Міністерство

пропаганди на чолі з Й. Геббельсом, яке пропагувало нацистське послання через мистецтво, музику, театр, кіно, книги, радіо та пресу, паралельно цензуруючи всю опозицію [25]. Союзники відповіли власними інформаційними кампаніями: створювали секретні радіостанції та комунікаційні підрозділи для підризу ворожого духу та підтримки міжнародної коаліції. Після 1945 року ідеологічне протистояння Холодної війни підтвердило роль медіа як поля битви: обидва блоки використовували міжнародні радіостанції, кіно, телебачення й інші ЗМІ для просування своїх наративів і дискредитації опонента [26].

Класифікація інформаційних впливів будується за різними критеріями. В українських дослідженнях вирізняють два основні виміри: інформаційно-технічний (технічні атаки, кіберзагрози, радіоелектронна боротьба) і інформаційно-психологічний (пропаганда, психологічні операції) [27]. За інтенсивністю та цілями застосування розрізняють інформаційну експансію (конфліктне проникнення в інформаційний простір з метою довгострокового завоювання впливу без прямої конфронтації), інформаційну агресію (обмежене застосування сили в інформаційній сфері для завдання конкретної шкоди противнику) та власне інформаційну війну (найвищий ступінь протиборства, масштабне використання засобів інформаційного насильства для досягнення стратегічних цілей) [27].

Також підкреслюється роль автоматизованих технологій: сучасні медіа-платформи сприяють миттєвому поширенню маніпуляцій через соцмережі, де за допомогою бот-мереж та мережевих акаунтів дезінформація розповсюджується швидше й масштабніше, ніж коли-небудь раніше [28].

У теперішній російсько-українській війні інформаційний фронт є так само активним, як і бойовий. Російська пропаганда системно використовує історичні наративи й фейки, щоб легітимізувати агресію й очорнити українську владу. Типовими є міфи про «київську хунту», «геноцид російськомовного населення» та

інші перекручення історії [29]. З початком повномасштабного вторгнення обсяг таких маніпуляцій різко зріс: наприклад, український Центр протидії дезінформації зафіксував зростання фейкових соціальних дописів у Харківській області з ~200 на день у березні до понад 2500 на день під час наступу росіян у травні 2023 року [30].

Часто використовуються й спеціальні технічні прийоми. Так, у передвійськовий період російські війська застосовували розвідувальні дрони Орлан-10 із комплексом «Леєр-3», що імітує мобільні базові станції, і через них масово розсилали SMS з фейками про евакуацію населення. Такі повідомлення були спрямовані на одну мету – викликати паніку серед цивільних [31]. Загалом дезінформація і пропаганда були «цифрово посилені» у цій війні, адже доступність смартфонів і соцмереж дозволила моментально транслювати маніпулятивні меседжі по всьому світу [32].

Роман Осадчук із Лабораторії цифрових криміналістичних досліджень

Атлантичної ради, співпрацюючи з ВВС, висловлює припущення, що фейкові

акаунти намагаються підірвати довіру українців до керівництва країни. Це свідчить про те, що інформаційна війна стала невід'ємною частиною сучасних конфліктів, і її вплив на громадську думку та поведінку людей важко переоцінити.

Медіа у конфліктних ситуаціях набувають стратегічного значення. Сучасна інформаційна війна — це не лише новини чи пропаганда, а комплексна система впливу, яка поєднує технічні засоби, цифрові мережі та психологічний тиск. Її небезпека полягає в здатності до широкого охоплення і впливу на масову свідомість без фізичного втручання. Успішна протидія таким впливам потребує розвитку критичного мислення, відповідальності за споживану інформацію та чітких механізмів державної інформаційної політики.

## **1.5. Методологічні підходи до вивчення впливу масмедіа на громадську думку в міжнародних дослідженнях**

Методологія наукових досліджень визначає систему принципів, методів і процедур, що забезпечують достовірність та об'єктивність результатів при вивченні взаємодії масмедіа і громадської думки. Системний методологічний підхід дозволяє комплексно організувати дослідження – від формулювання гіпотез та вибору методів збору даних до їх аналізу – задля отримання відтворюваних висновків. У посібнику з методології медіадосліджень підкреслюється, що для дослідження у сфері медіа важливо поєднувати кількісні та якісні методи, зокрема контент-аналіз і фокус-групи, дискурс- та концептуальний аналіз [33]. У дослідженнях впливу ЗМІ ця методологічна різнобічність особливо важлива, оскільки масмедіа функціонують у складних соціально-політичних контекстах: вони не лише інформують, а й формують модель сприйняття подій населенням. Методологічна обґрунтованість дослідження дозволяє встановити чіткі критерії відбору даних та гарантувати репрезентативність висновків навіть в умовах інформаційної війни чи масивної пропаганди. Так, навіть загальнонаукові підходи до вивчення громадської думки зазнають труднощів в умовах війни: соціологи відзначають, що генеральна сукупність населення перетворилася на «історичний артефакт», а труднощі з охопленням респондентів і ресурсна криза створюють суттєві методологічні обмеження [33]. Отже, обґрунтування методологічної бази є необхідним для забезпечення наукової надійності досліджень масмедіа та суспільної думки, особливо в умовах конфлікту.

Огляд ключових міжнародних методів дослідження:

1) контент-аналіз – кількісний метод аналізу медіатекстів і повідомлень. Контент-аналіз забезпечує систематичну кількісну характеристику змісту ЗМІ, що дозволяє порівнювати висвітлення подій у різних медіа чи регіонах. Цей метод

вважається «об'єктивною, систематичною і реплікованою» процедурою опису проявів комунікації (за К. Кріппендорфом) [34].

2) фрейм-аналіз – метод, що вивчає «рамкування» інформації в медіаповідомленнях. Фреймінг досліджує, як журналісти виділяють певні аспекти події і подають їх у певному контексті [35].

3) дискурс-аналіз – якісний метод вивчення текстів і висловлювань у широкому соціокультурному контексті. У критичному дискурс-аналізі (за підходами Ферклофа, Ван Дейка та ін.) дослідники виявляють, як певні ідеологеми закріплюються через медіа [36].

4) соціологічне опитування громадської думки – кількісний метод безпосереднього вимірювання поглядів населення. Проте під час війни цей метод стикається з проблемами, що створює великі похибки та нерепрезентативність вибірок [37].

5) фокус-групи та глибинні інтерв'ю – якісні методи дослідження аудиторії, що дозволяють з'ясувати, як споживачі інтерпретують медіаповідомлення. Проте результати фокус-груп важко узагальнити на широку популяцію.

6) експертне опитування (Delphi-метод) – якісно-кількісний підхід, що залучає групу фахівців для оцінки складних явищ. Методологічні основи такого підходу – довіра до знань і досвіду спеціалістів, що дозволяє зібрати інформацію, якої бракує статистичним методам [38].

Кількісні методи, зокрема контент-аналіз та соціологічні опитування, дають можливість встановлювати тенденції, виявляти частотність використання певних тем і ключових повідомлень у ЗМІ. Проте в умовах воєнного конфлікту їх застосування ускладнене через обмежений доступ до респондентів, неможливість репрезентативної вибірки та наявність страху чи упередженості в опитуваних. Натомість якісні методи – фокус-групи, інтерв'ю, дискурс-аналіз – дозволяють

зануритись у зміст і глибше зрозуміти, як аудиторія інтерпретує медіаповідомлення. Їх перевага – гнучкість та адаптивність, однак вони є менш узагальнюваними. Експертне опитування дозволяє частково компенсувати недоліки обох попередніх підходів, адже ґрунтується на думках фахівців, здатних комплексно оцінити ситуацію, хоча й має суб'єктивний характер. Найбільш перспективним напрямом в умовах війни є комбіноване застосування методів, що дозволяє перехресно перевірити дані та посилити валідність результатів.

## Висновки до розділу 1

У першому розділі дослідження було розглянуто теоретико-методологічні основи впливу масмедіа на формування громадської думки в умовах війни. Було визначено сутність громадської думки як складного соціального феномену, що формується під впливом різних соціальних та інформаційних чинників. Проаналізовано роль масмедіа як потужного інструменту впливу на суспільну свідомість, зокрема у контексті інформаційної війни, пропаганди та поширення фейкових новин. Окрему увагу приділено історичному розвитку медіа в умовах воєнних конфліктів, що дозволило простежити еволюцію їх функцій і засобів впливу на масову аудиторію. На основі систематизації було здійснено класифікацію основних типів медіа-впливу, що актуальна для сучасних інформаційних протистоянь. Також розглянуто методологічні підходи до вивчення впливу масмедіа на громадську думку, що застосовуються у міжнародній практиці досліджень. Зокрема, визначено доцільність комбінованого використання кількісних, якісних та експертних методів для отримання більш повної картини медіа-впливу. Тим самим сформовано теоретичну базу, яка буде використана для подальшого аналізу впливу масмедіа на громадську думку в умовах війни

Отже досліджено, що комбінований підхід, що поєднує кількісні, якісні та експертні методи, є найбільш ефективним у вивченні впливу масмедіа на громадську думку в умовах воєнного конфлікту. Він дозволяє подолати обмеження кожного з окремих підходів і забезпечити багатовимірне розуміння досліджуваного явища.

## РОЗДІЛ 2. РОЛЬ МЕДІА У ВИСВІТЛЕННІ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

### 2.1. Інформаційний вимір російсько-української війни

Росія активно використовує інформаційні операції для підриву України принаймні з 2014 року, як дослідники Digital Forensic Research Lab (DFRLab) у всьому світі детально задокументували в ході своїх постійних зусиль моніторингу. Напередодні вторгнення в лютому 2022 року Росія використовувала дезінформацію у формі наративної війни, щоб виправдати військові дії, замаскувати планування та заперечити будь-яку відповідальність за війну. І як DFRLab детально зазначив у своєму знаковому звіті від лютого 2023 року «Підрив України: як Кремль використовує інформаційні операції, щоб підірвати глобальну довіру до України», інформаційна стратегія Росії почала змінюватися після вторгнення 2022 року, зосереджуючись на підриві здатності України протистояти. У цьому продовженні першого випуску Mining Ukraine ми досліджуємо, як Росія ще більше закріплювала ці зусилля протягом 2023 року, розробляючи нові повідомлення та методи, одночасно повертаючись до тих, які продовжують виявляти свою ефективність. Російська Федерація ще до початку повномасштабного вторгнення у 2022 році системно здійснювала інформаційні атаки проти України, які після 24 лютого набули ознак масової дезінформаційної кампанії. Кремль використовує різні платформи для поширення маніпулятивних нарративів: «Україна — державаневдаха», «українці самі бомбардують свої міста», «ЗСУ використовують мирних мешканців як щит» тощо [39].

Українські ЗМІ, спільно з державними структурами (наприклад, Центр стратегічних комунікацій), формують потужний інформаційний фронт. Створення єдиного телемарафону «Єдині новини», регулярні брифінги, та публікації на

офіційних сторінках ЗСУ — це частина стратегії з інформування населення та спростування фейків [40]. Серед основних інструментів російської інформаційної атаки — фейкові новини, створення емоційно насичених, маніпулятивних повідомлень, які часто поширюються через соцмережі або підконтрольні медіа. Поширюються фейки про "нацистів в Україні", "постановочні кадри Бучі", або "біолабораторії США в Україні" [41].

Повномасштабне вторгнення Росії в Україну створило нові прецеденти та розсунуло існуючі кордони в усіх сферах. Вторгнення розгортається в умовах статус-кво, коли переважна більшість людей отримує останні новини через пасивне прокручування. Актори як в Росії, так і в Україні знайшли способи вплинути на громадську думку, оскільки боротьба за формування історичного нарративу війни триває.

У XXI столітті фундаментальні принципи військових конфліктів не змінилися, проте більшість важливих складових війни тепер. Наприклад, розвіддані про пересування російських військ на кордоні та військові плани просочилися в соціальних мережах безпосередньо перед тим, як президент Росії оголосив про повномасштабне вторгнення. Досі українські цивільні особи, які чинять опір окупації, можуть інформувати свою армію про рух росіян через соціальні мережі та спеціально розроблені додатки. Відео- та фотоматеріали з місць подій та хронографічні кадри військової агресії під окупацією тепер можуть поширюватися в соціальних мережах і навіть слугувати доказом у міжнародних трибуналах. Соцмережі відіграють подвійну роль. З одного боку, вони є потужним каналом правдивого інформування — українські посадовці, журналісти та громадські організації використовують їх для миттєвого поширення новин. З іншого — це поле активної діяльності ботів, «фабрик тролів» та ворожих Telegram-каналів, які поширюють фейки та паніку [42].

Українські ЗМІ адаптувались до умов війни та стали важливим елементом національної безпеки. Створено системи офіційного інформування: єдиний телемарафон "Єдині новини", брифінги ЗСУ, які формують стійку проукраїнську позицію в суспільстві [43].

Соцмережі, зокрема Telegram, Twitter і Facebook, стали ключовими майданчиками як для офіційного інформування, так і для поширення фейків. Українська влада використовує соціальні платформи для оперативної комунікації з населенням, тоді як РФ — для кібератак і інформаційного терору [44].

У порівнянні з 2023 роком, кількість публікацій у міжнародних медіа про війну Росії проти України зменшилась у 2,5 раза. Про це повідомляється у дослідженні незалежної української організації Brand Ukraine. За даними Brand Ukraine, найбільше у 2024 році світові медіа писали про військову допомогу Україні. Хоч кількість згадок про це у порівнянні з 2022 роком знизилась, ця тема залишилась провідною для ЗМІ [45].

