

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Острозька академія»
Навчально-науковий інститут міжнародних відносин та національної безпеки
Кафедра національної безпеки та політології

Кваліфікаційна робота
на здобуття освітнього ступеня магістра на тему:
«Пропаганда і контрпропаганда як інструменти війни: український та зарубіжний досвід»

Виконала студентка II курсу, групи МНб-21,
спеціальності 256 Національна безпека (за
окремими сферами забезпечення і видами
діяльності)

Корешняк Вікторія Олександрівна

Керівник – кандидат наук з державного
управління, доцент

Шершньова Олена Володимирівна

Рецензент – кандидат політичних наук, доцент

Шинкарук Антон Любомирович

Острог, 2026

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ ТА КОНТРПРОПАГАНДИ.....	9
1.1 Поняття, види та функції пропаганди... ..	9
1.2 Психологічні та соціальні механізми впливу пропаганди на свідомість.....	19
1.3 Специфіка здійснення контрпропагандистських методів	29
Висновки до 1 розділу	37
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИ ТА КОНТРПРОПАГАНДИ В РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ	41
2.1 Огляд інформаційного простору під час російсько-української війни.	41
2.2 Українська контрпропаганда: успіхи та проблеми	50
2.3 Роль медіа, громадськості та новітніх технологій в інформаційному протиборстві	58
Висновки до 2 розділу	66
РОЗДІЛ 3 ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ	69
3.1 Зарубіжний досвід протидії пропаганді на прикладі країн ЄС.....	69
3.2 Впровадження механізмів НАТО в інформаційній сфері	78
3.3 Підвищення національної стійкості в інформаційному просторі	84
Висновки до 3 розділу	87
ВИСНОВКИ.....	89
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ	92

ВСТУП

В умовах сучасних гібридних викликів та загроз інформаційний простір став складним багаторівневим середовищем, у якому пропаганда та контрпропаганда функціонують як стратегічні інструменти ведення інформаційної війни поряд із військовими, політичними та дипломатичними засобами. Російсько-українська війна яскраво демонструє значення інформаційного чинника, де пропагандистські наративи використовуються як інструмент дестабілізації, маніпуляції та впливу на громадську думку як всередині країни, так і на міжнародній арені. Пропаганда як соціально-психологічне явище має значне історичне підґрунтя, проте в процесі цифровізації та глобалізації інформаційного простору значно трансформувалася, набуваючи нових функцій, рис та ознак. Важливим інструментом протидії пропаганді під час інформаційної війни стала контрпропаганда, ефективно застосування механізмів та методів якої здатне забезпечувати інформаційну безпеку як складову національної безпеки держави.

Виходячи із таких міркувань дослідження пропаганди та контрпропаганди як інструментів війни, враховуючи український та зарубіжний досвід, є надзвичайно актуальним. **Актуальність теми** підкріплюється також тим, що проводиться дослідження теоретичних основ пропаганди та контрпропаганди, адже серед зарубіжних та вітчизняних науковців немає єдиного визначення поняття пропаганди, не систематизована її класифікація та не визначні конкретні функції пропаганди, механізми контрпропаганди, особливо в період сучасного інформаційного протиборства.

Теоретичною основою дослідження стала теорія інформаційної війни (Information Warfare), розроблена провідними аналітиками у сфері інформаційних війн. Згідно даної теорії для досягнення політичних та військових цілей державні та недержавні інституції (актори) використовують інформацію як зброю. При цьому пропаганда трактується як інструмент війни та впливу на масову свідомість. Використання теорії інформаційної війни дає можливість

дослідити ефективність контрпропаганди в умовах російсько-української війни та встановити недоліки та перспективи покращення в інформаційній безпеці України.

Метою роботи є дослідження теоретичних засад пропаганди та контрпропаганди, аналіз їх проявів під час російсько-української війни та визначення перспектив удосконалення інформаційної безпеки як складової національної безпеки України.

Відповідно до поставленої мети визначено наступні **завдання дослідження**:

- 1) розкрити сутність поняття пропаганди, її види, функції, специфіку здійснення контрпропагандистських методів, психологічні та соціальні механізми впливу на масову свідомість;
- 2) проаналізувати особливості російської пропаганди під час російсько-української війни;
- 3) оцінити ефективність українських контрпропагандистських прийомів;
- 4) визначити роль медіа, громадськості та новітніх технологій в інформаційному протиборстві;
- 5) встановити основні досягнення країн ЄС та впровадження механізмів НАТО у протидії пропаганді;
- 6) визначити перспективи вдосконалення системи інформаційної безпеки в Україні.

Об'єкт дослідження: пропаганда та контрпропаганда як складові інформаційного протиборства у сучасних гібридних війнах, а також їхній вплив на масову та колективну свідомість, інформаційну безпеку держави.

Предмет дослідження: особливості застосування пропаганди та контрпропаганди на прикладі російсько-української війни, український і зарубіжний досвід протидії пропаганді, а також перспективи підвищення ефективності інформаційної безпеки України.

Методологічна база: у процесі дослідження використовувалися як загальнонаукові так і спеціальні методи, що дало змогу здійснити повний та якісний аналіз визначеної теми:

- метод аналізу та синтезу використовувався для аналізу та узагальнення різних підходів науковців до визначення понять пропаганди та контрпропаганди;
- порівняльний метод – для зіставлення українського та зарубіжного досвіду протидії інформаційним викликам;
- контент-аналіз – для аналізу та дослідження пропагандистських нарративів, дезінформації, фейків, інформаційного алібі, інформаційно-психологічних операцій та інших інформаційних викликів, а також аналізу медіаматеріалів, вебресурсів тощо;
- соціально-психологічний аналіз – для визначення соціальних та психологічних аспектів впливу пропаганди на масову та колективну свідомість, їх специфіку;
- системний – для аналізу системи інформаційного простору та його окремих елементів;
- узагальнення та прогнозування – для подання висновків та визначення перспектив вдосконалення інформаційної безпеки в Україні.

Для написання роботи використовувалася доступна джерельна база, що визначає високий рівень достовірності та актуальності дослідження відповідно до поставленої мети, а саме:

- наукові праці українських та зарубіжних дослідників, а саме монографії, статті у фахових виданнях, в тому числі розміщені у наукометричній базі SCOPUS;
- аналітичні матеріали міжнародних організацій, в тому числі НАТО, ЄС, дані досліджень Київського безпекового форуму, NATO Strategic Communications Centre of Excellence, RES-POL, European Digital Media Observatory EDMO, Академії української преси, аналітичного центру UMCI у співавторстві з ГО «Український інститут медіа та комунікацій», міжнародної правової фундації Global Rights Compliance тощо;

- нормативно-правова база українська (Стратегія національної безпеки, Стратегія інформаційної безпеки, Концепція забезпечення національної системи стійкості) та зарубіжна (Action Plan on Strategic Communication, EU strategic communication to counteract anti-EU propaganda by third parties, Digital Services Act, NATO Strategic Communication Policy);
- офіційні сайти Центру протидії дезінформації, фактчекерів StopFake, VoxCheck, Європейської комісії, Європейського центру передового досвіду з протидії гібридним загрозам Hybrid CoE, Транспортно-комунікаційного агентства Фінляндії Traficom, проєкту EUvsDisinfo тощо;
- матеріали засобів масової інформації та інтернет-ресурсів, включаючи новинні портали, соціальні мережі та цифрові платформи.

Хронологічні межі дослідження охоплюють період від початку російської агресії проти України 2014 року до сьогодні. Саме такий часовий проміжок дозволяє дослідити активність російської пропаганди, її трансформацію, зміну механізмів впливу, а також простежити успіхи та прогалини української контрпропаганди, порівнюючи досвід на початку агресії та в період повномасштабного вторгнення росії на територію України.