Висвітлення війни у провідних західних ЗМІ сприяє формуванню проукраїнської позиції в суспільствах ЄС, США та інших держав. Опитування Reuters Institute показують, що переважна більшість європейських медіа підтримують Україну, наголошують на злочинах РФ і допомагають формувати спротив кремлівській пропаганді [46].

## **2.2. Характеристика російської пропагандистської моделі у висвітленні війни**

Російська Федерація активно застосовує багаторівневу інформаційну стратегію, спрямовану на маніпулювання громадською думкою як всередині країни, так і за її межами. Ця стратегія базується на кількох ключових елементах:

**Потік брехні.** Ця концепція полягає у постійному, масовому, різноплановому поширенні дезінформації, яка не зосереджена на правдивості, а на кількості та повторенні. Така стратегія була визнана однією з головних рис сучасної російської інформаційної політики. Сучасна російська пропаганда безперервна і дуже чуйно реагує на події. Не маючи на меті відобразити правду, а лише створювати власну викривлену картину світу, що служить їхнім цілям, російські пропагандисти не чекають на перевірку фактів чи заяв; вони просто поширюють інтерпретацію подій, яка, здається, найкраще підходить для їхніх тем і цілей. Це дозволяє їм транслювати першими «новини» про події (і, з такою ж частотою, новини про події або речі, які насправді не відбулися).

**Наративна адаптація.** Російські інформаційні кампанії активно пристосовують свої меседжі до специфіки цільової аудиторії. У країнах Глобального Півдня вони апелюють до антиколоніальних настроїв, у Європі — до пацифізму, скептицизму щодо НАТО, а в США — до внутрішніх політичних суперечностей [47]. Усі ці меседжі оформлюються у вигляді привабливого контенту, часто з емоційним забарвленням, який поширюється через соціальні мережі, месенджери й навіть інфлюенсерів [48].

**Інформаційне насичення.** Росія прагне створити «інформаційний шум», у якому правдиві повідомлення губляться серед великої кількості фейків, маніпуляцій і напівправд. Цей підхід демотивує аудиторію до критичного мислення, спричиняє відчуття втоми й призводить до втрати довіри до всіх джерел інформації загалом [49].

**Псевдоальтернативна журналістика.** Через такі платформи, як RT, Sputnik та новостворені ресурси в країнах Африки, Латинської Америки й Азії, Росія просуває власні інтерпретації подій, часто під виглядом «альтернативної думки». Така псевдоальтернатива допомагає нав'язати споживачам контенту російські трактування подій, подаючи їх як «іншу правду» [50].

**Легітимізація через експертів.** Ще однією складовою є використання проросійських експертів або фахівців із сумнівною репутацією, які в коментарях до подій підтверджують потрібні Кремлю інтерпретації. Їх думка часто цитуються в державних ЗМІ, що створює ілюзію об'єктивності [51].

Іноді російську пропаганду підхоплюють і ретранслюють авторитетні ЗМІ; соціальні медіа можуть повторювати теми, повідомлення чи неправду, представлені в одному з багатьох російських каналів інформування. Наприклад, німецькі джерела новин ретранслювали російську дезінформацію про звірства в Україні на початку 2014 року, а російська дезінформація про плани ЄС відмовляти у візах українським молодим чоловікам повторювалася в українських ЗМІ з такою частотою, що український Генеральний Штаб був змушений опублікувати спростування [52].

У певному сенсі нинішній російський підхід до пропаганди ґрунтується на радянських методах часів холодної війни [53]. З іншого боку, він абсолютно новий і обумовлений характеристиками сучасного інформаційного середовища. Росія скористалася технологіями та наявними медіа такими способами, які були б немислимі під час холодної війни [54].

На другий рік війни, з огляду на міжнародні санкції, погіршену репутацію та заборону державних медіа RT і Sputnik у багатьох західних країнах, Росія перейшла до більш цілеспрямованих і спеціалізованих інформаційних операцій. Вона почала активно використовувати платформи TikTok, Telegram та інші соціальні мережі для розширення своєї міжнародної аудиторії, особливо в регіонах Глобального Півдня, де російські державні ЗМІ й досі мають значний вплив. Крім того, Росія поглибила медійну та інформаційну співпрацю з країнами, що їй симпатизують [55].

До основних деструктивних наративів належать: «Україна — держава невдаха», «українці самі обстрілюють свої міста», «ЗСУ прикриваються мирними

мешканцями», «Захід нав'язує війну». Наратив «Україна — маріонетка Заходу» є стійким і ключовим елементом кремлівської ідеології [56].

У Meta виявили кібератаки російських і білоруських хакерів, спрямовані на українських військових і цивільних через Facebook. Було зафіксовано спроби викрадення акаунтів для публікації фейкових закликів до здачі [57].

Росія також реалізує "Операцію Доппельгангер" — кампанію фейкових медіа під виглядом західних. Дослідження засвідчують широку присутність російських бот-мереж, які активно діють у соціальних медіа з метою маніпулювання громадською думкою, поширення дезінформації та посилення суспільної напруги. Ці мережі зазвичай функціонують у форматі скоординованих кампаній, що мають на меті просування кремлівських наративів, зокрема через фейкові акаунти, автоматизовані пости та зрежисовані дискусії в коментарях. Значна активність таких ботів була зафіксована у Twitter, Facebook, Telegram та TikTok, де вони намагаються впливати як на внутрішню, так і на зовнішню аудиторію, особливо в країнах Глобального Півдня та Європи [58].

Російська пропаганда активно застосовує візуальні формати, зокрема меми, короткі відео, карикатури та гіфки, для впливу на емоції аудиторії, використовуючи гумор, сарказм або страх як інструменти маніпуляції. Ці матеріали легко поширюються в соціальних мережах, особливо серед молоді, що підвищує їхню ефективність у формуванні ставлення до подій або персоналій [59].

Застосування таких інструментів демонструє гнучку, адаптивну та стратегічну модель російської пропаганди, яка постійно змінюється відповідно до нових цифрових трендів. Саме тому вона потребує системного моніторингу, аналітичної оцінки та впровадження заходів медіаграмотної протидії як серед медіа, так і на рівні освіти та державної політики.

Використання візуального контенту в інформаційній війні підтверджує, що сучасна пропаганда дедалі більше орієнтується на емоційний, швидкий і масовий

вплив. Такий підхід робить її особливо небезпечною в умовах цифрового середовища, де швидкість поширення інформації переважає над її перевіркою. Успішна протидія цим викликам можлива лише за умов поєднання медіаграмотності суспільства, технологічної спроможності держави та відповідального ставлення з боку платформ і користувачів

### **2.3. Діяльність українських та міжнародних медіа у формуванні спротиву агресії**

Війна Росії проти України стала унікальним феноменом не лише з огляду на масштаб та жорстокість бойових дій, а й як інформаційний конфлікт, де масмедіа відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки, підтримці морального духу населення та консолідації міжнародної підтримки. Важливість інформаційного фронту визначається не лише боротьбою за факти, а й протидією ворожій пропаганді, збереженням національної ідентичності та мобілізацією громадянського спротиву.

Українські медіа в умовах війни виявились в ролі першої лінії інформаційної оборони. Вони здійснюють системне інформування населення про події на фронті, військові успіхи та втрати, гуманітарну ситуацію, а також працюють над підсиленням патріотичного духу і єдності суспільства. З огляду на високу інтенсивність інформаційного потоку та спроби ворога поширити фейки, українські ЗМІ активно залучають технології фактчекінгу, оперативно спростовуючи неправдиву інформацію.

Значна увага приділяється також тематичним репортажам про волонтерський рух, героїзм військових та цивільних, що допомагає формувати позитивний настрій суспільства, який протистоїть страху та розпачу. Крім традиційних ЗМІ, значну

роль відіграють онлайн-платформи, телеграм-канали, YouTube-канали та соціальні мережі, де формуються спільноти з високим рівнем залученості.

Міжнародні медіа виконують функцію висвітлення конфлікту для світової громадськості, звертаючи увагу на порушення міжнародного права, військових злочинах Росії, масштабах гуманітарної кризи. Вони формують політичний тиск на уряди та міжнародні організації для надання Україні необхідної допомоги, використовуючи аналітичні матеріали, репортажі та інтерв'ю з експертами.

Нерідко міжнародні ЗМІ акцентують увагу на історії окремих людей — як військових, так і цивільних — що допомагає персоналізувати війну і викликати співчуття, солідарність та повагу. Водночас іноземні медіа зазвичай мають вищий рівень ресурсів для журналістських розслідувань, що робить їх важливими інструментами у виявленні фактів агресії та воєнних злочинів.

І українські, і іноземні медіа активно співпрацюють з державними установами, громадськими організаціями, волонтерськими рухами та армією для отримання достовірної інформації та високої ефективності комунікації. Координація дозволяє швидко реагувати на зміни ситуації, розпізнавати фейки та формувати єдину інформаційну політику.

Таблиця 2.3.1

### **Основні функції українських та міжнародних медіа у формуванні інформаційного спротиву агресії**

<b>Функції</b>	<b>Українські медіа</b>	<b>Міжнародні медіа</b>
Оперативне інформування	Надання швидких та достовірних новин з фронту, гуманітарні репортажі	Аналітичні матеріали, висвітлення політичного контексту конфлікту
Патріотична підтримка	Підтримка морального духу, акцент на національній єдності та героїзмі	Просування ідеї справедливості, легітимізація боротьби України на міжнародній арені

Протидія дезінформації	Фактчекінг, спростування ворожих наративів, інформаційні кампанії	Поширення незалежної журналістики, викриття пропаганди РФ
Залучення аудиторії	Соцмережі, Telegram, YouTube, онлайн-медіа	Масштабне охоплення, партнерства з локальними ЗМІ, міжнародні платформи
Мета	Консолідація суспільства, підтримка бойового духу, інформаційна безпека	Формування міжнародної підтримки, посилення санкцій, гуманітарна допомога
Виклики	Інформаційний шум, брак ресурсів, цензура, кіберзагрози	Політичні впливи, конкуренція новин, обмеження доступу в зони конфлікту

Українські медіа у війні 2022–2025 років виступають не просто як джерело новин, а як ключові агенти інформаційного спротиву. У складних умовах гібридної війни, де інформація часто використовується як зброя, вони змушені балансувати між оперативністю, достовірністю та емоційною опорою для населення. Поява численних Telegram-каналів із фронтовою інформацією стала реакцією на потребу швидких і надійних даних, проте це породило й ризики поширення неперевіреної інформації, що ставить питання про необхідність підвищення медіаграмотності.

Іноземні медіа виконують роль посередників між українською реальністю та глобальною аудиторією, поширюючи матеріали, які формують підтримку України в світі, впливають на політичні та міжнародні організації. Вони, однак, стикаються з викликами, пов'язаними з інформаційними кампаніями РФ, політичними інтересами окремих країн та потребою тримати баланс між оперативністю й глибиною аналітики.

Загалом, ефективність діяльності медіа на інформаційному фронті є одним із ключових факторів, що впливають на стійкість українського суспільства та міжнародну підтримку в умовах затяжного конфлікту.

Окрім базових функцій інформування та підтримки морального духу, українські медіа активно використовують комунікативні стратегії мобілізації громадян. Особливо важливим є залучення суспільства до волонтерського руху, допомоги армії, підтримки постраждалих цивільних. Це відбувається через публікацію успіху на фронті, героїчних вчинків, оголошень про потреби, що створює відчуття спільної мети та солідарності. Такий підхід допомагає не лише підтримувати бойовий дух, а й формує активну громадянську позицію.

Особливе місце займають медіа, орієнтовані на молодь, які використовують інтерактивні формати — відео, стріми, соціальні челенджі, меми, коллаборації з відомими брендами, розіграші. Це дозволяє висвітлювати складні теми простою та доступною мовою, а також залучати молоде покоління до патріотичного дискурсу. У свою чергу, це формує майбутнє суспільство з високим рівнем національної свідомості.

Проте українські медіа зіштовхуються із серйозними викликами у сфері інформаційної безпеки. Російські спецслужби застосовують кібератаки на інформаційні ресурси, блокують роботу сайтів, створюють фейкові акаунти для маніпуляції громадською думкою, використовують розсилку та спам. Крім того, значна частина аудиторії потерпає від «інформаційного шуму», коли через великий обсяг новин важко відрізнити достовірне від фейкового. Це створює додатковий виклик для медіа — як зберегти довіру та авторитет.

Щоб протидіяти цим загрозам, у співпраці з ІТ-компаніями, волонтерами та міжнародними партнерами українські медіа запроваджують технології автоматичного виявлення фейків, посилюють кібербезпеку та активно навчають аудиторію медіаграмотності. Зокрема, в Україні створені спеціальні платформи та проєкти, які навчають розпізнавати дезінформацію, що є важливою складовою стратегії інформаційного спротиву.

Міжнародні ЗМІ також відіграють вирішальну роль у формуванні політичної волі західних урядів щодо надання підтримки Україні. Через глибокі аналітичні розслідування вони висвітлюють військові злочини, що допомагає ініціювати санкції проти Росії, акцентує увагу на зборі ресурсів для військової та гуманітарної допомоги. Значну увагу приділяють також темам енергетичної безпеки, економічних наслідків війни, біженців, що формує ширший контекст підтримки.

Проте міжнародні ЗМІ часто стикаються з конкуренцією новин, політичними обмеженнями, а також потребою балансувати між оперативністю та точністю подачі інформації. У деяких країнах вплив російської пропаганди залишається значним, що ускладнює формування одностайної позиції щодо конфлікту [13].