Наукова значущість роботи полягає в тому, що пропаганда та контрпропаганда розглянуті саме як інструменти в сучасному гібридному інформаційному протистоянні. Для цього проаналізовано теоретичні основи пропаганди в зарубіжному та вітчизняному науковому дискурсі, здійснено її класифікацію та запропоновані функції пропаганди. Для визначення маніпулятивного характеру пропаганди виокремлено соціальні та психологічні механізми впливу пропаганди як на масову так і колективну свідомість, зокрема формуючи «образ ворога». У роботі систематизовано та детально досліджено превентивні, оборонні та наступальні контрпропагандистські методи. Наукова значущість роботи підкріплена проведенням оглядом інформаційного простору під час російсько-української війни, у якому виділені такі деструктивні прояви як пропагандистські наративи, дезінформація, фейки, інформаційне алібі, операції впливу. Новизною у роботі став аналіз успіхів української

контрпропаганди з точки зору впроваджених стратегічних комунікацій, публічної дипломатії тощо та її прогалін. Окремо в роботі виділено роль медіа, громадськості та новітніх технологій в інформаційному протиборстві, що раніше не досліджувалося.

Практична значущість роботи полягає не лише у можливості використання теоретичної основи дослідження у навчальному процесі під час викладання дисциплін, пов'язаних із пропагандою, міжнародними відносинами, інформаційною безпекою, але й основні положення та висновки роботи можуть застосовуватися державними та громадськими інституціями для розробки заходів протидії пропаганді, вдосконалення інформаційної безпеки як складової національної безпеки та стійкості України.

Структура роботи: магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, дев'яти підрозділів, висновків, списку використаних джерел та літератури. У першому розділі описуються теоретичні основи дослідження пропаганди та контрпропаганди. У другому розділі проаналізовані особливості пропаганди та контрпропаганди в російсько-українській війні. У третьому розділі визначені перспективи вдосконалення системи інформаційної безпеки в Україні.

Апробація: результати дослідження висвітлено у науковій статті «Теоретичний аспект психологічних та соціальних механізмів впливу пропаганди на свідомість в історичній ретроспективі», опублікованій у науковому журналі «Літопис Волині» (м. Луцьк, Волинський національний університет імені Лесі Українки)¹, а також апробовано під час участі у XXX науковій викладацько-студентській конференції до Днів науки 12-16 травня 2025 року на тему: «Зарубіжний досвід протидії пропаганді на прикладі країн ЄС»² та

¹ Санжаревський О., Корешняк В. Теоретичний аспект психологічних та соціальних механізмів впливу пропаганди на свідомість в історичній ретроспективі. *Літопис Волині*, 2026. № 34. С. 203-209. URL: <https://doi.org/10.32782/2305-9389/2026.34.33>

² Корешняк В. Зарубіжний досвід протидії пропаганді на прикладі країн ЄС : тези доп. XXX наукової викладацько-студентської конференції до Днів науки. НУ «Острозька академія». 2025. С. 98. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/9822/1/DniNauky2025.pdf>

до Днів науки 11-15 травня 2026 року на тему: «Впровадження стандартів НАТО в інформаційній сфері України»³.

³ Корешняк В. Впровадження стандартів НАТО в інформаційній сфері України : тези доп. XXXI наукової викладацько-студентської конференції до Днів науки. НУ «Острозька академія». 2026. С. 94. URL: https://www.oa.edu.ua/doc/science/prohrama_dni_nauki_2026.pdf

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ ТА КОНТРПРОПАГАНДИ

1.1 Поняття, види та функції пропаганди

Для кращого розуміння особливостей пропаганди, психологічних та соціальних механізмів її впливу на масову та колективну свідомість, застосування контрпропагандистських прийомів та розробки напрямів удосконалення системи інформаційної безпеки важливим є вивчення теоретичних основ пропаганди, зокрема інтерпретації її поняття. Адже серед зарубіжних та українських науковців немає уніфікованої думки щодо визначення даного поняття та його змісту.

У працях зарубіжних класиків Ж. Еллюля («Пропаганда: формування ставлення людей»), Г. Лассуелла ("Propaganda Technique in the World War") пропаганда розглядається як політичний та ідеологічний інструмент. Зокрема, Г. Лассуелл конкретизує функції пропаганди як інструменту впливу на масову свідомість, який може мобілізувати суспільство, легітимізувати дії влади, формувати образ ворога тощо⁴.

Майкл Спруль («Channels of propaganda») характеризує пропаганду як «роботу великих організацій або груп, спрямованих на одурманення громадськості для досягнення особливих інтересів шляхом нав'язування привабливих висновків, оформлених таким чином, щоб приховати переслідувану мету і брак вагомих підстав»⁵.

Історик Алан Нельсон («A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States») виділяє такі ознаки пропаганди: умисні та систематичні спроби змінити сприйняття, емоції, важливості контролю передачі односторонніх

⁴ Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. Kegan Paul, Trench, Trubner and Co. Ltd., New York, 1997. P. 23.

⁵ Sproul Mickle. Channels of propaganda, Bloomington, IN: Eric/Edinfo Press, 1994. P. 85.

повідомлень, скеровування поведінки цільової аудиторії. Пропаганда при цьому трактується як «систематична форма цілеспрямованого переконання, яке намагається вплинути на емоції, погляди, думки й дії визначеної цільової аудиторії з політичною, ідеологічною чи комерційною метою через контрольовану передачу односторонніх повідомлень (які можуть узгоджуватись з фактами або ні), безпосередньо або через канали мас-медіа»⁶.

Гарт Йовет та Вікторі О'Доннел у праці «Propaganda and Persuasion» дали коротке визначення пропаганди як спроби маніпулювати пізнанням задля досягнення реакцій, на які були спрямовані дії пропагандиста⁷.

Вказані дослідники висвітлювали механізми впливу пропаганди на масову свідомість, її маніпулятивну природу та функції, що можуть бути використані для масової комунікації, політології та соціальної психології, проте не визначають поняття «пропаганди» як інструменту війни.

Теоретичною основою дослідження пропаганди як інструменту війни стала теорія інформаційної війни (Information Warfare), розроблена провідними аналітиком у сфері інформаційних, психологічних та гібридних війн Timothy L. Thomas. У своїй праці Timothy L. Thomas інформаційну війну визначає як «безперервне цілеспрямоване використання інформації та інформаційних технологій для впливу на свідомість, рішення та поведінку противника»⁸. Згідно даної теорії для досягнення політичних та військових цілей державні та недержавні інституції (актори) використовують інформацію як зброю. При цьому пропаганда трактується не лише як інструмент впливу на масову свідомість, але й інструмент війни. Timothy L. Thomas засобом інформаційної війни встановлює інформацію, а центральним інструментом – пропаганду.

У концепції Information Warfare науковцем здійснено перехід від трактувань пропаганди за її маніпулятивним характером попередніми

⁶ Nelson Richard Alan. A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States. Westport, Conn. and London : Greenwood Press, 1996. P. 232.

⁷ Jowett Garth, O'Donnell Victoria. Propaganda and Persuasion, 4th ed. Sage Publications, 2005. P. 7.

⁸ Thomas T. Information Warfare in the Second (and Third?) Wave of the Revolution in Military Affairs. 1999. P. 78.

науковцями до визначення деморалізуючих та дестабілізуючих ознак пропаганди в умовах інформаційних воєн. Дане трактування пропаганди передбачає її визначення як «операційного інструмента війни, спрямованого на формування бажаної картини реальності у свідомості цільових аудиторій»⁹.

Як серед зарубіжних так і вітчизняних науковців пропаганда інтерпретується по-різному. Вивчаючи поняття «пропаганда», українські дослідники досить часто звертають увагу на його історичне підґрунтя.

М. Шевців та К. Гончарук у статті «Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння» акцентують увагу на ранніх зразках пропаганди у преамбулі до Зведення законів Хаммурапі, а також на використанні пропагандистських механізмів такими політичними та військовими діячами як А. Македонський, Ю. Цезар, Петро I, Наполеон, Гітлер, Сталін та інші. При цьому науковці дають визначення пропаганді як формі комунікації, що спрямовується на маніпулювання свідомістю певного суб'єкта¹⁰.

Дослідниця Н. Анікіна («Витоки пропаганди: історична ретроспектива») вводить поняття «справжньої воєнної пропаганди», поява якої бере початок від Першої світової війни та обумовлюється необхідністю мобілізувати суспільство та підвищити моральний дух. З цією метою активно використовувалися такі пропагандистські засоби як листівки, вірші, фотографії, радіопередачі. Статті в друкованих засобах масової інформації стали також інструментом впливу на масову свідомість для підтримки бойового духу військових, деморалізації ворога, формування образу справедливої війни¹¹.