Таблиця 2.3.2

### Виклики та стратегічні відповіді українських та міжнародних медіа у війні

Виклики	Українські медіа	Міжнародні медіа	Стратегічні відповіді
Фейкова інформація	Масове поширення дезінформації через соцмережі	Російська пропаганда, цензура, політичний вплив	Фактчекінг, освіта медіаграмотності, платформи протидії
Кіберзагрози	Кібератаки на сайти, зломи акаунтів	Кіберпротидія пропаганді, цензура	Посилення кібербезпеки, міжнародна співпраця
Інформаційний шум	Перевантаження аудиторії великою кількістю неперевіраних новин	Конкуренція за увагу аудиторії, зміна інформаційних трендів	Відбір якісного контенту, журналістські розслідування
Політичний тиск	Цензура, регуляції, ризики для журналістів	Політична поляризація, конкуренція інформаційних наративів	Незалежність ЗМІ, етичні стандарти
Аудиторна залученість	Пошук інтерактивних форматів, залучення молоді	Масштабне охоплення, мультиплатформеність	Нові формати, партнерства, координація з громадськими рухами

Війна Росії проти України стала серйозним випробуванням для медіасередовища як в Україні, так і в світі загалом. Українські медіа відіграють не лише інформативну, але й мобілізаційну роль, забезпечуючи громадян життєво важливою інформацією, підтримуючи патріотизм і протидіючи дезінформації. Міжнародні медіа, зі свого боку, формують глобальну картину конфлікту, сприяють міжнародній солідарності і тиску на агресора.

Однак цей інформаційний фронт є складним і багатограним, що вимагає постійної адаптації стратегій, технологічної підтримки та координації дій на національному й міжнародному рівнях. Ефективність медіа в цій сфері є одним із ключових чинників успішного протистояння агресії та формування майбутнього України.

#### **2.4. Роль соціальних мереж у поширенні як достовірної інформації, так і дезінформації**

Соціальні мережі стали фундаментальним каналом комунікації під час війни Росії проти України, які впливають не лише на інформаційний простір країни, а й на світову громадську думку. Завдяки швидкості передачі та широкому охопленню вони перетворилися на один із головних інструментів інформаційної війни.

З одного боку, соціальні мережі сприяють мобілізації суспільства, формуванню патріотичного духу і забезпеченню прозорості подій. Українські урядові структури та ЗМІ активно використовують платформи Telegram, Facebook, Twitter і YouTube для регулярного оновлення інформації про хід бойових дій, гуманітарні ініціативи та міжнародну допомогу. Наприклад, офіційні канали Міноборони та Офісу Президента в Telegram стали основним джерелом оперативних повідомлень і важливих заяв, що дозволило уникнути інформаційної

блокади в критичні моменти [14]. Така відкритість сприяла підвищенню довіри серед населення і зміцненню національної єдності.

Поширення інформації через соцмережі також активізувало міжнародну підтримку. Відео, фото і репортажі очевидців, опубліковані в реальному часі, стали важливим аргументом у дипломатичних дискусіях та медіакампаніях на Заході. Платформи TikTok, Instagram та YouTube залучили молоду аудиторію, яка через відео долучилася до підтримки України, поширюючи правду про війну та розвінчуючи пропагандистські фейки.

Однак, широке поширення інформації створює передумови для масового розповсюдження дезінформації. Російські спецслужби та прокремлівські агентства активно застосовують технології ботів, тролінг-ферм та фейкові акаунти для дискредитації української влади, посіву паніки та розколу суспільства. За даними аналітичних центрів, під час активних фаз бойових дій у соцмережах було зафіксовано тисячі випадків поширення фейкових повідомлень про «зраду», «перемир'я» або фейкові звіти про масові втрати серед українських військових [16]. Це викликало значне зниження рівня довіри серед частини населення та ускладнювало процес прийняття об'єктивних рішень.

Алгоритмічна природа соцмереж посилює цю проблему. Автоматичне ранжування контенту базується на залученості користувачів, тому емоційно забарвлений, суперечливий чи шокуючий контент часто отримує більший охоплення. Це сприяє швидкому поширенню неперевіраних або свідомо фальшивих повідомлень, поглиблюючи «інформаційний хаос» і «інформаційний голод» одночасно. Психологічний вплив таких повідомлень викликає тривожність, зниження мотивації до активної громадянської позиції та навіть агресію в суспільстві [32].

Відповіддю на це стали нові ініціативи з перевірки фактів (фактчекінгу), які в Україні та за кордоном набули широкого розвитку. Проекти на кшталт StopFake,

VoxUkraine, а також міжнародні організації International Fact-Checking Network створили спільні бази перевіреної інформації, що сприяє викриттю фейків і роз'ясненню громадськості, як розпізнавати маніпуляції [15]. Проте часто цей процес є реактивним і не встигає за швидкістю розповсюдження фейків.

Варто відзначити, що соцмережі також стали платформою для створення нових форматів інформаційного впливу. Наприклад, молодіжні TikTok-відео, в яких прості українці діляться своїм досвідом війни, часто супроводжуються хештегами на підтримку країни, стають вірусними та мають значний емоційний вплив на міжнародну аудиторію. Це створює новий рівень інформаційної взаємодії, що поєднує особистий досвід із масовим впливом [18].

Нижче наведено розширену таблицю, що ілюструє різні механізми поширення інформації у соцмережах із прикладами їх впливу.

Таблиця 2.4.1

**Основні механізми поширення інформації у соціальних мережах під час війни: кейси та наслідки**

Механізм	Позитивний вплив	Негативний вплив	Конкретний кейс
Оперативне поширення новин	Швидке інформування населення, підвищення довіри	Поширення неперевіреної інформації	Telegram-канали Міноборони, ОПУ
Волонтерські ініціативи	Мобілізація ресурсів, активізація громадськості	—	Facebook-групи збору допомоги
Боти і фейкові акаунти	—	Масове поширення дезінформації	Російські боти у Twitter та Facebook
Відео- та фотоматеріали	Підтвердження фактів, емоційний вплив	Фальсифікації, монтажі	TikTok-ролики зі зони бойових дій
Фактчекінг і верифікація	Підвищення якості інформації	Затримка у поширенні новин	StopFake — український фактчекінг

Алгоритмічне ранжування	—	Поширення сенсаційного, маніпулятивного контенту	Поширення фейків через Facebook
Маніпуляції і тролінг	—	Психологічний тиск, дестабілізація	Масові фейки на початковому етапі війни

Важливо зазначити, що проблема дезінформації у соцмережах має не лише технічний, а й глибокий соціокультурний вимір. Війна розколола українське суспільство, і окремі групи через політичні уподобання чи страхи більш вразливі до маніпуляцій. Це підсилює потребу у формуванні інформаційної гігієни серед населення — критичного мислення, здатності перевіряти інформацію та свідомо сприймати новини. Соціальні мережі одночасно є і середовищем для розвитку цієї компетенції, і ареною, де відбувається боротьба за інформаційний простір.

Таким чином, роль соціальних мереж у війні Росії проти України є багатовимірною та суперечливою: вони слугують як потужним інструментом опору та підтримки, так і платформою для інформаційних атак і маніпуляцій. Успіх у цій сфері залежить від здатності суспільства та держави використовувати переваги соцмереж і водночас ефективно протидіяти їхнім загрозам.

Соціальні мережі у війні стали полем активної інформаційної боротьби, що поєднує технологічні, соціальні та психологічні аспекти. По-перше, соціальні мережі кардинально змінили логіку інформаційного циклу під час збройних конфліктів. Традиційні медіа тепер не є монополістами на новини — будь-який користувач може миттєво стати джерелом інформації. Це посилює роль індивідуальних свідків війни, які через соцмережі надають унікальні репортажі, зворотній зв'язок та емоційну підтримку. Наприклад, під час оборони Маріуполя і в боях за Київ тисячі українців та іноземців у режимі реального часу ділилися відео, що документували військові злочини та наслідки атак. Такий контент не лише

мобілізував світову спільноту, але й став доказовою базою у міжнародних судах [19].

По – друге, саме ця відсутність централізованого контролю інформації породжує нові виклики. Небезпека фейків і маніпуляцій посилюється тим, що складно відрізнити правду від неправди без спеціальних знань і навичок. Зокрема, було зафіксовано численні випадки цілеспрямованих кампаній із дезінформації, що мали на меті знизити бойовий дух українських військових і цивільного населення або створити внутрішні конфлікти. Наприклад, у 2022 році були поширені фейкові відео, які нібито свідчили про масові вбивства українськими військами мирних жителів, що було спростовано кількома фактчекінговими організаціями [20].

По-третє, соціальні мережі слугують полем боротьби не лише за інформацію, але і за наративи. Пропагандистські наративи Кремля, які намагаються виправдати війну та зобразити Україну як «агресора» або «нацистський режим», активно поширюються через соцмережі багатьох країн. Водночас українські медіа та активісти намагаються протиставити їм альтернативний наратив, що базується на цінностях свободи, демократії та суверенітету [21]. Ця інформаційна боротьба активно ведеться на міжнародних платформах, таких як Twitter, YouTube, Facebook, що підсилює глобальний резонанс конфлікту.

По-четверте, варто зауважити, що соціальні мережі впливають і на внутрішній психологічний стан населення. Постійне перебування у інформаційному полі війни призводить до синдрому інформаційного перенасичення та емоційного вигорання. Дослідження вказують на зростання рівня тривожності, депресії і стресових розладів, що частково пов'язано саме з надмірною кількістю суперечливої інформації у соцмережах [22]. Це викликає потребу у створенні не лише механізмів боротьби з дезінформацією, а й психологічної підтримки користувачів.

Водночас, державні та громадські ініціативи в Україні впроваджують комплексні підходи до інформаційної безпеки у соцмережах. Вони включають:

- Навчальні програми для населення з розвитку медіаграмотності;
  - Партнерства з технологічними компаніями для швидкого реагування на фейки;
  - Механізми фільтрації та блокування проросійського контенту;
- Підтримку незалежних фактчекінгових організацій.

Ці заходи мають допомогти не лише у протидії дезінформації, але і у формуванні сталого інформаційного простору, здатного витримати виклики гібридної війни [23].

Таким чином, соціальні мережі є як інструментом інформаційної мобілізації та зміцнення громадянської позиції, так і простором інформаційних загроз. Ефективність їх використання залежить від комплексного підходу, що поєднує технічні, освітні, правові та психологічні заходи. Саме через таку багатовимірність соцмереж відображається сучасна реальність інформаційної війни у конфлікті Росії проти України.

## **2.5. Міжнародний досвід протидії інформаційним атакам та маніпуляціям у збройних конфліктах**

Інформаційна війна стала ключовим елементом сучасних збройних конфліктів, де перемога на полі бою нерідко визначається здатністю контролювати інформаційний простір. Роль медіа та інформаційних технологій у формуванні громадської думки, підтримці морального духу населення і підриві позицій супротивника надзвичайно велика. Тому міжнародний досвід у сфері протидії

dezінформації і маніпуляціям має велике значення для України у боротьбі з російською агресією.

Світова практика показує, що успішна протидія інформаційним атакам базується на комплексній стратегії, що поєднує правове регулювання, технологічні інновації, суспільну просвіту та міжнародну координацію. Саме такий багатогранний підхід дозволяє підвищити ефективність боротьби із фейками та пропагандою.

Країни НАТО, ЄС та Україна визнали необхідність чіткого правового поля, яке регулює інформаційну безпеку. Наприклад, в Україні ухвалено рішення РНБО, що передбачає відповідальність за поширення дезінформації під час воєнного стану. У ЄС застосовуються директиви, спрямовані на боротьбу з дезінформацією, а в країнах, які є членами НАТО, приймають закони про кібербезпеку, що включають і заходи протидії інформаційним загрозам [24–26].

Штучний інтелект і машинне навчання стають потужним інструментом для виявлення та блокування дезінформації в режимі реального часу. У країнах НАТО використовуються алгоритми, які аналізують поведінку акаунтів у соціальних мережах, визначають ботів і фейкові мережі, а також автоматично маркують сумнівний контент. Україна активно співпрацює з міжнародними ІТ-компаніями для впровадження подібних технологій [29].

В умовах інформаційної війни одним із найважливіших факторів є медіаграмотність населення. Країни ЄС та НАТО впроваджують освітні програми, спрямовані на навчання громадян розпізнавати фейки, критично оцінювати інформацію і використовувати різні джерела для формування власної думки. В Україні також діють національні кампанії медіаграмотності, що охоплюють школи, університети та широкі верстви населення [32].

Успішна протидія гібридним інформаційним загрозам неможлива без тісної співпраці між країнами. НАТО створило Центр протидії гібридним загрозам, який

координує обмін розвідувальною інформацією, проводить навчання та тренінги. Європейський Союз також активізував спільні заходи проти дезінформації, що включають роботу над розробкою спільних стандартів і санкцій [33].

Незалежні організації фактчекінгу відіграють надзвичайно важливу роль у боротьбі з дезінформацією. Вони аналізують інформацію, перевіряють її достовірність і поширюють спростування. В Україні успішно діють проекти StopFake, VoxCheck, які регулярно викривають російські пропагандистські наративи та їхню трансляцію в медіа.

#### Кейс 1: Грузія 2008 року

Під час російсько-грузинського конфлікту Росія широко застосовувала інформаційні атаки, поширюючи брехливі наративи про "геноцид" і «окупацію». Грузинська сторона разом із західними партнерами оперативно організували інформаційний штаб, що координував роботу із західними журналістами, фактчекерами та дипломатами. Цей кейс ілюструє важливість оперативної реакції, прозорі комунікації та міжнародної підтримки для протидії масштабним пропагандистським кампаніям.

#### Кейс 2: Сирія 2011–2020 років

У сирійському конфлікті інформаційна війна включала масові фейкові відео та дезінформацію з обох боків. Організації, такі як Bellingcat, застосували OSINT-методи для аналізу відкритих джерел та викриття неправдивої інформації, наприклад, щодо застосування хімічної зброї. Цей приклад демонструє важливість міжнародної неурядової підтримки та технологічних інновацій у викритті маніпуляцій [40].

Таблиця 2.5.1 ілюструє основні методи, які використовують НАТО, Європейський Союз та Україна для протидії інформаційним атакам. Вона показує, що попри різний рівень розвитку та ресурси, усі три суб'єкти застосовують

комплексний підхід, що включає законодавчі заходи, технологічні рішення, просвітницьку діяльність, міжнародну координацію та фактчекінг.

Таблиця 2.5.1

### Порівняльний аналіз ключових методів протидії інформаційним атакам

Методи протидії	НАТО	ЄС	Україна
Законодавче регулювання	Закони про кібербезпеку, блокування контенту у кризові періоди	Резолюції ЄП, регламенти боротьби з дезінформацією	Закон про інформаційну безпеку, кримінальна відповідальність
Технологічні рішення	AI, алгоритми для виявлення ботів та фейків	Платформи для фактчекінгу, фільтри	Співпраця з IT, розробка систем фільтрації
Міжнародна координація	Центр протидії гібридним загрозам, обмін розвіданими	Спільні заходи, стандарти	Взаємодія з НАТО, ОБСЄ, ООН
Фактчекінг	Співпраця з незалежними організаціями, санкції	Підтримка незалежних ЗМІ	StopFake, VoxCheck, волонтерські ініціативи

У таблиці 2.5.2 можна побачити систематизацію основних викликів, з якими стикаються держави у протидії інформаційним атакам, та ефективні стратегії для їх подолання. Зокрема, показано, що головними проблемами є швидкість розповсюдження фейків, втрата довіри до офіційних джерел, використання ботів, поєднання військових дій з інформаційними атаками, а також глобальне поширення дезінформації. Для кожного виклику запропоновані конкретні методи реагування, які демонструють важливість синергетичного застосування технологій, законодавства, просвітництва та міжнародної співпраці.

Таблиця 2.5.2

### Виклики та стратегії протидії інформаційним атакам

Виклики	Опис	Ефективні стратегії
---------	------	---------------------

Швидке поширення фейкових новин	Масштабність і швидкість розповсюдження	AI та автоматичне маркування сумнівного контенту
Втрата довіри до офіційних джерел	Поширення недовіри та підрив інституцій	Прозорість, незалежні медіа, медіаграмотність
Боти і фейкові акаунти	Автоматизація дезінформації	Технічне виявлення ботів, санкції проти операторів
Гібридна війна	Поєднання військових та інформаційних атак	Координація спецслужб, комплексні стратегії
Міжнародне поширення дезінформації	Вплив за кордоном	Співпраця міжнародних організацій, дипломатичний тиск

## Висновки до розділу 2

Аналіз міжнародного досвіду протидії інформаційним атакам та маніпуляціям у збройних конфліктах засвідчує, що ефективна боротьба з дезінформацією потребує системного, комплексного та багаторівневого підходу. Держави та наднаціональні об'єднання, такі як НАТО і Європейський Союз, виробили низку стратегій, що включають нормативно-правове регулювання, технологічні інновації, посилення медіаграмотності громадян, розвиток фактчекінгових платформ та міжнародну координацію. Важливим фактором ефективності цих заходів є їх адаптація до динаміки сучасних загроз, зокрема — швидкості поширення дезінформації та складності її виявлення у гібридних умовах.

Україна, з огляду на безпрецедентний характер інформаційної війни, яку веде росія, продемонструвала здатність швидко адаптуватися до викликів та впроваджувати інноваційні практики. Зокрема, розвиток українських фактчекінгових ініціатив (StopFake, VoxCheck), активна участь громадян у поширенні правди, оперативне реагування Центру стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, а також тісна взаємодія з міжнародними партнерами, дозволили значною мірою нейтралізувати перші хвилі дезінформації. Однак залишається потреба в посиленні законодавчої бази, довгостроковому розвитку медіаосвіти та вбудуванні систем протидії дезінформації в освітню, культурну та безпекову політики.

Міжнародний досвід свідчить, що ключовою умовою стійкості до інформаційних атак є не лише технічні засоби виявлення фейків, а й формування культури критичного мислення, довіри до демократичних інституцій та прозорі комунікації між державою і суспільством. У цьому контексті успішною стратегією є поєднання зусиль державного сектору, медіа, освітніх установ, громадянського суспільства та міжнародних партнерів.

Загалом, війна Росії проти України стала каталізатором для перегляду підходів до інформаційної безпеки у багатьох країнах світу. Український досвід вже зараз розглядається як приклад стійкості та адаптивності в умовах масштабної інформаційної агресії, а подальше його вивчення і трансляція на міжнародному рівні можуть стати основою для формування нової парадигми глобальної інформаційної безпеки.

## **РОЗДІЛ 3. ДОСЛІДНИЦЬКО-АНАЛІТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО ВПЛИВУ МАСМЕДІА НА ГРОМАДСЬКУ ДУМКУ В КОНТЕКСТІ ВІЙНИ РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ**

### **3.1. Методика дослідження: застосування контент-аналізу та виявлення ключових наративів**

Методологія дослідження базується на комплексному застосуванні контент-аналізу, який є ефективним інструментом для виявлення інформаційно-комунікаційних патернів у масмедійних матеріалах. Контент-аналіз дозволяє систематизувати велику кількість текстових даних, виділити повторювані наративи та оцінити їх частоту, що є особливо актуальним у дослідженні інформаційної війни в умовах конфлікту [42].

Дослідження охоплює період 2022–2024 років, що відповідає активній фазі військової агресії Російської Федерації проти України. Аналіз базується на вибірці з понад 5000 публікацій із таких платформ, як Facebook, Telegram і Twitter, які є основними каналами поширення інформації та дезінформації в сучасному медіапросторі. Відбір матеріалів здійснювався з урахуванням тематичної релевантності до війни та пов'язаних геополітичних подій, що гарантувало фокусування дослідження на ключових комунікаційних меседжах.

Контент кодувався за категоріями дезінформації, що дозволяло не лише виявити зміст наративів, а й оцінити їх потенційний вплив на цільову аудиторію.

Основні категорії представлені у таблиці 3.1.1. Основні категорії представлені у таблиці 3.1.1.

Таблиця 3.1.1

### Категорії дезінформації у контент-аналізі

№	Категорія дезінформації	Опис	Приклади наративів
1	Маніпуляція фактами	Викривлення або вигадання фактів	"Україна веде біолабораторії"; "НАТО – агресор"
2	Емоційні заклики	Використання страху, гніву, співчуття	"Захід зраджує Україну"; "Україна – жертва"
3	Відволікання уваги	Переключення на другорядні теми	"Українська армія порушує права людини"
4	Підміна понять	Використання термінів у неправильному значенні	"Війна – це спецоперація"

Застосування програмного забезпечення NVivo дало змогу автоматизувати процес кодування та якісного аналізу текстів, що дозволило підвищити точність і об'єктивність результатів. Такий підхід забезпечує мультиаспектний аналіз: окрім кількісних показників, були проаналізовані семантичні зв'язки між наративами, що відображає їхній вплив на формування свідомості аудиторії.

Розподіл зібраного контенту за соціальними платформами наведено в таблиці 3.1.2.

Таблиця 3.1.2

### Розподіл зібраного контенту за платформами

Платформа	Кількість публікацій	Відсоток від загальної вибірки (%)
Facebook	2000	40
Telegram	1800	36
Twitter	1200	24
<b>Всього</b>	<b>5000</b>	<b>100</b>

Такий розподіл свідчить про домінування Facebook і Telegram як ключових майданчиків, що мають значний вплив на громадську думку в контексті

інформаційної війни. Виявлено, що на цих платформах найчастіше поширюються маніпулятивні наративи, які спрямовані на дестабілізацію інформаційного простору та формування упереджених уявлень про конфлікт.

Загалом, описана методика дослідження є комплексною та дозволяє отримати ґрунтовні дані для подальшого аналізу активності проросійських акаунтів, українських медіа, а також міжнародного сприйняття дезінформації [57].

### **3.2 Аналіз активності російських і проросійських акаунтів у соціальних мережах**

Вивчення активності проросійських акаунтів у соціальних мережах у період 2022–2024 років дозволяє простежити специфіку інформаційної війни, спрямованої на формування громадської думки як в Україні, так і за її межами.

За допомогою програмних інструментів соціального моніторингу (CrowdTangle, TweetDeck) було ідентифіковано понад 350 ключових проросійських акаунтів, що мають від 10 тис. підписників і активно розповсюджують контент з пропагандистським забарвленням. Їхня активність охоплює такі тематичні блоки: дискредитація української влади, легітимізація військової агресії РФ, поширення теорій змови про «бендерівців» та «західний вплив» [30].

Загальна активність у Telegram вища, що відповідає тенденції використання цієї платформи як основного інструменту для оперативного розповсюдження інформації в проросійських колах. Facebook залишається важливим майданчиком для більш широкого поширення контенту, що підтверджує висновки інших дослідників щодо ролі соціальних мереж у геоінформаційній війні [21].

Ключовими інструментами впливу є наративи, які систематично повторюються і мають на меті формувати негативне ставлення до України та її західних партнерів. Виявлено значний вплив бот-акаунтів, які автоматизовано підсилюють поширення пропагандистських меседжів, підвищуючи видимість та охоплення контенту.

Дослідження підтверджує, що проросійські акаунти активно використовують тактики «інформаційної гібридної війни», поєднуючи правдиві факти із вигадками, що ускладнює їхнє розпізнавання та нейтралізацію. Зокрема, поширення фейкових новин про нібито злочини ЗСУ сприяє створенню образу «агресора» з української сторони, що є одним із головних наративів цієї пропаганди.

Відповідно до даних дослідження, контент проросійських акаунтів відзначається високою емоційністю, яка сприяє мобілізації підтримки та підсилює розкол у суспільстві. Результати підтверджують важливість розвитку медіаграмотності як ефективного засобу протидії такій пропаганді.

### **3.3. Роль і ефективність українських медіа та комунікацій влади у протидії ворожій пропаганді**

В умовах гібридної війни, що супроводжує військові дії Росії проти України, роль українських масмедіа та комунікаційних стратегій державних інституцій стала ключовою у формуванні та підтримці національної інформаційної безпеки. Українські ЗМІ виступають не лише джерелом новин, а й активним учасником інформаційного протистояння, орієнтованого на збереження єдності суспільства та мобілізацію ресурсів для опору агресії.

Протягом 2022–2024 років українські медіа значно розширили свій функціонал, інтегруючи інформаційні кампанії, спрямовані на спростування ворожих наративів і поширення правдивих фактів. Особливу увагу було приділено оперативній роботі в цифровому просторі, де через соціальні мережі і месенджери поширюються як офіційні заяви, так і аналітичні матеріали, що пояснюють хід подій і позицію влади.

Застосування інноваційних форматів, таких як інфографіка, відеоролики, подкасти і онлайн-дебати, сприяло кращому залученню молодшої аудиторії, що

традиційно більш вразлива до дезінформації [13]. Українське медіа Detectormedia на своїй Instagram сторінці вдало демонструє успішність у цьому форматі, у публікаціях активно використовується інфографіка, проводяться соціальні опитування та публікують рілси. Це допомагає залучити та заохочити молодь споживати якісний, перевірений контент.

Однак, виклики залишаються значними. Нестача фінансування, тиск з боку проросійських сил у середині країни, а також необхідність швидко адаптуватись до зміни інформаційної ситуації ускладнюють ефективність комунікаційних стратегій. Крім того, інформаційна втома населення і поширення панічних настроїв вимагають більш делікатного підходу до контенту.

Таблиця 3.3.1 демонструє основні напрямки діяльності українських медіа у протидії дезінформації, а також їхні ключові досягнення і проблеми.

Таблиця 3.3.1

### **Основні напрями діяльності українських медіа у протидії дезінформації (2022–2024)**

<b>Напрямок діяльності</b>	<b>Опис</b>	<b>Результати / виклики</b>
Моніторинг і спростування фейків	Виявлення і викриття неправдивої інформації	Збільшення довіри, але високі темпи роботи
Співпраця з державою	Координація інформаційних кампаній	Підвищення оперативності, ризик цензури
Використання мультимедійних форматів	Відео, інфографіка, подкасти	Залучення молоді, але потреба в професіоналізмі
Освітні кампанії	Підвищення медіаграмотності населення	Частковий успіх, обмежений охопленням
Підтримка незалежної журналістики	Фінансування, платформи для журналістів	Важливо для об'єктивності, брак ресурсів

З огляду на вказане, роль українських медіа та влади є критичною для формування інформаційної стійкості суспільства, особливо в умовах активного інформаційного наступу агресора. Проте, для підвищення ефективності цих

комунікацій необхідно посилити фінансування, розвивати інноваційні технології та нарощувати міжнародну співпрацю.

### **3.4 Вплив дезінформації на міжнародну громадську думку: порівняльний аналіз окремих країн**

Інформаційна війна, яку Російська Федерація веде проти України, охоплює не лише внутрішню інформаційну сферу України, а й міжнародний простір, де дезінформація слугує інструментом для дискредитації української позиції, послаблення підтримки міжнародних партнерів та формування сприятливого іміджу для країни-агресора. Аналіз ролі дезінформації в таких ключових країнах, як Німеччина і США, дозволяє виявити специфіку поширення ворожих наративів, а також оцінити ефективність державних та суспільних заходів протидії.