Окрім зосередження на історичному підґрунті у трактуванні поняття пропаганди, у вітчизняному науковому дискурсі більш детальне вивчення

⁹ Thomas T. Information Warfare in the Second (and Third?) Wave of the Revolution in Military Affairs. 1999. P. 108.

¹⁰ Шевців М. Б., Гончарук К.А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки*. 2019. № 1. С. 121. URL: <https://doi.org/10.32850/sulj.2019.1-29>

¹¹ Анакіна Н. Витоки пропаганди: історична ретроспектива. *Вісник ХНУВС*. 2025. № 3 (110). С. 18. URL: <https://visnyk.univd.edu.ua/index.php/VNUAF/article/view/924/838>

пропаганди як інструмента війни розпочалося після початку розгортання гібридної війни росії проти України.

У. Коруц («Поняття пропаганди: історико-правовий аспект») використовує поняття «пропаганда війни» та трактує його як інструмент спрямованого тиску однієї держави на суспільство, населення, соціальні групи іншої держави. На думку автора, використання пропаганди війни призводить до деформації суспільної свідомості, загрози суспільній психології, національній єдності¹².

У статті «Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики» Ж. Денисюк дає визначення понять об'єкта та суб'єкта пропаганди. Автор статті вважає, що «для вторгнення у інформаційно-комунікаційний простір певної країни з метою придушення опору та формування політичного стану, узгодженого з інтересами агресора, використовується такий інструмент як пропаганда»¹³. Автором детально розглядається поняття інформаційної війни як складової гібридної війни. При цьому у статті знаходить відображення теорія інформаційної війни, розроблена провідними аналітиком у сфері інформаційних, психологічних та гібридних війн Timothy L. Thomas. Зокрема зазначається, що інформаційна війна ведеться без використання військових методів та зброї, проте виступає однією із найбільших загроз національній безпеці держави. Інформаційна війна проводиться з використанням латентних інструментів, зокрема пропаганди, яка впливає на суспільну думку, поведінку військових, цивільних громадян, політичну еліту як всередині держави так і за її межами. При цьому досить важко визначити часові межі інформаційного впливу так само як і суб'єктів здійснення інформаційних операцій. Дослідником конкретизується сутність інформаційної війни, вказуючи на те, що «ця війна спрямована на громадян, усе суспільство, оскільки інформаційні технології проникають в повсякденне життя, примушуючи

¹² Коруц У.З. Поняття пропаганди: історико-правовий аспект. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2019. № 4. С. 120. URL: http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/4/part_1/28.pdf

¹³ Денисюк Ж.З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2021. Том 32 (71). № 2. С. 50. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/2_2021/10.pdf

кожного бути сприйнятливим до нав'язуваних ідей так, щоб при цьому залишатися байдужим до інших»¹⁴.

Пропаганда як інструмент інформаційної війни розглядається також у монографії Ю. Бондаря «War and Propaganda». Зокрема, аналізуючи гібридну війну між Україною та росією починаючи з 2014 року до повномасштабного вторгнення у 2022 році, автор наукового дослідження пропаганду трактує як засіб війни, що спрямований на вплив і зміну свідомості у політичних та воєнних цілях. При цьому, з однієї сторони, пропаганда використовується як інструмент для мобілізації ресурсів. Адже українська пропаганда створює умови для підтримки з боку міжнародних партнерів, розгортання волонтерства, згуртованості нації. З іншої сторони, використання засобів пропаганди країною-агресором надає їй маніпулятивного та деструктивного характеру та націлена на зміну установки, знань і дій громадян через спеціально організований потік інформації¹⁵.

Інтерпретація поняття пропаганди нерозривно пов'язана із визначенням її видів та класифікацією.

Існує безліч підходів до класифікації пропаганди, що дає можливість ще більш детально визначити її суть, характерні ознаки, цілі та функції.

Залежно від спрямованості пропаганда поділяється на внутрішню та зовнішню. Внутрішня пропаганда орієнтована на внутрішнього споживача, тобто безпосередньо на групу осіб чи більш широке коло, та характеризується такими ознаками як нав'язування певних ідей, точок зору, ізоляція від інших, окрім запропонованих, засобів комунікації, управління свідомістю.

На відміну від внутрішньої, зовнішня пропаганда спрямовується на зовнішнього споживача, тобто виходить за межі певної групи або країни. Така

¹⁴ Денисюк Ж.З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2021. Том 32 (71). № 2. С. 49. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/2_2021/10.pdf

¹⁵ Bondar Yurii. War and propaganda : monograph. California : GS Publishing Services. 2023. P. 132. URL: https://www.eo.kiev.ua/resources/arhivMonographs/Bondar_wap.pdf

пропаганда є латентною, менш агресивною, проте спрямована на спотворення реальних фактів задля досягнення цілей¹⁶.

Залежно від сфери поширення пропаганда класифікується як культурна, інформаційна, політична, особистісна. Для поширення культурної пропаганди використовуються культурні діячі та інфлюенсери. Інформаційна пропаганда розповсюджується через різні засоби комунікації, найчастіше засоби масової інформації. Політична пропаганда поширюється через окремих політиків чи політичні партії. Особливим видом є особистісна пропаганда, яка здійснюється через особисте спілкування, в тому числі через сучасні месенджери, шляхом навіювання певних поглядів та переконань.

Досліджуючи вітчизняний науковий дискурс, варто зазначити спільну рису у підходах українських науковців до поділу пропаганди на відкриту та приховану.

Найчастіше, коли говоримо про пропаганду, то маємо на увазі відкриту пропаганду. Адже такий вид пропаганди носить помпезний, відкритий і пафосний характер та має значний вплив на почуття індивіда, до прикладу, патріотизму. Для поширення відкритої пропаганди використовуються гучні лозунги, наративи, які настільки часто повторюються, що змушують сприймати інформацію за дійсні факти. Досить часто відкриту пропаганду називають наративною. Основою такої пропаганди є «сама емоційна реакція, на яку вона відкрито спрямована і яку має надійно викликати за допомогою простих чи навіть примітивних гасел»¹⁷.

На відміну від відкритої, прихована пропаганда не використовує помпезних гасел, відзначається прихованим характером, проте має більший вплив на людину. Підґрунтям такої пропаганди є професійно сконструйований соціальний контекст, тому її часто називають контекстуальною. Взяти до

¹⁶ Драбюк С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. 2022. С. 154. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/items/8e8580d3-a9ec-4e54-8072-77b340be1b82>

¹⁷ Шпильовий М. Класифікація пропаганди: традиції та нові підходи. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії»*. 2025. № 72. С. 220. URL: <https://periodicals.karazin.ua/philosophy/article/view/27407/24240>

прикладу Німеччину часів Другої світової війни, коли окрім гасел Геббельса, використовувалися книги з расової теорії, а також цілий ряд ідеологічних журналів. Схожим контекстом скористалася росія, коли в підручнику з історії було додано розділ про війну з Україною, де окуповані території називалися новими регіонами росії. Звідси отримуємо «ефект підміни контексту», який розрахований на те, що люди звикли довіряти підручникам як першоджерелом інформації, що в свою чергу створює альтернативний соціальний контекст.

В даному контексті прихована пропаганда носить чітко виражений маніпулятивний характер, що може «виражатися як у приховуванні істинних намірів, так і в приховуванні інформації (повному або частковому замовчуванні, викривленні, вибірковості, підтасовуванні фактів)»¹⁸.

Виходячи із попередньої класифікації пропаганда може мати як позитивні так і в більшості випадків негативні наслідки (залежно від того, де і при яких умовах вона використовується), а тому поділяється на позитивну (конструктивну) та негативну (деструктивну). Відповідно позитивна пропаганда здійснюється в інтересах реципієнтів, тобто суспільства, а негативна – «в інтересах суб'єкта впливу і не враховує інтереси реципієнтів – окремих громадян чи суспільства в цілому»¹⁹.