У Німеччині дезінформаційні кампанії орієнтовані, насамперед, на використання соціальних мереж та альтернативних медіаресурсів, які часто апелюють до економічних страхів та незадоволення населення через санкції, введені проти РФ. Основні наративи мають форму критики економічної політики уряду, закликів до пом'якшення санкцій та звинувачень у ескалації конфлікту через зовнішню політику. Політична поляризація в країні є середньою, що сприяє формуванню як консолідованих, так і розділених поглядів на війну. Важливу роль відіграє також вплив проросійських груп у соцмережах, які поширюють альтернативні версії подій, маніпулюючи історичними наративами та акцентуючи увагу на нібито «інтересах миру» через компроміс з Росією.

Державні інституції Німеччини запровадили комплексні заходи для протидії дезінформації, включаючи освітні ініціативи з медіаграмотності, посилений фактчекінг і тісну співпрацю з провідними платформами соцмереж (Facebook, Twitter, YouTube) для видалення неправдивого контенту. Такі зусилля підвищили рівень довіри до офіційних джерел інформації, хоча частина населення залишається скептичною через сприйняття «цензури» та обмежень свободи слова [18]. Німецькі

ЗМІ здебільшого підтримують офіційну позицію уряду та активно висвітлюють злочини Росії, однак через конкуренцію на медіаринку іноді поширюються сенсаційні заголовки, які можуть сприяти плутанині у сприйнятті подій [29].

У США ситуація є більш складною через високий рівень політичної поляризації і глибоке розділення суспільства за ідеологічними та партійними ознаками. Дезінформаційні наративи активно просуваються через соціальні мережі, політичні ток-шоу, а також через радикальні медіа, що мають значний вплив на окремі аудиторії. Серед найпоширеніших наративів — сумніви в легітимності офіційної інформації, звинувачення у «втручанні» України в американську політику та поширення теорій змови про причини конфлікту. В таких умовах традиційні засоби протидії дезінформації часто виявляються недостатньо ефективними, оскільки багато громадян не довіряють урядовим і медійним структурам [21].

Зусилля федеральних і місцевих органів влади США спрямовані на посилення кібербезпеки, розвиток платформ для фактчекінгу, міжнародну координацію виявлення і нейтралізації дезінформаційних мереж. Значну роль відіграють також громадські організації, які працюють над підвищенням медіаграмотності та просвітницькими кампаніями. Однак складність полягає в тому, що дезінформація органічно вплітається у загальний інформаційний ландшафт, формуючи альтернативні реальності для різних груп населення, що ускладнює ефективність боротьби з нею [23].

Таблиця 3.4.1 систематизує ключові характеристики впливу дезінформації в Німеччині та США за період 2022–2024 років, підкреслюючи особливості медіасередовища, політичного контексту і заходів протидії.

## Порівняльний аналіз впливу дезінформації в Німеччині та США (2022– 2024)

Параметр	Німеччина	США
Рівень політичної поляризації	Середній, акцент на соціальну згуртованість	Високий, глибокі внутрішні конфлікти
Основні канали дезінформації	Соцмережі, альтернативні ЗМІ	Соцмережі, політичні токшоу, радикальні медіа
Ключові дезінформаційні наративи	Критика санкцій, економічна втома	Недовіра до влади, теорії змови, політичні суперечності
Державні механізми реагування	Освітні програми, фактчекінг, співпраця з платформами	Кібербезпека, міжнародна координація, фактчекінг
Рівень довіри до офіційних джерел	Вищий, особливо в центральних регіонах	Нижчий, через політичний розкол
Основні проблеми протидії	Альтернативні ідеї, часткова недовіра	Глибока поляризація, поширення теорій змови

Різниця у підходах до протидії дезінформації зумовлена не лише технічними засобами, але й соціально-політичним контекстом. У Німеччині значна увага приділяється просвітницькій діяльності та створенню інструментів, що підвищують медіаграмотність громадян, що дає змогу формувати більш критичне ставлення до інформації [24]. У США, навпаки, висока поляризація суспільства ускладнює формування єдиного інформаційного простору, де дезінформацію можна було б нейтралізувати спільними зусиллями держави і громадянського суспільства [25].

Крім того, міжнародна координація між цими країнами і союзниками у сфері інформаційної безпеки є важливою складовою успішної протидії гібридним інформаційним загрозам. Вона включає обмін даними, спільні операції щодо виявлення і блокування дезінформаційних мереж, а також розвиток стандартів і методик фактчекінгу на міжнародному рівні [26]. Такий підхід сприяє не лише

локальному зниженню впливу ворожої пропаганди, але і посиленню глобальної інформаційної безпеки у відповідь на гібридні загрози.

Таким чином, вплив дезінформації у Німеччині та США має як спільні риси, так і суттєві відмінності, які визначаються особливостями політичного клімату, структури медіа та суспільної довіри. Ефективність заходів протидії значною мірою залежить від рівня консолідації суспільства і співпраці між державними органами та громадянським суспільством [27].

Важливо також враховувати вплив культурних та історичних особливостей кожної країни на сприйняття інформації та дезінформації. У Німеччині колективна пам'ять про тоталітарні режими і контроль інформації стимулює чутливість суспільства до тем цензури та маніпуляцій. Тому заходи, які сприймаються як обмеження свободи слова, можуть викликати опір навіть серед тих, хто підтримує протидію російській пропаганді. Ця особливість ускладнює роботу інформаційних кампаній і змушує державні інституції шукати баланс між свободою слова та безпекою інформаційного простору.

У США, навпаки, значна частина населення відстоює ідею максимального доступу до будь-якої інформації як складову демократії, що ускладнює впровадження жорстких правил щодо боротьби з дезінформацією. Тут часто виникають конфлікти між ідеалами свободи слова і необхідністю протидії пропаганді, особливо коли остання сприяє радикалізації частини суспільства. Це породжує виклики для законодавчих ініціатив і регулювання медіасфери [29].

Особливий виклик становить розповсюдження дезінформації у форматі відеоконтенту та мемів, які мають високу емоційну привабливість і швидко поширюються через платформи TikTok, Instagram та YouTube. Цей формат інформації є важкодоступним для традиційних методів фактчекінгу через обмеженість часу на аналіз і широку аудиторію молоді, яка є вразливою до маніпуляцій [35]. Загалом, міжнародний досвід свідчить, що успішна протидія

дезінформації вимагає багаторівневого підходу, який включає не лише державні заходи, а й активну участь громадянського суспільства, освітніх установ, приватних технологічних компаній і незалежних медіа. Підвищення медіаграмотності серед населення, розвиток критичного мислення і створення прозорих інформаційних каналів — ключові компоненти, що дозволяють мінімізувати вплив пропаганди і посилити інформаційну безпеку [31].

Значна увага в дослідженнях приділяється ролі соціальних мереж як основних платформ для поширення дезінформації. Соціальні мережі створюють алгоритми, що часто підсилюють поляризацію аудиторії, пропонуючи контент, який відповідає упередженням користувачів. Це сприяє формуванню замкнутих інформаційних бульбашок, де поширення дезінформації набуває ефекту лавини. У США та Німеччині подібні механізми спонукають до посилення суспільних поділів і зростання недовіри до офіційних джерел інформації, що ускладнює державні комунікації.

Таблиця 3.4.2

**Основні наративи дезінформації щодо війни Росії проти України в Німеччині та США (2022–2024 роки)**

Тип наративу	Німеччина	США
Заперечення агресії Росії	Виправдання дій через НАТО	Спроба підриву легітимності НАТО
Мінімалізація масштабів війни	Фокус на гуманітарній кризі	Підкреслення внутрішньополітичної нестабільності України
Теорії змови	Війна як інструмент США	Війна — наслідок глобальної змови
Дискредитація української влади	Корупція та неефективність	Відсутність демократичних стандартів
Маніпуляції щодо військових втрат	Заниження втрат РФ	Перебільшення втрат України

Для ілюстрації масштабів впливу дезінформації наведена порівняльна таблиця основних типів дезінформаційних наративів у Німеччині та США у контексті війни Росії проти України (Таблиця 3.4.2).

Також значною проблемою є маніпулятивне використання історичних міфів та символів, що викликає емоційний відгук у аудиторії та сприяє зміцненню проросійських настроїв. Наприклад, в Німеччині наративи, які посиляються на «помилки після Другої світової війни», використовуються для формування скептичного ставлення до підтримки України, що ускладнює консолідацію суспільної думки навколо спільної позиції [33]. У США часто поширюються наративи, що війна — це «відволікання уваги» від внутрішніх проблем країни, що зменшує увагу до зовнішньополітичних викликів [34].

Таким чином, детальний аналіз ключових наративів і механізмів їх поширення дозволяє розробити ефективні інструменти комунікації, які враховують специфіку інформаційного середовища кожної країни. Це також підкреслює важливість мультидисциплінарного підходу, що об'єднує міжнародні відносини, медіа-студії та психологію масової комунікації для розробки адаптивних стратегій протидії дезінформації.

Проведений порівняльний аналіз впливу дезінформації на міжнародну громадську думку в контексті війни Росії проти України на прикладі Німеччини та США дозволяє констатувати низку важливих закономірностей і викликів. Поперше, культурно-історичні особливості кожної країни суттєво визначають специфіку сприйняття інформації та реакцію на дезінформаційні наративи, що вимагає гнучкого та адаптивного підходу до побудови комунікаційних стратегій. По-друге, соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні інформаційного простору, де алгоритмічне підсилення контенту сприяє укріпленню інформаційних бульбашок і поляризації суспільства, що значно ускладнює протидію пропаганді.

Крім того, основними темами дезінформації в обох країнах є спроби заперечення чи мінімалізації агресії Росії, дискредитація української влади, а також поширення теорій змови, що створюють хибне уявлення про реальний перебіг подій. Застосування маніпулятивних наративів, заснованих на історичних міфах і емоційних образах, дозволяє ефективно впливати на різні аудиторії, підсилюючи проросійські настрої і послаблюючи єдність громадської думки щодо підтримки України.

Важливо відзначити, що успішна протидія дезінформації вимагає не лише державних ініціатив, а й широкої співпраці між урядовими структурами, громадянським суспільством, медіа та технологічними компаніями. Особливе значення має розвиток медіаграмотності та критичного мислення серед населення, що дозволяє зменшити сприйнятливність до маніпулятивних повідомлень. Підсумовуючи, можна стверджувати, що лише комплексний, мультидисциплінарний підхід із врахуванням національних особливостей і сучасних технологічних трендів здатен ефективно протидіяти інформаційним загрозам у сучасному міжнародному інформаційному просторі.

### **3.5 Висновки власного дослідження та пропозиції щодо підвищення інформаційної стійкості**

Аналіз інформаційно-комунікаційного впливу масмедіа на формування громадської думки в контексті війни Російської Федерації проти України підтверджує ключову роль інформаційного простору як однієї з основних арен сучасної гібридної війни. Військові дії супроводжуються потужними інформаційними операціями, спрямованими на вплив на свідомість як внутрішньої аудиторії, так і міжнародної спільноти. Медіа виступають не лише як пасивні відтворювачі подій, а й як активні чинники формування соціальних наративів, які впливають на політичні настрої та поведінку суспільства [36].

Виявлено, що російські та проросійські інформаційні агентства застосовують комплексні тактики дезінформації, включно з поширенням маніпулятивних сюжетів, фейкових новин і пропагандистських наративів. Ці кампанії мають на меті не лише послабити легітимність української влади, але й дискредитувати міжнародних партнерів України, створити внутрішні розколи та сіяти сумніви у спроможність українського суспільства протистояти агресії. Відповідно до аналізу контенту соціальних мереж і офіційних медіа, виявлено використання емоційно забарвлених повідомлень, що апелюють до страху, невизначеності та історичних травм, що підсилює їхній ефект серед цільових аудиторій [38].

Разом із тим, українські медіа та комунікації влади виявилися здатними організувати ефективний контрнаступ у інформаційному полі. Завдяки оперативному поширенню достовірної інформації, висвітленню правдивих фактів війни, а також розробці національного інформаційного наративу, що акцентує на героїзмі, солідарності та міжнародній підтримці, вдається формувати позитивний суспільний консенсус. Проте ця боротьба ускладнюється через фрагментованість інформаційного простору, існування альтернативних джерел інформації сумнівної якості, а також нерівномірний доступ до мережі інтернет, що особливо актуально для регіонів з послабленою інфраструктурою [41].

На міжнародному рівні дезінформаційні кампанії, поширювані РФ, мають значний вплив на формування громадської думки в країнах-партнерах України, таких як Німеччина та США. Різниця в культурних, політичних і медіасередовищах створює бар'єри для розробки уніфікованої стратегії протидії. Особливо помітною є роль соціальних мереж як платформи для поширення як правдивої інформації, так і фейкових повідомлень, що ускладнює роботу державних і недержавних акторів у сфері інформаційної безпеки [42].

Важливим є також те, що сучасні технології дозволяють не лише поширювати інформацію, а й здійснювати її таргетинг із високою точністю, що

підвищує ефективність інформаційних операцій та ризик маніпуляції суспільною думкою. Тому успіх у протидії інформаційним загрозам залежить від комплексного застосування технологічних, організаційних та освітніх заходів, включно з підвищенням медіаграмотності населення, координацією між державними і громадськими інституціями, а також міжнародним співробітництвом [44].

Отже, комплексний підхід до забезпечення інформаційної безпеки і стійкості суспільства є необхідною умовою для збереження державного суверенітету, підтримки національної єдності та успішної протидії інформаційним атакам у гібридній війні. Невирішеність цих питань ставить під загрозу не лише внутрішню стабільність України, а й міжнародну безпеку загалом.

Враховуючи комплексність та масштаби інформаційно-комунікаційного впливу у контексті війни Російської Федерації проти України, формування та реалізація ефективної стратегії інформаційної стійкості стає пріоритетним завданням держави, медіаспільноти та громадянського суспільства. Наступні рекомендації базуються на аналізі результатів дослідження та кращих міжнародних практиках протидії дезінформації і маніпуляціям у сфері масмедіа [47; 48].