Досить цікавим є підхід науковців до поділу пропаганди на білу, чорну та сіру залежно від джерела та природи повідомлення. Біла пропаганда, як правило, має витoki із офіційного джерела, м'які методи переконання та наведення аргументів. Протилежною до білої є чорна пропаганда, де її витoki приховуються та маскуються, проте зрозумілим є те, що походить вона із ворожої країни чи певної організації задля завдання шкоди опоненту чи противнику. Специфіка використання сірої пропаганди полягає в тому, що

¹⁸ Посмітна В. Особливості антиукраїнської маніпулятивної пропаганди в текстах і заголовках російських інформаційних повідомлень. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія : збірник наукових праць. Одеса : МГУ, 2023. С. 517. URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/320/8731/18232-1?inline=1>

¹⁹ Посмітна В. Комунікативні стратегії та тактики мас-медійного дискурсу в аспекті потенційної загрози деструктивного мовного впливу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія : збірник наукових праць. Одеса : МГУ. 2019. С. 124. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v39/part_3/30.pdf

спочатку запускається пропаганда «А», потім пропаганда «Б», яка протилежна до попередньої, з часом пропаганда «Б» дискредитується, що змушує повернутися до пропаганди «А» та повірити в неї. Тобто сіра пропаганда має чітко виражений маніпулятивний характер через перекручування та викривлення інформації.

Узагальнюючи підходи науковців, дослідник В. Гапій подає більш детальну класифікацію пропаганди, враховуючи її мету, джерела, зміст, походження, специфіку та характер, поділяючи на:

- пропаганду створення;
- пропаганду руйнування;
- пропаганду роз'єднання;
- пропаганду залякування;
- пропаганду відчаю;
- пропаганду героїзму;
- пропаганду просвітництва²⁰

Пропаганда створення закликає до побудови чогось нового, як-от організації, певного інституту, нового державоутворення. На перший погляд така пропаганда носить позитивний характер, проте це не завжди є таким, адже заклики росії до створення новоросії на сході України стали однією із причин розгортання російсько-української війни. На протигагу пропаганді створення пропаганда руйнування закликає до протистояння ворогу, тому в різних випадках може носити як позитивний так і негативний характер.

Пропаганда роз'єднання здатна зародити ворожнечу на основі переконання, що «ми не такі як вони» та є яскравим прикладом застосування методики пропаганди, спрямованої на роз'єднання Сходу та Заходу України.

²⁰ Гапій В. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1. С. 638. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5411>

Пропаганда залякування будується на висвітленні власної сили задля створення сумніву у силі (військової, політичної, економічної, фінансової) супротивника.

Пропаганда відчаю є найбільше дієвою у випадку ведення бойових дій та орієнтована на пропаганді безнадійного становища опонента, що примушує його здатися.

Пропаганда героїзму на протигагу попередній має позитивний характер та здатна до створення умов для згуртованості навколо певних цінностей та ідей.

Пропаганда просвітництва спрямована на підвищення обізнаності населення щодо реальних подій, діяльності керівництва, спростування фейків, покращення медіаграмотності з метою підвищення здатності населення відрізнити правду від брехні.

Враховуючи різні підходи зарубіжних та українських науковців до трактування поняття пропаганда, теорію інформаційної війни, визначення видів пропаганди залежно від спрямованості, сфери поширення, відкритості, наслідків, джерела та природи повідомлення, мети можна зробити висновки про функції, які здатна виконувати пропаганда:

- ✓ інформаційна;
- ✓ ідеологічна;
- ✓ маніпулятивна;
- ✓ мобілізаційна;
- ✓ інтеграційна;
- ✓ деструктивна;
- ✓ контрольна.

Інформаційна функція пропаганди полягає не лише в тому, щоб подати певні явища, події, процеси, думки у потрібному для суб'єкта пропаганди аспекті, але й прагненні «перебудувати його сприйняття таким чином, щоб

створити вагому перевагу вихідними оцінками і судженнями комунікатора»²¹. В такому розумінні пропаганда спрямована на те, щоб надавати масовій аудиторії певні зразки мислення, оцінювання та діагностики подій з метою забезпечити ідеологічний контроль над свідомістю громадян.

Виходячи з таких міркувань, інформаційна функція пов'язана із ідеологічною та маніпулятивною. Проте, якщо ідеологічна функція передбачає формування, закріплення та поширення певних ідеологічних цінностей, переконань та установок, то маніпулятивна функція полягає в здатності пропаганди впливати на мислення та емоції людей приховано, але при цьому спонукати до прийняття потрібних рішень, не усвідомлюючи реального впливу пропаганди.

Мобілізаційна та інтеграційна функції пропаганди полягають у її здатності об'єднати суспільство з метою виконання певних дій.

Деструктивна або деморалізаційна функції спрямовані на підрив довіри, морального духу, стану, впевненості людей з метою зменшення прагнення до опору або відмови від боротьби з опонентом в цілому.

Контрольна функція передбачає підтримання бажаної поведінки та мислення, зменшуючи можливості критичних та альтернативних поглядів, а також контроль над свідомістю населення, який «перетворює пропаганду на певний інструмент як загального, так і власне політичного контролю»²².

Враховуючи теорію інформаційної війни, яка покладена в основу теоретичного дослідження пропаганди, вивчення класифікації, а також функцій, які виконує пропаганда, можна зробити висновок про те, що пропаганда – це цілеспрямоване поширення інформації, що спрямоване на формування або зміну в масовій аудиторії певних політичних, ідеологічних, соціальних, психологічних

²¹ Торічний В. Дослідження пропаганди як інструменту інформаційного забезпечення державної безпеки. *Право та державне управління*. 2019. № 3 (36). Том 2. С. 185. URL: http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2019/tom_2/30.pdf

²² Торічний В. Дослідження пропаганди як інструменту інформаційного забезпечення державної безпеки. *Право та державне управління*. 2019. № 3 (36). Том 2. С. 185. URL: http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2019/tom_2/30.pdf

установок, думок, поведінки, що узгоджені із інтересами агресора. При цьому слід враховувати її маніпулятивний та деструктивний характер, здатність впливати на суспільну свідомість, що потребує більш детального вивчення.

1.2 Психологічні та соціальні механізми впливу пропаганди на свідомість

У сучасному інформаційному суспільстві пропаганда є одним із найпотужніших інструментів впливу на суспільну свідомість. Механізми її впливу вже давно вийшли за межі політичної сфери, охоплюючи психологічні та соціальні аспекти.

Досліджуючи вплив пропаганди на суспільну свідомість, варто виокремити поняття масової та колективної свідомості. Адже ефективність пропаганди та її методи певною мірою відрізняються в залежності від того, чи вона спрямовується на масову чи колективну свідомість.

Масову свідомість можна охарактеризувати гетерогенність аудиторії, низьким рівнем комунікації та взаємодії між її членами, а також високим ступенем анонімності²³. В даному випадку пропагандистські механізми впливу на масову свідомість охоплюють велику аудиторію, тому ефективним є використання засобів масової інформації та соціальних мереж. Адже масова свідомість тісно пов'язана із масовою комунікацією, а пропаганда підживлюється за допомогою комунікативних засобів. Пропагандистські повідомлення будуються у вигляді простих гасел, що створює можливість охоплювати широку та різноманітну за своїм статусом та характером аудиторію. При цьому пропагандисти, використовуючи механізми впливу на масову свідомість, роблять акцент на базових емоціях, а саме страх, гнів, ентузіазм, для об'єднання мас певним пропагандистським меседжем.

²³ Лисичкіна О., Лисичкіна І. Пропаганда як фактор впливу на формування масової та колективної свідомості військовослужбовців. *НАНГУ*. 2024. С. 2. URL: <https://doi.org/10.33405/2078-7480/2024/3/90/318455>

Французький соціальний психолог Гюстав Лебон, вивчаючи психологічні аспекти впливу на масову свідомість або психологію натовпу, зазначав, що індивід у масі втрачає раціональність і переходить під вплив колективної психіки. При цьому знижується інтенсивність критичного мислення і людина починає інформацію сприймати емоційно²⁴. Саме у масовій свідомості легко вступають у дію такі психологічні механізми як навіювання і сугестивність, тому що масам легко втлумачити певні ідеї через прості образи, гасла, повторення. В даному випадку також спрацьовує емоційна складова через відчуття гніву, страху, що набагато швидше поширюються від контраргументів. Окрім емоцій, значного соціально-психологічного впливу на масову свідомість завдає так зване міфологічне мислення, оскільки натовпу властиво мислити міфами, символами, легендами²⁵.