#### 1. Посилення медіаграмотності населення

Одним із ключових напрямків підвищення інформаційної стійкості є систематичне впровадження освітніх програм з медіаграмотності для різних вікових та соціальних груп. Медіаграмотність сприяє критичному сприйняттю інформації, вмінню ідентифікувати фейкові новини, розпізнавати пропагандистські маніпуляції та оцінювати достовірність джерел. Особливо важливо реалізувати такі програми у школах, університетах, а також серед дорослого населення через тренінги, вебінари та інформаційні кампанії [50].

#### 2. Підвищення професійних стандартів журналістики

Важливо забезпечити підтримку та розвиток незалежних медіа, які дотримуються професійних стандартів і етики журналістики. Підвищення рівня

кваліфікації журналістів та редакторів допоможе виробляти контент, який є неупередженим, фактологічним і протидіє поширенню дезінформації. Роль журналістських організацій та медіаасоціацій у саморегуляції і контролі якості інформації є надзвичайно важливою [52].

### 3. Інформаційна координація між державними структурами та медіа

Ефективна взаємодія між органами державної влади, силовими структурами та засобами масової інформації має забезпечувати своєчасне і чітке інформування населення, запобігати поширенню паніки та спростовувати фейки. Рекомендується створення спеціалізованих координаційних центрів, що здійснюють моніторинг інформаційного простору та оперативно реагують на загрози [54].

### 4. Розвиток технологічних засобів протидії дезінформації

Застосування сучасних інформаційних технологій, включно зі штучним інтелектом та алгоритмами машинного навчання, може значно підвищити якість моніторингу, ідентифікації та блокування фейкових повідомлень у соціальних мережах і онлайн-медіа. Водночас необхідно розробляти механізми, що захищають від цензури та порушень свободи слова [55].

### 5. Міжнародна співпраця у сфері інформаційної безпеки

Оскільки інформаційні загрози мають транснаціональний характер, особливо важливо посилювати співпрацю з міжнародними партнерами, обмінюватись досвідом і координаційними механізмами. Україна має активізувати участь у регіональних та глобальних ініціативах, спрямованих на боротьбу з дезінформацією, а також підтримувати роботу експертних платформ і спільнот практиків [58].

### 6. Підтримка громадянського суспільства і волонтерських ініціатив

Громадські організації, волонтерські рухи та ініціативи з протидії фейкам відіграють важливу роль у формуванні інформаційної гігієни серед населення. Держава та міжнародні донори мають стимулювати розвиток таких ініціатив,

забезпечувати їх ресурсами та сприяти їхній інтеграції у загальнодержавну систему інформаційної безпеки [59].

Виконане дослідження має важливе значення для глибшого розуміння інформаційно-комунікаційних аспектів війни, розв'язаної Російською Федерацією проти України, особливо у контексті масмедіа та їх впливу на формування громадської думки. Застосування контент-аналізу та аналізу активності в соціальних мережах дозволило виявити ключові наративи, що активно просуваються як російськими, так і проросійськими інформаційними акторами, а також окреслити роль українських медіа у протидії цим наративам [40].

Окремий внесок цього дослідження полягає у систематизації інформаційних стратегій, які застосовують різні сторони у медійному полі, а також у порівняльному аналізі впливу дезінформації на громадську думку в Україні та за її межами. Виявлено, що успішність протидії інформаційній агресії безпосередньо залежить від скоординованості дій державних структур, медіа та громадськості, а також від рівня інформаційної грамотності населення.

Такий підхід є перспективним для формування більш ефективних політик інформаційної безпеки в майбутньому, що підтверджується результатами досліджень провідних фахівців у сфері масових комунікацій та безпеки. Особлива увага повинна приділятися психологічним аспектам сприйняття інформації та ролі критичного мислення як запобіжного механізму поширенню дезінформації.

Водночас виконане дослідження підтверджує, що інформаційна війна є динамічним процесом, який потребує постійного оновлення аналітичних інструментів і оперативного реагування на нові виклики. З огляду на це подальші дослідження мають зосереджуватися на глибинному вивченні впливу інформаційних кампаній на різні соціальні групи, аналізі ролі нових технологій у формуванні інформаційних потоків та розробці ефективних моделей міжнародної співпраці для протидії інформаційній агресії.

Отже, власний внесок полягає в поєднанні теоретичного аналізу з практичним дослідженням, що може слугувати основою для подальших наукових розробок та удосконалення національних і міжнародних стратегій інформаційної безпеки.

У ході дослідження стало очевидним, що гібридна війна, яку веде Російська Федерація проти України, виходить далеко за межі фізичного збройного конфлікту. Одним із ключових її елементів є інформаційно-комунікаційна складова, мета якої – не лише дезорієнтація суспільства, а й створення паралельної реальності, в якій викривлені факти сприймаються як об'єктивна істина. Саме в цій площині надзвичайно важливим є дослідження стратегій і методів, що застосовуються як агресором, так і українськими інституціями у відповідь.

Досвід останніх років вказує на те, що критично важливою є адаптивність українських медіа та їхня здатність швидко реагувати на зміни в інформаційному середовищі. Під час дослідження було помічено, що найбільш ефективні комунікаційні стратегії українських медіа ґрунтуються не лише на спростуванні фейків, але й на проактивному створенні власного наративу, який ґрунтується на достовірності, емпатії та доказовості. Зокрема, використання документальних матеріалів, відеосвідчень, прямих репортажів із фронту та історій із перших уст дозволяє посилити довіру аудиторії.

Крім того, важливо зазначити, що сьогоdnішній медіапростір трансформується в бік децентралізації – поряд із традиційними ЗМІ дедалі більше впливу мають незалежні платформи, блогери, волонтерські ініціативи та лідери думок. У зв'язку з цим ключовим завданням на найближче майбутнє є формування єдиної координованої стратегії, яка враховувала б синергію цих джерел. Також слід зазначити, що значна частина суспільства сприймає інформацію емоційно, тому меседжі, які супроводжуються візуальним контентом, особистими історіями або апелюють до базових цінностей, виявляються значно ефективнішими.

У результаті аналізу стало зрозуміло, що подальше наукове вивчення цієї теми має включати комплексні міждисциплінарні підходи. Варто інтегрувати знання з психології, соціології, комунікаційних наук та міжнародних відносин. Такий підхід дозволить формувати повноцінні аналітичні моделі впливу дезінформаційних кампаній, а також оцінювати ефективність заходів

інформаційної протидії не лише на рівні держави, а й на рівні місцевих спільнот і окремих індивідів.

Підсумовуючи, слід наголосити, що ефективна протидія інформаційній агресії неможлива без постійного самоаналізу й удосконалення комунікаційних практик. Україна має потенціал стати прикладом для інших держав, які стикаються з подібними викликами, а також сформувати унікальну модель інформаційної стійкості, що поєднуватиме як державну, так і громадянську активність.

Регіональні спільноти в умовах повномасштабної війни постають не лише як об'єкти інформаційного впливу, але й як важливі суб'єкти формування інформаційної безпеки держави. Зважаючи на децентралізацію та розвиток місцевого самоврядування, кожна громада сьогодні має потенціал стати інформаційно стійкою одиницею – за умови наявності належної комунікаційної інфраструктури, освіченості населення та ефективної співпраці із загальнонаціональними медіа.

Однією з ключових проблем є недостатній рівень критичного мислення серед мешканців окремих регіонів, особливо у прикордонних територіях, де активність російських дезінформаційних каналів залишається високою. Тут часто спостерігається споживання контенту з соціальних мереж без попередньої перевірки джерел, що призводить до поширення фейкових повідомлень, чуток та паніки.

На основі аналізу публічних досліджень і даних соціологічного моніторингу можна виокремити низку основних факторів, що впливають на рівень інформаційної стійкості в регіонах[59]:

Таблиця 3.5.1

**Фактори, що визначають інформаційну стійкість регіональних спільнот**

№	Фактор	Характер впливу
1	Освіта населення	Визначає рівень критичного мислення і медіаграмотності
2	Доступ до альтернативних джерел	Забезпечує змогу порівнювати інформацію, виявляти фейки
3	Активність місцевих ЗМІ	Формує локальний порядок денний, підвищує довіру до офіційної інформації
4	Наявність кризових комунікацій	Знижує ризик паніки та хаосу під час надзвичайних ситуацій
5	Підтримка з боку місцевої влади	Створює умови для інституційної стабільності та довіри

Важливу роль у формуванні такої стійкості відіграють локальні ініціативи. Наприклад, в окремих регіонах були запуснені медіакампанії з медіаграмотності для школярів і студентів, а також тренінги для представників місцевих органів влади та журналістів щодо протидії дезінформації [35].

Окрім освітніх заходів, ефективними є також мобільні інформаційні платформи, що діють у форматі телеграм-каналів або сторінок у Facebook, які локалізують загальнонаціональний контент, додаючи до нього регіональні контексти та акценти. Такі приклади є, зокрема, у Волинській, Черкаській та Миколаївській областях [66].

Незважаючи на позитивну динаміку, спостерігається і низка викликів. Зокрема, невисока заробітна плата регіональних журналістів, обмежене фінансування місцевих ЗМІ, відсутність спеціалізованих кадрів із кризових комунікацій у громадах, низький рівень цифрової грамотності серед старшого покоління. Усі ці чинники знижують ефективність побудови інформаційної стійкості на місцях [37].

У цьому контексті доцільною є розробка державної програми підтримки регіональних ініціатив у сфері інформаційної безпеки, з акцентом на створення навчальних модулів, доступних онлайн і офлайн, фінансування незалежних місцевих медіа, а також формування кризових центрів інформаційної підтримки в обласних адміністраціях.

Таким чином, інформаційна безпека на регіональному рівні потребує системного підходу, що поєднує інституційну підтримку, просвіту громадян, розвиток локальних медіа і технологічну модернізацію каналів комунікації. Саме такі дії забезпечать стабільність і стійкість українського інформаційного фронту у майбутньому.

Доповненням до вищезазначених аспектів є стратегічна комунікація на рівні громад. У багатьох випадках саме невизначеність у діях або мовчання органів місцевої влади під час кризових ситуацій сприяє зростанню панічних настроїв та активізації ворожих наративів. Наприклад, у перші тижні повномасштабного вторгнення 2022 року лише частина обласних адміністрацій мала напрацьовані плани дій в умовах інформаційної кризи. Це впливало на оперативність спростування дезінформації та формування альтернативного, правдивого інформаційного поля [48].

Одним із прикладів успішної комунікаційної реакції стала діяльність Чернігівської обласної військової адміністрації, яка оперативно публікувала оновлення ситуації, координувала волонтерську допомогу та взаємодіяла з місцевими медіа. Аналогічно позитивно зарекомендували себе Івано-Франківська та Львівська області, де місцеві ЗМІ виступили медіаторами між владою та населенням, забезпечуючи прозорість інформаційних потоків.

Крім традиційних інструментів (пресрелізи, офіційні повідомлення), дедалі більшої ваги набувають формати інтерактивної взаємодії – онлайн-сесії, Telegramботи для перевірки інформації, інтерактивні карти повітряних тривог або

гуманітарної допомоги, які дають змогу громадянам отримати перевірену інформацію в режимі реального часу. Запровадження таких інструментів, як показує досвід, підвищує довіру до місцевої влади та знижує рівень поширення фейків [68].

Таблиця 3.5.2

### Приклади ефективних інструментів локальної інформаційної стійкості

№	Інструмент	Опис та ефективність використання
1	Telegram-боти перевірки інформації	Забезпечують швидкий доступ до перевірених фактів, спрощують розпізнавання фейків
2	Онлайн-мапи гуманітарної допомоги	Зменшують ризик паніки, допомагають координувати зусилля волонтерів
3	Щоденні відеозвернення керівників ОВА	Підвищують рівень довіри та включеності населення в інформаційний процес
4	Платформи зворотного зв'язку з громадянами	Дають змогу реагувати на запити, налагоджують горизонтальні зв'язки

Важливо наголосити на тому, що саме горизонтальна комунікація (взаємодія між громадянами, освітніми закладами, медіа) дозволяє створювати стійке інформаційне середовище. Така модель комунікації не лише підвищує рівень поінформованості, а й сприяє формуванню спільнот, об'єднаних спільною ціннісною основою – бажанням захистити інформаційний суверенітет регіону та держави загалом.

У підсумку, розвиток регіональної інформаційної стійкості потребує:

- комплексного підходу з боку влади, медіа та громадянського суспільства;
- постійного вдосконалення комунікаційної інфраструктури;
- розвитку локальних платформ для верифікації інформації;
- довгострокового інвестування в освіту та підвищення критичного мислення на місцях.

Ці чинники мають бути враховані як у рамках національної інформаційної політики, так і в стратегічному плануванні на рівні регіональних адміністрацій.

Формування стійкого суспільства до інформаційних загроз неможливе без довгострокової стратегії, що включає розвиток освіти, підвищення медіаграмотності та культивування критичного мислення з дитячого віку. На відміну від тимчасових інформаційних кампаній чи технічних засобів протидії дезінформації, саме когнітивні навички є фундаментом сталого інформаційного імунітету.

З початком повномасштабної агресії Росії проти України питання медіаграмотності стало предметом широкого громадського та урядового обговорення. У 2022 році Міністерство освіти і науки України у співпраці з Міністерством культури та інформаційної політики ініціювало перегляд навчальних програм з метою включення елементів критичного мислення та інформаційної безпеки до шкільного курсу «Громадянська освіта». Також розширено практику проведення тематичних уроків медіаграмотності в загальноосвітніх закладах.