Міфологізацію, як спосіб впливу на масову свідомість, розглядав французький філософ Ролан Барт, зазначаючи, що така свідомість формується через міфи, знаки й повсякденні повідомлення, які люди сприймають як «природні» та «самоочевидні»²⁶. Даний механізм використовується засобами масової інформації через замовчування одних фактів та активне висвітлення інших фактів та подій. В даному випадку міф виконує функцію засобу маніпуляції масовою свідомістю.

Аналізуючи російську пропаганду як інструмент впливу на суспільну свідомість, можна виокремити:

- історичний міф (що базується на тому, що «росія є основоположником слов'янських народів»);
- географічний міф («єдина руська земля»);
- національний міф (росіяни як «старші брати та сестри» українського народу);

²⁴ Лебон Гюстав. Психологія натовпу. Київ : Видавництво Арії, 2025. С. 142.

²⁵ Там само. С. 151.

²⁶ Barthes Roland. *Mythologies* (translated by Annette Lavers). London : Jonathan Cape. 1972. С. 81.

- політичний міф («некомпетентність та нелегітимність української влади», «жорстокість до військовополонених», «бандерівські методи»)²⁷.

Дані міфи є елементами «чорної» пропаганди через використання механізмів перекручування або замовчування правдивих фактів, проведення репортажів із місця подій у вигідному для ворожої пропаганди форматі, просування неправдивих коментарів, використання технік емоційності у повідомленнях, а також спеціальної лексики з негативним семантичним значенням, механізмів постійної повторюваності, що забезпечує значний соціально-психологічний вплив на масову свідомість.

Механізми впливу на колективну свідомість, на відміну від масової, мають певні особливості та відмінності, враховуючи те, що колективну свідомість можна охарактеризувати наступним рисами:

- спільні цінності та переконання;
- почуття групової ідентичності;
- тісна комунікація між членами групи чи колективу.

Виходячи із даних характерних рис, соціально-психологічні механізми впливу на колективну свідомість повинні опиратися на специфіку функціонування певних груп чи колективів, а пропагандистські повідомлення бути спрямованими на target-групи з визначеними їх ключовими цінностями та нормами. Важливу роль у розповсюдженні пропаганди відіграють групові лідери думок, через яких формується спільний для певної групи наратив. Стійкість та ефективність колективної пропаганди підкріплюється її інтеграцією у колективну свідомість, в той час як масову свідомість потрібно постійно підкріплювати новими або уже розробленими наративами.

На відміну від впливу на масову свідомість, яка розрахована на короткострокові реакції, соціально-психологічний механізм впливу на колективну

²⁷ Гапій В. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1 (53). С. 639-640. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5411>

свідомість зосереджені на глибокі, а відповідно довготермінові зміни як у переконаннях так і поведінці певної групи чи колективу.

Деякі відмінності мають також механізми поширення пропаганди. Як зазначалося вище, для впливу на масову свідомість, як правило, використовуються соціальні мережі та засоби масової інформації. Враховуючи особливості цільової аудиторії, вплив на колективну свідомість здійснюється як через мас-медіа так і через особистісне спілкування.

Для масової свідомості характерним є зниження інтенсивності критичного мислення, відповідно людина починає інформацію сприймати емоційно, а пропаганда стає більш ефективною. На противагу, для колективної свідомості вищий рівень критичного аналізу зумовлює необхідність для пропагандиста докладати більших зусиль для досягнення бажаного ефекту.

Окрім правильного підбору пропагандистських технік для впливу на масову та колективну свідомість, важливим є врахування психологічних та соціальних механізмів впливу пропаганди на свідомість, враховуючи її поділ на «свою» та «ворожу».

Перш за все необхідно зосередити увагу на структурі пропагандистського повідомлення, яке складається з наступних елементів:

- адресанта (актора);
- джерела інформації, через яке транслюється інформаційне повідомлення;
- джерела інформації, що доставляє повідомлення до адресата;
- зміна цінностей, переконань і поглядів адресата;
- необхідні адресанту (актору) дії, які є наслідком пропагандистського повідомлення²⁸.

Якщо розглядати структуру повідомлення для «своєї» або захисної пропаганди, то варто зазначити, що в умовах гібридної війни вона спрямована на підтримання морального духу, об'єднання суспільства, формування

²⁸ Гапій В. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1 (53). С. 638. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5411>

психологічної стійкості як для колективної так і масової свідомості. В даному випадку важливим є трансляція через пропагандистське повідомлення цінності єдності, віри в перемогу, використовуючи офіційні джерела та емоційно насичені комунікаційні канали.

Адресантом «своєї» пропаганди виступає держава або суспільство, які представлені органами державної влади, збройним силами, інститутами громадського суспільства, політичними, військовими, громадськими авторитетами. При цьому адресант представляє себе не одноосібно, а як «ми в єдності», що веде справедливу та гідну боротьбу за суверенітет чи певні моральні цінності.

Джерелами інформації, через які транслюється пропагандистське повідомлення, можуть бути офіційні та інші джерела, які мають високий ступінь довіри, до прикладу, звернення глави держави, комунікації військових головнокомандувачів, офіційні сторінки органів влади, засоби масової інформації, а також певні історії військових, ветеранів війни, громадських діячів. Така пропаганда базується на правдивих та легітимних фактах, а не перекрученнях та вигадках.

Каналами доставки «своєї» пропаганди можуть стати засоби масової інформації, телебачення, соціальні мережі, відеозвернення, мотиваційні ролики, плакати, листівки, інші офіційні канали, через які пропагандистські повідомлення подаються швидко, постійно та емоційно, враховуючи психологічний стан реципієнта.

У разі успішного впливу «своєї» пропаганди відбудеться зростання згуртованості, підвищення віри в перемогу, посилення відчуття необхідності боротьби, а також формування переконання про важливість особистого внеску.

Наслідком «своєї» пропаганди повинно стати збереження психологічної стійкості, згуртованості, несприйняття «ворожої» пропаганди, готовність до тривалої боротьби тощо.

Для досягнення цілей «своя» пропаганда як інструмент війни використовує різні психологічні та соціальні механізми та методи впливу на свідомість, а саме

ідеологічна підготовка, патріотичне виховання, героїнізація військової служби. Як ідеологічна підготовка так і патріотичне виховання спрямовані на формування певної ідеології держави, почуття гідності, відданості справі та країні, готовності захищати її громадян, територіальну цілісність та незалежність. Героїнізація військової служби, як метод пропаганди, як правило, здійснюється через пропаганду військових досягнень та подвигів, створення позитивного образу військовослужбовців, вшанування героїв.

На відміну від «своєї», «ворожої» пропаганда в умовах гібридної війни стала потужним інструментом ворога.

Для дослідження механізмів впливу «ворожої» пропаганди варто, перш за все, виокремити її характерні особливості, а саме:

- цілеспрямованість (чітко визначені цілі та target-групи);
- систематичність та повторюваність;
- мультимедійність (використання різних каналів комунікації від соціальних мереж та засобів масової комунікації до листівок);
- постійність та послідовність (створює кумулятивний вплив як на масову так і колективну свідомість залежно від цілей впливу);
- в більшості випадків охоплення широкої аудиторії, що посилює вплив пропаганди²⁹.

Для поширення «ворожої» пропаганди використовуються такий метод впливу на суспільну свідомість як маніпулювання, що в свою чергу покладено в основу формування «образу ворога», психологічний тиск, підрив довіри та інші психологічні та соціальні механізми.

Розглядаючи дієві маніпулятивні методи, варто зазначити їх широку різноманітність та відмінності в інтерпретації різними дослідниками.

²⁹ Лисичкіна О., Лисичкіна І. Пропаганда як фактор впливу на формування масової та колективної свідомості військовослужбовців. *НАНГУ*. 2024. С. 4. URL: <https://doi.org/10.33405/2078-7480/2024/3/90/318455>

У наукових працях Г. Почепцов пропаганду нового типу трактує як таку, що працює менш прямолінійно, маскується під інформацію, проте реалізується через низку маніпулятивних методів психологічного та соціального характеру.