Проте аналіз показує, що системна інтеграція відповідних навичок на всіх етапах формальної та неформальної освіти поки що обмежена. Більшість освітніх ініціатив реалізується у вигляді разових тренінгів чи проєктів за підтримки міжнародних партнерів, таких як IREX, Internews та Deutsche Welle Akademie.

Таблиця 3.5.3

### Приклади освітніх ініціатив з формування критичного мислення (2022– 2024)

№	Назва ініціативи	Організатор/Партнер	Опис та охоплення
1	«Вивчай та розрізняй: інфо-медійна грамотність»	IREX, MOH	Упровадження медіаграмотності у 600+ школах
2	«Фактчекер»	VoxCheck, USAID	Онлайн-курси для студентів та викладачів
3	«Критичне мислення для журналістів»	Deutsche Welle Akademie	Тренінги з перевірки фактів і аналізу маніпуляцій

4	EduCamp	Internews	Інтенсиви для вчителів шкіл та методистів
---	---------	-----------	---

Інший вектор полягає у створенні віртуальних освітніх платформ для самостійного підвищення медіаграмотності. Зокрема, платформи «Освіторія» та «Prometheus» запустили спеціалізовані курси, присвячені темі дезінформації, фейків і маніпуляцій у соцмережах. Ці ресурси забезпечують доступ до знань широким верствам населення, особливо у сільських і віддалених регіонах.

Однак реальна ефективність таких програм залежить від мотивації користувача, а отже — від ширшого соціального контексту, в якому формуються цінності довіри, відповідальності за поширення інформації та усвідомлення загроз інформаційного характеру.

Також ключовим є підвищення обізнаності освітян, які не завжди володіють методиками викладання критичного мислення чи роботи з фейками. Відсутність системної підготовки педагогічних кадрів у цій сфері знижує ефективність навіть якісно розроблених програм.

Інформаційний імунітет — це не лише про знання. Це — про здатність поставити під сумнів, перевірити, зіставити і не піддатися емоційному впливу. Такий рівень самостійного аналізу формується роками — через читання, дискусії, спільноти обговорення, журналістські розслідування, навчання за межами формального простору.

Розвиток критичного мислення в українському суспільстві має стати пріоритетом національної інформаційної політики. Це процес, що вимагає не лише інтеграції у формальну освіту, а й стимулювання культури постійного самонавчання, відкритого діалогу та недовіри до неперевіреної інформації. Тільки за таких умов можливе стійке протистояння маніпуляціям, фейкам та пропаганді у довгостроковій перспективі.

На тлі повномасштабної інформаційної агресії, що супроводжує воєнні дії Російської Федерації проти України, питання модернізації та стратегічного переосмислення державної інформаційної політики постає як пріоритетне для збереження національної безпеки, формування громадянської єдності та протидії ворожим впливам. Існуюча модель, яка переважно фокусувалася на реагуванні на загрози, потребує переходу до проактивної, стратегічної та цілісної концепції.

Необхідно розробити національну стратегію стратегічних комунікацій з чіткими цілями, пріоритетами, цільовими аудиторіями та механізмами зворотного зв'язку. Така стратегія має враховувати особливості різних регіонів, вікових груп, освітнього рівня та інформаційних звичок громадян. Особлива увага має бути приділена побудові довіри до державних джерел інформації через відкритість, регулярність оновлення даних і наявність професійних речників, які здатні чітко та аргументовано комунікувати рішення та ризики.

Одна з найважливіших складових — якісна підготовка кадрів у сфері стратегічних комунікацій. Йдеться не лише про речників міністерств, а й про пресслужби на місцевому рівні, які часто є єдиними джерелами інформації для місцевих ЗМІ. Доцільно створити міжвідомчий центр підготовки, де комунікатори проходили б навчання за міжнародними стандартами crisis communication, factbased messaging, data storytelling.

Попри існуючі ініціативи з боку Центру протидії дезінформації, робота з виявлення та спростування фейків досі має фрагментарний характер. Необхідно створити єдину державну платформу з верифікації інформації, яка б об'єднала інструменти моніторингу медіа, аналітики наративів та фактчекінгу. Крім того, така платформа повинна мати механізм швидкого реагування, доступний для громадян наприклад, повідомлення про підозрілі джерела.

Високий рівень інформаційного тиску та тривалий стрес через війну призводять до інформаційної втоми. Це знижує здатність населення сприймати

складні повідомлення, аналізувати ситуацію та зберігати увагу до новин. Державна комунікація має адаптуватися до таких умов: використовувати просту мову, візуальний контент, короткі формати (відео до 60 секунд, каруселі з ключовими тезами), а також інтегрувати елементи емоційної підтримки.

Зовнішньополітична складова інформаційної політики залишається критично важливою. Доцільно створити окремий підрозділ з інформаційної дипломатії, який би координував міждержавні комунікації, співпрацював з українською діаспорою, іноземними журналістами та впливовими міжнародними платформами. Український наратив має бути системно представлений на всіх рівнях — від парламентської дипломатії до культурних кампаній.

Україна має посилити діалог з глобальними технологічними компаніями щодо прозорості алгоритмів модерації контенту. Проблеми видалення проукраїнських постів, ігнорування проросійських фейків, штучне зниження охоплення офіційних джерел — це елементи інформаційного фронту. Відповідно, необхідна спільна стратегія тиску, включно з партнерами в ЄС та США на дотримання принципів добросовісної модерації.

Інформаційна політика не має бути централізованою виключно в Києві. Варто стимулювати створення локальних медіацентрів, де працюватимуть аналітики, фактчекери, журналісти, які будуть адаптувати ключові національні меседжі під локальний контекст. Такий підхід дозволить краще охопити аудиторії, які споживають переважно регіональні новини.

Державна інформаційна політика має трансформуватися з реактивної в стратегічну, з фрагментарної — в системну, з технократичної — у таку, що базується на довірі, етиці та прозорості. В умовах гібридної війни головна зброя — це не лише дрон чи ракета, а меседж, який спонукає до дії або паралізує волю. Лише усвідомлена, ціннісна і ефективно скомунікована інформація може бути відповіддю на виклики XXI століття.

### Висновки до розділу 3

У третьому розділі було здійснено дослідницько-аналітичний підхід до вивчення інформаційно-комунікаційного впливу масмедіа на громадську думку в контексті війни Росії проти України. Розроблено та застосовано методику контентаналізу, що дозволила виявити ключові наративи, які використовуються як у ворожих, так і в українських інформаційних потоках.

Проаналізовано активність російських і проросійських акаунтів у соціальних мережах, виявлено механізми поширення дезінформації, штучного посилення певних тем та маніпулювання емоціями користувачів. Водночас вивчено роль українських медіа та офіційних комунікацій, які сприяють викриттю фейків, оперативному інформуванню населення та формуванню довіри до перевірених джерел.

Окрему увагу приділено впливу дезінформації на міжнародну громадську думку. Проведено порівняльний аналіз реакцій суспільств у різних країнах, що дозволило оцінити рівень сприйняття та вразливості до інформаційних атак.

У завершальному підрозділі сформульовано висновки власного дослідження та запропоновано низку практичних рекомендацій щодо підвищення інформаційної стійкості суспільства. Зокрема, йдеться про необхідність посилення медіаграмотності, удосконалення комунікаційної політики держави та підтримку незалежних медіа як чинника інформаційної безпеки.

У підрозділі 3.1 була представлена методика дослідження, заснована на контент-аналізі, візуалізації даних, зіставленні аналітичних звітів, статистики охоплення та інтерпретації наративів у медіа. Цей інструментарій дозволив забезпечити об'єктивність у виявленні динаміки інформаційних впливів.

У підрозділі 3.2 здійснено ґрунтовний аналіз активності російських акаунтів у соціальних мережах. Дослідження показало, що російська пропаганда активно використовує Telegram, TikTok, Twitter, YouTube як платформи для поширення

фейкових нарративів, маніпуляцій і дискредитацій. Особливу увагу приділено тактиці інформаційного шуму, токсичних коментарів, псевдоаналітики та використанню бот-мереж. Визначено основні меседжі, які транслювалися російською стороною у 2022–2024 роках, та їхній вплив на користувачів, зокрема в західних країнах.

У підрозділі 3.3 проаналізовано роль українських медіа як внутрішнього джерела інформаційної стабільності та інструмента мобілізації. Показано, що медіа в умовах війни трансформувалися в інструмент як для донесення оперативної інформації, так і для формування національної єдності, стійкості до фейків, підтримки психологічного стану громадян. Водночас відзначено певні виклики: загрози концентрації інформації в межах «інформаційного марафону», брак регіонального контексту, повторюваність формату.

У підрозділі 3.4 розглянуто вплив російської дезінформації на закордонну аудиторію. Здійснено порівняльний аналіз поширення проросійських меседжів у медіа Німеччини та США. Показано, що РФ застосовує адаптивну комунікаційну модель, яка враховує локальні політичні, історичні та культурні наративи.

Визначено найбільш уразливі сегменти аудиторії до пропаганди, такі як крайні політичні сили, антиглобалістські групи, та підкреслено недоліки алгоритмів модерації на платформах соціальних мереж.

Нарешті, підрозділ 3.5 зосередився на розробці практичних пропозицій та висновків. Він було структуровано на кілька логічних частин: від оцінки потреб у міжнародній взаємодії до стратегічного реформування державної інформаційної політики. Було запропоновано низку рішень, зокрема:

- створення міжнародних альянсів цифрової інформаційної безпеки,
- посилення функціоналу Центру протидії дезінформації,
- реформа підготовки державних комунікаторів,
- розвиток локальних медіаініціатив,

- впровадження стратегії проактивної комунікації на внутрішньому і зовнішньому рівнях.

Результати дослідження підтверджують, що сучасна війна — це не лише боротьба на полі бою, але й щоденна битва у просторі змістів, образів та уявлень. Масмедіа в цьому контексті виступають не лише ретрансляторами новин, а й повноцінними суб'єктами війни, здатними формувати або підривати національну стійкість. Відтак, удосконалення інформаційної політики має відбуватися не реактивно, а на основі стратегічного бачення й усвідомлення глобальних

інформаційних

викликів.

## ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження було встановлено, що масмедіа є одним з ключових факторів, які формують суспільну свідомість в умовах війни. Аналіз проблеми охоплював три логічно взаємопов'язані блоки: теоретико-методологічний, аналітико-прикладний та емпіричний.

У першому розділі обґрунтовано, що громадська думка – це складне, багаторівневе явище, яке формується під впливом соціальних, політичних та інформаційних факторів. Визначено, що масмедіа діють як провідник і транслятор цінностей, установок і наративів, значно впливаючи на масову свідомість, особливо в умовах гібридної війни. Теоретична частина також засвідчила актуальність комбінованого методологічного підходу (кількісного, якісного й експертного), що дозволяє глибше дослідити специфіку медіа-впливу.

У другому розділі було детально проаналізовано інформаційний вимір війни, розв'язаної Росією проти України. Доведено, що російські медіа реалізують скоординовану пропагандистську стратегію, засновану на викривленні фактів, поширенні дезінформації, фейків і поляризації аудиторії. Водночас українські та міжнародні ЗМІ відіграють вирішальну роль у протидії деструктивним наративам, формуванні стійкості громадської думки та мобілізації міжнародної підтримки. Особливий акцент зроблено на ролі соціальних мереж, які стали інструментом як достовірного інформування, так і маніпуляцій.

У третьому розділі на основі контент-аналізу понад 500 публікацій у Facebook, Telegram і Twitter було виявлено ключові інформаційні тренди, які домінували у публічному просторі у період 2022–2024 років. Встановлено, що дезінформація найчастіше проявлялася у формі емоційних меседжів, спрямованих на деморалізацію українців або підриг довіри до міжнародних партнерів. У свою чергу, українські медіа адаптувалися до викликів, впроваджуючи інноваційні

формати (інфографіка, відео, подкасти), що сприяло ефективнішій комунікації, особливо з молоддю.

Загалом робота підтверджує, що в умовах збройного конфлікту інформаційна сфера є не менш важливою за фізичну. Масмедіа не тільки інформують, а й конструюють реальність, впливаючи на суспільні настрої, політичні рішення, а відтак – і на перебіг самої війни. Тому державна інформаційна політика має базуватись на системності, прозорості, технологічній модернізації й підвищенні рівня медіаграмотності населення. Результати дослідження можуть стати основою для розробки стратегій інформаційної безпеки та формування інформаційної стійкості суспільства Російська інформаційна стратегія базується на деструктивних наративах, методах масового поширення дезінформації та технологіях гібридного інформаційного тиску. Її відмінною рисою є високий рівень координації та адаптивності до інформаційного середовища. У відповідь українські масмедіа створили цілісну систему офіційного інформування, яка поєднує оперативність, достовірність і координацію з владними структурами.

Соціальні мережі відіграють амбівалентну роль – вони є як інструментом оперативного донесення правдивої інформації, так і платформою для поширення фейків, маніпуляцій, ворожих меседжів. Ефективна протидія потребує поєднання державної політики, цифрової грамотності населення та міжнародної співпраці.

Власне дослідження підтвердило, що громадська думка щодо війни суттєво залежить від характеру медіаінформування, ступеня довіри до джерел і наявності критичного мислення у споживачів. Виявлено ключові наративи, які впливають на формування ставлень до війни, а також канали, через які вони найбільш ефективно поширюються.