Перш за все, науковець розглядає маніпулятивні методи, що пов'язані з когнітивними обмеженнями людини. Адже у інформаційному просторі з величезними витоків інформації її надлишковість «змушує реципієнта застосовувати спрощені моделі мислення, що робить його вразливим до фреймінгу та готових інтерпретацій»³⁰. В даному випадку пропаганда стає зручним способом пояснення складних ситуацій.

Ще одним психологічним аспектом маніпуляції, на використанні якого зосереджує увагу Г.Почепцов, є емоційне програмування свідомості, що нерозривно пов'язане з застосуванням таких емоцій як страх, тривога, образа, відчуття приниження. Адже емоційні пропагандистські повідомлення знижують рівень критичного аналізу, а відповідно підсилюють бажаний для «ворожої» пропаганди ефект.

Психологічні механізми маніпуляції проявляються через певні образи, символи, а також через ефект повторюваності, тому що певний візуальний контент, меми, наративи здатні викликати стійкі емоції, а повторюваність створює ілюзію «правдивості» та об'єктивності пропагандистського повідомлення, що глибоко фіксується у свідомості особи.

Соціальні механізми маніпуляції у концепції пропаганди 2.0 Г. Почепцов прив'язує до використання мережевих спільнот, імітації громадської думки через коментарі, лайки, репости, ботоферми, що підкріплюють думку реципієнта про важливість і достовірність пропагандистського повідомлення, а також підвищує соціальний конформізм та сприйняття поданої пропагандистським повідомленням інформації як «своєї»³¹.

Досить часто пропагандисти, на думку дослідника В. Гапія, вдаються до застосування таких дієвих маніпулятивних методів як «спеціальний метод

³⁰ Почепцов Г. Пропаганда 2.0. Харків : Фоліо, 2018. С. 159.

³¹ Там само. С. 169.

транслявання (дроблення) і негайну подачу інформації, висвітлення подій під певним кутом, спотворення або підміна фактів, мозаїчність сюжетів при подачі телевізійних новин»³².

Ефективність негайної подачі інформації проявляється в тому, що, як правило, репортажі проводяться із місця подій із поданням у зручному для «ворожої» пропаганди форматі. При цьому розумний процес сортування інформації та рівень її критичного переосмислення понижується, що викликає підвищення її сприйняття реципієнтом.

Висвітленням подій під певним кутом здійснюється пропагандистом через обробку та викривлення реальних сюжетів та подій (до прикладу на телебаченні) у певному пропагандистсько-ідеологічному напрямі. Такий метод маніпулювання пов'язаний із ще одним – мозаїчність сюжетів при трансляванні телевізійних новин. Адже мозаїчне розташування сюжетів здатне здійснити психологічну дезорієнтацію глядача, а відповідно посилити вплив пропаганди на свідомість.

Провідна роль мас-медіа у поширенні інформації, в тому числі пропагандистського характеру, та її механізми соціально-психологічного впливу на свідомість, дослідником В. Зеленіним пов'язується із теорією залежності від медіасистеми. За даною теорією у період серйозних ризиків (загроз) залежність від мас-медіа зростає, а люди шукають достовірну та об'єктивну інформацію переважно в них, аніж в особистісному спілкуванні³³.

Маніпуляції суспільною свідомістю у мас-медіа здійснюються за допомогою таких основних методів як повторення, універсальності, наклеювання шаблонів, «спіралі мовчання», «загального вагона»³⁴.

³² Гапій В. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1 (53). С. 636. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5411>

³³ Зеленін В., Чопик Л., Доскач С. Вплив медіа на масове сприйняття та психологічний стан громадян. *Humanitarian Studios: Pedagogics, Psychology, Philosophy*. 2024. № 15(2). С. 215. URL: <https://humstudios.com.ua/en/journals/tom-12-2-2024/vpliv-media-na-masove-sprynyattya-ta-psikhologichny-stan-gromadyan>

³⁴ Булгаков Д. Маніпуляції у мас-медіа як інструмент політичної боротьби. *Політичне життя*. 2024. №2. С. 134. URL: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.2.17>

Особливої уваги заслуговує метод «спіралі мовчання», запропонований німецьким політологом Н. Ноель-Нойманом. Даний метод маніпулювання базується на тому, що особа, думки та переконання якої не підтримуються більшістю, боїться їх висловити, вважаючи, що відплатою за них буде ізоляція та ігнорування іншими членами суспільства. Дещо протилежним є метод «загального вагона», за яким робиться підбір фраз, висловлювань, щоб створити враження щодо поведінки більшості.

Маніпулювання як метод психологічного та соціального впливу пропаганди на свідомість, лежить також в основі механізму формування «образу ворога», який потребує детальнішого вивчення.

Вітчизняні та зарубіжні науковці в основу механізму формування «образу ворога» покладають різні соціальні та психологічні аспекти.

Таблиця 1.1

Інтерпретація дослідниками ключових понять та ідей до соціальних та психологічних механізмів формування «образу ворога»

Соціальні та психологічні механізми формування «образу ворога»	Дослідники	Інтерпретація основних понять та ідей
Ефект повторення	Г. Лассуелл	Багаторазове повторення негативних повідомлень створює ілюзію їх правдивості та підсилює сприйняття масами
Виправдання законності рішень	Г. Лассуелл	Образ ворога використовується для виправдання війни та надзвичайних заходів, загроз з боку агресора
Символізація та візуальні образи	Г. Почепцов	Символи, візуальні образи та метафори впливають швидше за аргументи та закріплюються у свідомості
Імітація суспільної думки	Г. Почепцов	Створення видимості масової підтримки певних поглядів стимулює конформізм і прийняття образу ворога
Дихотомія «ми – вони»	Г. Тажфел, Дж. Тернер	У межах теорії дихотомія «ми – вони» розглядається як базовий соціально-психологічний механізм групової ідентифікації: індивід конструює власну ідентичність не лише на основі особистісних характеристик, а й через належність до певних соціальних груп («ми») та протиставлення себе іншим групам («вони») ³⁵

³⁵ Tajfel, H., Turner, J. C. *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*. In S. Worchel & W. G. Austin (Eds.): *Psychology of Intergroup Relations*. Nelson-Hall. 1986. P. 23.

Виходячи із поданих міркувань дослідників, «образ ворога» – це дегуманізований образ одного соціального суб'єкта, що існує в суспільній свідомості іншого соціального суб'єкта, побудований із використанням таких соціальних та психологічних методів та механізмів як ефект повторення, виправдання легітимності рішень, символізацію образів, імітацію суспільної думки, дихотомію «ми-вони».

Здійснення пропаганди через формування «образу ворога» виконує наступні функції:

- консолідаційна (об'єднання суспільства у спільній боротьбі з ворогом);
- мобілізаційна (готовність до боротьби, підтримання політики вищого керівництва держави у розгортанні військових дій);
- легітимаційна (символічне позбавлення ворога людських рис у свідомості суб'єкта, що спрямоване на подолання психологічного табу у вбивстві та його законному виправданні)³⁶.

Формування «образу ворога» відбувається на трьох рівнях: когнітивному (проявляється у нав'язаних думках та переконаннях через засоби масової інформації або соціальні мережі певної інформації щодо ворожого соціального об'єкта, в тому числі з використанням попередньо розглянутих маніпулятивних методів впливу на суспільну свідомість), афективному (пов'язано із переживанням певних емоцій таких як страх за власну безпеку, ненависть до ворога), поведінковому (здатність до об'єднання для протидії ворогу, а також на його вбивство, високий ступінь довіри політичному та військовому керівництву).

³⁶ Холох О., Скрыбін О. Соціально-психологічні механізми формування «образу ворога» з України російськими засобами масової комунікації під час російсько-української війни. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2023. № 3 (55). С. 34. URL: <https://doi.org/10.17721/1728-2217.2023.55.34-40>

Формування «образу ворога» є складним соціально-психологічним процесом, що поєднує когнітивні, емоційні та символічні механізми впливу на свідомість.

На основі проведеного дослідження соціальних і психологічних механізмів впливу пропаганди на свідомість можна зробити висновок про те, що пропаганда функціонує не як сукупність ізольованих інформаційних повідомлень, а як цілісна система впливу, спрямована на трансформацію масової та колективної свідомості. При цьому соціальні та психологічні механізми пропаганди створюють сприятливе середовище для маніпулювання свідомістю, легітимації ворожих повідомлень, формування «образу ворога». Здатність пропаганди проникати у свідомість через соціальні та психологічні механізми створюють необхідність пошуку методів протидії їй.

1.3 Специфіка здійснення контрпропагандистських методів

Пропагандистська діяльність нерозривно пов'язана із контрпропагандою. Адже контрпропаганду можна розглядати як сукупність засобів, заходів, методів та специфічних технік, використання яких спрямовується на попередження, виявлення, нейтралізацію, зменшення негативного впливу, а також нанесення інформаційних відповідей противнику з метою забезпечення стабільності інформаційного середовища. Відповідно контрпропаганда виконує три основні функції: попереджувальну, викривальну та наступальну.

Суть попереджувальної функції полягає у тому, щоб сформувати у свідомості людей таких цінностей, переконань та позицій, щоб зменшити або нейтралізувати психологічний деструктивний вплив пропагандистських наративів супротивника.

Викривальна функція пов'язана із розкриттям суті «ворожої» пропаганди, її методів та технік, засобів, каналів розповсюдження з метою подальшого підбору необхідних засобів та прийомів протидії їй.

Наступальна функція вступає в дію, коли необхідно активно протистояти ворожим наративам, наносити удари супротивнику в ході інформаційної війни.

Виходячи із суті, мети та функцій контрпропаганди методи її здійснення можна розділити на превентивні, наступальні та оборонні.



Рис. 1.1. Методи здійснення контрпропаганди³⁷

Превентивні методи контрпропаганди спрямовані на попередження її деструктивного впливу та здійснюються через формування у населення критичного мислення, інформаційний імунітет, розпізнання дезінформації, поглиблення медіаосвіти та медіаграмотності, покращення державної комунікації, моніторинг інформаційного простору.

Г. Лассуелл, аналізуючи пропаганду як інструмент управління масовою свідомістю в умовах війни, превентивні методи контрпропаганди пов'язував із

³⁷ Требін М. Методи контрпропаганди в умовах «гібридної» війни України з російською федерацією : тези конференції. Харків : Право. 2021. С. 21. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Zbirka/Ukrainskyi_sotsium_sotsialno-politychnyi_analiz_suchasnosti_ta_prohnoz_maibutnoho/

формуванням стійких когнітивних та емоційних установок, які дають можливість зменшити сприйняття масами ворожих інформаційних повідомлень.

Г. Лассуелл стверджував, що «має бути заздалегідь дискредитований той авторитет, який повинен винести остаточний вирок, якщо цей вирок майже напевно не буде дружнім»³⁸. Науковець наголошував, що маси легше мобілізувати та контролювати тоді, коли вони вже попереджені, а цінності та орієнтири структуровані заздалегідь, а отже превентивні методи контрпропаганди є фундаментом інформаційної безпеки держави.

Одним із превентивних методів контрпропаганди є формування у громадян критичного мислення. Критичне мислення - це здатність не лише мислити критично, але й ухвалювати ретельно обмірковані рішення. Для критичного мислення властиві такі характерні риси як «усвідомленість, самостійність, рефлексивність, цілеспрямованість, обґрунтованість, контрольованість, самоорганізованість»³⁹. Звідси можна робити висновок про те, що формування критичного мислення дасть можливість проаналізувати джерело інформації, розмежувати правдиві та недостовірні факти, розпізнати маніпулятивні техніки, а відповідно знизить імовірність прийняття реципієнтом пропагандистських установок та повідомлень. Тобто використання даного контрпропагандистського методу дає можливість розірвати ланцюг “повідомлення - емоційна реакція - пропагандистська установка”, що є основою пропаганди.

Впровадження даного методу протидії пропаганді можливо здійснювати шляхом організації курсів, тренінгів, навчань, які орієнтовані на формування навичок визначення когнітивних викривлень, а також розпізнання дезінформації, що є наступним методом контрпропагандистської діяльності.

Для розпізнання дезінформації важливим є розуміння основних методів дезінформації, а саме:

- введення в оману;

³⁸ Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. K.Paul, Trench, Trubner and Co. Ltd., New York : Knopf, 1997. P.203.

³⁹ Paul R., Elder L. Critical thinking: tools for taking charge of your learning and your life. 3rd ed. Boston: Pearson, 2012. P.93.

- модифікація інформаційного потоку;
- «білий шум»;
- дезінформування «від зворотнього»;
- термінологічне «мінування»⁴⁰.

Введення в оману пов'язане із наданням для конкретної особи чи групи осіб перекрученої, застарілої чи неповної інформації. На противагу модифікація інформаційного потоку передбачає або часткове подання неправдивої інформації, або подання правдивих даних, які носять досить вразливий характер, проте з постійним їх повторенням або доповненням новими інформаційними повідомленнями.

«Білий шум» - це метод дезінформації, суть якого полягає в переплетенні неправдивої та правдивої інформації, що робить складним розпізнати достовірну картину подій чи певних фактів.

Застосування дезінформації «від зворотного» здійснюється способом надання достовірної інформації, яка перекручується, а відповідно сприймається об'єктом як недостовірна. Термінологічне «мінування» відбувається методом підміни основних термінів, які потім сприймаються як неправдиві.

Як формування критичного мислення так і розпізнання дезінформації, різних психологічних маніпуляцій нерозривно пов'язані із застосуванням інформаційної імунізації або теорії інокуляції.

Специфіка здійснення даного контрпропагандистського методу полягає в тому, що подібно до вакцини певні пропагандистські атаки у комунікаціях використовуються для того, щоб виробити «імунітет», здатність розпізнавати і протидіяти сильнішій пропаганді у майбутньому.

⁴⁰ Шлапаченко В. Дезінформація як спосіб інформаційно-психологічного впливу. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2013. № 2 (12). С. 80. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=iblsd_2013_2_15

Застосування теорії інокуляції відбувається в два етапи. На першому етапі «людина отримує попередження про можливість маніпуляцій, що запускає психологічну імунну систему і підвищує скептицизм та настороженість»⁴¹.

Другий етап передбачає ознайомлення із тактиками пропаганди, розпізнанням дезінформації, фейків, ворожих нарративів, що дає можливість, з однієї сторони, підготувати інформаційну відповідь на них, а, з іншої сторони, покращити критичне мислення, підвищити впевненість у здатності відрізнити неправдиву інформацію від достовірної та знизить ймовірність поширення ворожих нарративів.

Специфіка створення та поширення контрнарративів, як методу превентивної протидії пропаганді, полягає у її послідовності.

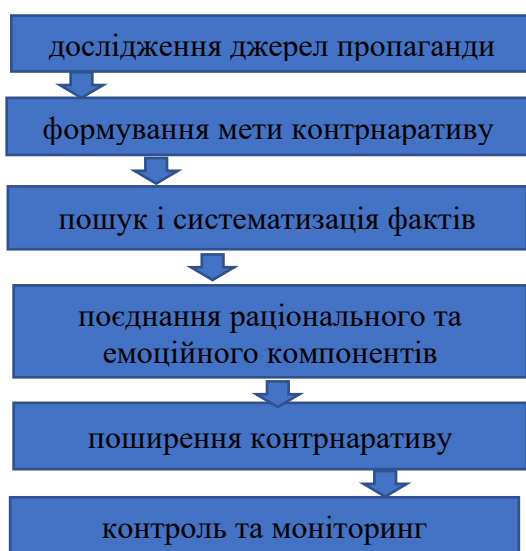


Рис. 1.2. Схема розробки та поширення контрнарративу⁴²

Розробка контрнарративів розпочинається із дослідження джерела ворожої пропаганди, а також цільової аудиторії. Наступним етапом є формування мети

⁴¹ Савчук В. Інструменти виявлення та подолання деструктивних впливів та пропагандистських нарративів інформаційних операцій: типологія, основні характеристики. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2025. С. 226. URL: <https://doi.org/10.32782/apfs.v054.2025.33>

⁴² Шелудякова Н., Смирна К. Контрнарративи як засіб протидії пропаганді: теоретичні засади та практичні аспекти розробки. *Соціально-гуманітарний вісник: збірник наукових праць*. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2025. Вип. 51. С. 44. URL: <https://www.newroute.org.ua/wp-content/uploads/sgv-51.pdf#page=42>

контрнарративу, тобто важливо визначити, проти яких аспектів пропаганди націлений контрнарратив. Далі здійснюється пошук і систематизація фактів, експертних думок з використанням офіційних та авторитетних джерел з високим рівнем довіри.