Комплексний аналіз ролі масмедіа у війні засвідчив необхідність міждисциплінарного підходу до вивчення цього явища, який враховує соціологічні, психологічні, інформаційні, політичні й культурні аспекти. Здобуті результати

можуть бути основою для подальших наукових досліджень і практичної діяльності у сфері інформаційної безпеки.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Гегель, Г. Філософія права. Київ: Юридична книга, 2001. 430 с.
2. Нестерович, В. Ф. Конституційно-правове утвердження громадських обговорень в Україні. Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ імені Е. О. Дідоренка. 2018. № 1. С. 32–44.
3. Habermas, J. (1996). *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. MIT Press
4. McCombs, M., Shaw, D. The agenda-setting function of mass media / *Public Opinion Quarterly*. 1972. № 36. P. 176–187.
5. Herman, E. S., Chomsky, N. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon Books, 1988. 412 p.
6. Gerbner, G. Cultivation theory (1969) [Електронний ресурс] / *Simply Psychology*. URL: <https://www.simplypsychology.org> (дата звернення 20.05.2025).
7. Критичне мислення як фактор інформаційної безпеки в сучасному світі / *Social and Legal Studios*. 2023. Т. 6, № 3. С. 67–74.
8. *International Media Support Voices of War: Conflict and the Role of the Media* [Електронний ресурс] Copenhagen: IMS, 2006. 116 с. URL: <https://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2012/11/ims-voices-of-war-2006.pdf> (дата звернення 20.05.2025).
9. Virilio, P. *War and Cinema: The Logistics of Perception*. London: Verso, 1989. 112 p.
10. Куценко, І. І. Роль інтернету в трансформації воєнної журналістики / *Інформаційне суспільство*. 2021. № 2. С. 49–53.

11. Castells, M. *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press, 2012. 300 p.
12. Землякова, І. В. Цифрові медіа та конструювання реальності в умовах конфліктів / Соціальні комунікації. 2020. № 1. С. 59–65.
13. Стегній, Н. Г. Інформаційна безпека України в умовах гібридної війни / Науковий вісник Херсонського державного університету. 2022.
14. Єдиний марафон новин [Електронний ресурс] / Офіс Президента України. URL: <https://www.rnbo.gov.ua/ua/Ukazy/5295.html> (дата звернення 20.05.2025).
15. Мороз, В. Медіа під час війни: свобода слова чи інструмент захисту державності? [Електронний ресурс] // Детектор медіа. 2023. URL: <https://detector.media> (дата звернення 20.05.2025).
16. Голуб, О. Етичні дилеми журналістики у воєнний час [Електронний ресурс] / Інститут масової інформації. 2023. URL: <https://imi.org.ua> (дата звернення 20.05.2025).
17. Медійний ландшафт України 2022 [Електронний ресурс] / Інтерньюз-Україна. URL: <https://internews.ua/uk/analytics/media-landscape-2022> (дата звернення 20.05.2025).
18. Младьонова А. Д. Інформаційна війна і політика безпеки: політико-правовий вимір. Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна. Міністерство освіти і науки України, Харків, 2021. 200 с (дата звернення 21.05.2025).
19. Шемчук В. В. Концептуальні підходи до розуміння інформаційної війни в сучасному світі. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: юридичні науки. 2019. Том 30. (69). No 3. 29-35. [http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr\\_2014\\_13\\_11](http://nbuv.gov.ua/UJRN/DeVr_2014_13_11) (дата звернення 21.05.2025).
20. McLuhan, Marshall, and Quentin Fiore. "The medium is the message: an inventory of effects. 1967." Produced by Jerome Agel. Corte Madera, CA: Ginko P (2001) [https://designopendata.wordpress.com/wpcontent/uploads/2014/05/themediumisthe\\_message\\_marshallmcluhan\\_quentinfiore.pdf](https://designopendata.wordpress.com/wpcontent/uploads/2014/05/themediumisthe_message_marshallmcluhan_quentinfiore.pdf) (дата звернення 21.05.2025).

21. Павлов Д. М. Теорія політичної пропаганди Г. Лассвелла. Панорама політологічних студій. 2015. Вип. 13. С. 40-46. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pps\\_2015\\_13\\_8](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pps_2015_13_8). (дата звернення 21.05.2025).
22. NATO. De-bunking Russian disinformation on NATO URL: <https://www.nato.int/cps/en/natohq/115204.htm> (дата звернення 21.05.2025).
23. Information warfare, disinformation and electoral fraud [Електронний ресурс] / unodc.org. URL: <https://www.unodc.org> (дата звернення 21.05.2025).
24. British propaganda during WWI [Електронний ресурс] / encyclopedia.1914-1918-online.net. URL: <https://encyclopedia.1914-1918-online.net> (дата звернення 21.05.2025).
25. Лауер, Венді. Фурії Гітлера. Німецькі жінки у нацистських полях смерті / пер. з англ. В. Іваненко. Київ : Укр. центр вивч. історії Голокосту, 2020. 280 с
26. «Холодна війна» (1946–1991 рр.). Документи і матеріали. Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Упорядник О.І. Овчаренко. Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2013. 536 с.
27. Самойленко О. А. Виявлення та розслідування кіберзлочинів [Текст] : навчально-методичний посібник / О. А. Самойленко. Одеса : , 2020. 112 с.
28. Hilary, I. O., & Dumebi, O.-O. (2021). Social Media as a Tool for Misinformation and Disinformation Management. *Linguistics and Culture Review*, 5(S1), 496-505.
29. 100 брехливих російських наративів про російськоукраїнську війну / Збірник інформаційно-аналітичних матеріалів / А. М. Романишин, С. В. Черевичний, О. П. Остапчук та ін. – К.: НДЦ ГП ЗС України, 2023. – 77 с.
30. Звіт Центру протидії дезінформації [Електронний ресурс] / Reuters. URL: <https://cpd.gov.ua/reports/zvit-operatyvnoyi-informacziyi-07-08-2023-13-08-2023/> (дата звернення 21.05.2025).
31. Використання комплексу «Леєр-3» [Електронний ресурс] / Reuters. URL: <https://gur.gov.ua/content/okupatsiini-viiska-na-skhodi-ukrainy-aktyvno-vukorystovuiut-novitni-rosiiski-zasoby-reb-ta-rer.html> (дата звернення 21.05.2025).

32. Співакова К. Лайкни пропаганду: як ми несвідомо беремо участь в інформаційних війнах. URL: <https://mind.ua/openmind/20210184-lajkni-propagandu-yak-mi-nesvidomo-beremo-uchast-vinformacijnih-vijnah> пропаганди [Електронний ресурс] (дата звернення 21.05.2025).
33. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга (handbook) / заг. ред. К. Г. Сіріньок-Долгарьової. Запоріжжя : ЗНУ, 2017. 156 с.
34. Глобальні виклики для соціології в умовах війни [Електронний ресурс] / Вісник НАН України (дата звернення 20.05.2025).
35. Методологія експертного оцінювання у кризових умовах [Електронний ресурс] / Інститут проблем інформаційного суспільства НАН України (дата звернення 20.05.2025).
36. Undermining Ukraine: How the Kremlin uses information operations to erode global confidence in Ukraine [Електронний ресурс] / Atlantic Council. 2023. URL: <https://www.atlanticcouncil.org> (дата звернення 02.06.2025).
37. Як працює телемарафон «Єдині новини» [Електронний ресурс] / Інститут масової інформації. 2022. URL: <https://imi.org.ua> (дата звернення 02.06.2025).
38. Розвінчання дезінформації про війну в Україні [Електронний ресурс] / StopFake.org. 2023. URL: <https://stopfake.org> (дата звернення 02.06.2025).
39. The First War of Social Media and AI [Електронний ресурс] / Georgetown Journal of International Affairs. 2024. URL: <https://gjia.georgetown.edu> (дата звернення 02.06.2025).
40. Медіа в умовах війни: функціонування та виклики [Електронний ресурс] / Інститут масової інформації. 2023. URL: <https://imi.org.ua> (дата звернення 20.05.2025).

41. Russian Disinformation and Ukraine's Information Defense [Електронний ресурс] / Carnegie Endowment for International Peace. 2023. URL: <https://carnegieendowment.org> (дата звернення 20.05.2025).

42. Кількість публікацій у світових ЗМІ про українську війну зменшується — дослідження [Електронний ресурс] / Читомо. 2024. URL: <https://chytomo.com/kilkist-publikatsij-u-svitovykh-zmi-pro-ukrainsku-vijnu-zmenshuietsia-doslidzhennia/> (дата звернення 20.05.2025).

43. Digital News Report [Електронний ресурс] / Reuters Institute for the Study of Journalism. 2022. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk> (дата звернення 20.05.2025).

44. Disinfo. Weekly Disinformation Review. 14.01.2016 [Електронний ресурс]. URL: <https://euvsdisinfo.eu> (дата звернення 02.06.2025).

45. Weiss, M., Goble, P. The Menace of Unreality: How the Kremlin Weaponizes Information, Culture and Money [Електронний ресурс] / The Interpreter / Institute of Modern Russia, 2014. URL: <https://imrussia.org/media/pdf/Research/Michael-Weiss-PeterPomerantsev-The-Menace-of-Unreality.pdf> (дата звернення 02.06.2025).

46. Медіаграмотність в умовах війни: посібник для журналістів та громадських активістів [Електронний ресурс] / Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, 2022. URL: <https://spravdi.gov.ua> (дата звернення 20.05.2025).

47. Rid, T. Active Measures: The Secret History of Disinformation and Political Warfare. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2020.

48. Helmus, T. C., Bodine-Baron, E., Radin, A. et al. Russian Social Media Influence: Understanding Russian Propaganda in Eastern Europe [Електронний ресурс] / RAND Corporation, 2018. URL: [https://www.rand.org/pubs/research\\_reports/RR2237.html](https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR2237.html) (дата звернення 20.05.2025).

49. Кремлівська пропаганда в Африці: як Росія просуває свої наративи [Електронний ресурс] / Detector Media, 2023. URL: <https://detector.media> (дата звернення 20.05.2025).

50. Lelich, M. Victims of Russian Propaganda // New Eastern Europe. 25.07.2014 [Електронний ресурс]. URL: <https://neweasterneurope.eu> (дата звернення 20.05.2025); Goble, P. A. Top 10 Fakes of Russian Propaganda About Ukraine in 2015 // Euromaidan Press. 26.12.2015 [Електронний ресурс]. URL: <https://euromaidanpress.com> (дата звернення 20.05.2025).

51. Oliker, O. Russia's New Military Doctrine: Same as the Old Doctrine, Mostly // Washington Post. 15.01.2015 [Електронний ресурс]. URL: <https://www.washingtonpost.com> (дата звернення 20.05.2025).

52. Undermining Ukraine: How Russia Widened its Global Information War in 2023 [Електронний ресурс] / Atlantic Council. 2023. URL: <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/report/undermining-ukraine-how-russia-widened-its-global-information-war-in-2023> (дата звернення 02.06.2025).

53. Антиєвропейські наративи Кремля [Електронний ресурс] / Центр стратегічних комунікацій, 2025. URL: <https://spravdi.gov.ua/wp-content/uploads/2025/04/doslidzhennya-antyyevropejski-naratyvy-kremlya.-mapa-informacijnyh-zagroz-dlya-ukrayiny.pdf> (дата звернення 02.06.2025).

54. Хакери з Росії та Білорусі використовували Facebook для дезінформації українців [Електронний ресурс] / Sundries.ua, 2023. URL:

<https://sundries.ua/khakery-z-rosii-ta-bilorusi-vykorystovuvaly-facebook-dlia-dezinformatsii-ukraintsiv> (дата звернення 02.06.2025).

55. Russia's Doppelganger Propaganda Operation [Електронний ресурс] / EU DisinfoLab, 2023. URL: <https://www.disinfo.eu/publications/russias-doppelganger-propaganda-operation> (дата звернення 02.06.2025).

56. Starbird, K., Wilson, T., Elswah, M. Russia's Internet Research Agency: Assessment of Influence Activities in Social Media [Електронний ресурс] / NATO Strategic Communications Centre of Excellence, 2022. URL: <https://stratcomcoe.org> (дата звернення 02.06.2025).

57. Гаращук, С. Меми як інструмент пропаганди у сучасній інформаційній війні / Вісник Харківського національного університету внутрішніх справ. 2023. № 1. С. 104–111. URL: <https://visnyk.univd.edu.ua/index.php/VNUAF/article/view/519> (дата звернення 20.05.2025).

58. Візуальна пропаганда: аналіз і протидія [Електронний ресурс] / Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки, 2023. URL: <https://spravdi.gov.ua> (дата звернення 20.05.2025).

59. Петренко Л. І., Коваленко С. В. Підготовка педагогічних кадрів у сфері медіаграмотності: виклики та перспективи // Освітні технології. – 2023. – Вип. 7. – С. 101–113

ЗГОДА здобувачки освіти Державного університету економіки і технологій про перевірку кваліфікаційної роботи на прояви академічного плагіату та розміщення в Репозитарії ДУЕТ

Я, **Касьянова Ангеліна Василівна**, підтримую політику Державного університету економіки і технологій з академічної доброчесності і відкритого доступу. Стверджую, що кваліфікаційна бакалаврська робота **«Роль масмедіа у формуванні громадської думки щодо війни, розв'язаної Російською Федерацією проти України»** виконана самостійно та не містить академічного плагіату. Я не надавала і не одержувала недозволену допомогу під час підготовки цієї роботи. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають покликання на відповідне джерело.

Із чинним Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату в роботах здобувачів вищої освіти Державного університету економіки і технологій ознайомена. Чітко усвідомлюю, що в разі виявлення у кваліфікаційній роботі порушення норм академічної доброчесності робота не допускається до захисту або оцінюється незадовільно.

Також я поінформована, що відповідно до пункту 5.8 «Положення про Репозитарій (електронну базу даних) Державного університету економіки і технологій» згадана робота буде розміщена в Електронному архіві Університету (Репозитарії ДУЕТ) та ознайомена з умовами такого розміщення.

13.06.2025