Важливим етапом створення контрнарративу є поєднання раціонального та емоційного компонентів. На даному етапі вступає в дію метод зміни рамки інтерпретації або метод фреймінгу, а також метод управління емоційним фоном⁴³. В основу методу фреймінгу покладено зміну контексту подачі інформації, перенесення акцентів із вигідних противнику смислів, рамок на альтернативні, включення повідомлення у ширший нарратив, який нівелює його маніпулятивний ефект. Метод управління емоційним фоном базується на емоціях як на основі пропагандистського впливу, з якими має працювати контрнарратив. До даного методу належить зниження рівня страху, паніки, тривоги, нейтралізація «образу ворога», підтримання почуття вагомості, стабільності, необхідності⁴⁴.

Наступним етапом є безпосереднє поширення контрнарративу, що здійснюється через вибір каналів та форматів комунікації. Вибір каналу великою мірою залежить від цільової аудиторії, а відповідно формат комунікації – від специфіки обраного каналу.

Завершальним етапом створення та поширення контрнарративу є його контроль, що полягає у моніторингу та корекції. За результатами моніторингу визначається ефективність створеного контрнарративу, а відповідно і необхідність у його корекції (підсиленні діючого чи створенні нового).

В основі розвитку медіаграмотності лежить сукупність знань, навичок та умінь розпізнавати, аналізувати та створювати пропагандистські повідомлення в медіа, а також оцінювати вплив медіа на суспільну свідомість. Реалізація заходів покращення медіаграмотності відбувається через освітні програми, тренінги, курси для різних соціальних та вікових груп.

⁴³ Почепцов Г. Пропаганда и контрпропаганда. Харків : Фоліо, 2004. С. 56

⁴⁴ Там само. С. 74.

Специфіка здійснення державної комунікації як превентивного методу полягає як у тісній співпраці між державними інституціями так і в комунікації із суспільством з метою зниження рівня невизначеності та паніки, запобігання появі чуток і домислів.

На відміну від превентивних методів здійснення контрпропаганди, які запобігають та попереджають виникненню та поширенню пропаганди, наступальні методи спрямовані на активне трансформування інформаційного простору шляхом витіснення ворожих смислів, дискредитації пропагандистських джерел противника та утвердження власних наративів.

До основних методів наступальної контрпропаганди відносять «трансляцію негативу», «проекцію негативного образу», «негативну інтерпретацію», «знецінення негативу», «громадський осуд», «створення контрасту», «розповсюдження чуток», «семантичне маніпулювання»⁴⁵.

«Трансляція негативу» здійснюється шляхом формування негативного ставлення до певного об'єкта пропаганди через психологічне навіювання відчуття зневаги, відрази, неприязні.

Специфіка застосування «проекції негативного образу» полягає у перенесенні негативних характеристик одного об'єкта на інший з метою розкриття його справжнього образу або його підсилення.

«Негативна інтерпретація» - це метод, суть якого передбачає цілеспрямоване переосмислення дій, заяв ворога в негативному смисловому контексті з метою дискредитації перед цільовою аудиторією. В даному випадку цей метод розрахований не на заперечення певної дій чи заяви противника, а на зміну їх значення або інтерпретації.

Метод «знецінення негативу» спрямований на зниження важливості, значущості певний ворожих дій чи заяв без їх прямого заперечення. Специфіка

⁴⁵ Требін М. Методи контрпропаганди в умовах «гібридної» війни України з російською федерацією. Тези конференції: Український соціум: соціально-політичний аналіз сучасності та прогноз майбутнього. Харків : Право. 2021. С. 29-30. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Zbirka/Ukrainskyi_sotsium_sotsialno-politychnyi_analiz_suchasnosti_ta_prohnoz_maibutnoho/

впровадження даного методу відбувається поетапно. Перш за все, фіксується негативне пропагандистське повідомлення, далі знижується його значущість через пояснення для громадськості контрольованості дій чи заяв, здійснення порівняння із описом незначущості. Далі спрацьовує емоційна рамка, побудована на переході від страху до впевненості, подекуди іронії. Крайнім етапом є контроль за наративом та врегулювання ситуації.

Використання методу «громадського осуду» будується на поширенні контрпропаганди на широке коло громадськості із подачею негативної викривальної інформації, що викликає осуд. Даний метод підкріплюється висловлюваннями авторитетних осіб, даними соціологічних опитувань тощо.

Метод «створення контрасту» розроблений на основі контрастного порівняння, полягає в навмисному зіставленні дій, цінностей власних та противника з метою подання позитивного ставлення до власного суб'єкта та негативного – до ворожого. Типовими прийомами контрасту є ціннісний (воля-завоювання), моральний (захист-агресія), стереотипний (допомога-руйнування).

«Семантичне маніпулювання» - це метод, що передбачає «поступове перетворення позитивних думок в негативні за допомогою словесної маніпуляції, прихованої гри зі змістом та значенням слів»⁴⁶.

Методи оборонної пропаганди спрямовані на захист власного інформаційного простору від впливу ворожої пропаганди з метою послаблення, нейтралізації чи звуження її наслідків.

Основними методами оборонної пропаганди є пряме та опосередковане спростування, відволікання, мінімізація, ігнорування, використання евфемізмів.

Якщо пряме спростування полягає у спростуванні ворожої пропаганди правдивими методами, то опосередковане спростування «передбачає ініціювання релевантних тем, які дають зрозумілі та чіткі натяки на абсурдність

⁴⁶ Михайличенко А. Контрпропаганда в українських ЗМІ, реалії сьогодення. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2017. V (21). С. 60. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Counter-propaganda-in-the-Ukrainian-media-the-reality-of-today-A.-Mykhailichenko.pdf>

пропаганди опонента»⁴⁷. При опосередкованому спростуванні особлива увага звертається на неправдивості джерела інформації, його низькому авторитеті, відношенні противника до негативної групи чи здійснення ним нелегітимних дій.

Метод відволікання побудований на відволіканні цільової аудиторії від певної теми шляхом розкручення чи започаткування інших тем, що відволікає увагу та дає змогу зменшити деструктивний вплив пропаганди.

Метою методу ігнорування є недопущення поширення ворожої пропаганди, позбавлення її уваги та уникнення ефекту підсилення через реакцію. При цьому події чи заяви не коментуються, увага переноситься на інші теми, висвітлюються більш важливі події.

В основі методу мінімізації лежить порівняння з більш значущими подіями, інформування про контрольованість та реагування на події з метою надання їй мінімальної переваги в інформаційному просторі.

Специфіка використання евфемізмів як методу оборонної контрпропаганди полягає у заміні емоційно загострених або травматичних термінів більш нейтральними чи пом'якшеними мовними формулами з метою зниження психологічного впливу інформації.

Висновки до 1 розділу

Таким чином, серед зарубіжних та вітчизняних науковців немає уніфікованої думки щодо визначення поняття пропаганди та його змісту. Більшість зарубіжних дослідників, а саме Ж. Еллюль, Г. Лассуелл, М. Спруль, А. Нельсон, Г. Йовет та В. О'Доннел визначають пропаганду як спробу маніпулювати пізнанням задля досягнення реакцій, на які були спрямовані дії пропагандиста.

В основу дослідження пропаганди як інструменту війни покладена теорія інформаційної війни (Information Warfare), розроблена провідним аналітиком у

⁴⁷ Павлов Д. Специфіка здійснення контрпропагандистських політичних технологій. *Наукові праці. Політологія*. 2017. № 297. Том 309. С. 50. URL: <http://tta.org.ua/index.php/2311-0295/article/view/200649>

сфері інформаційних, психологічних та гібридних війн Timothy L. Thomas. Дана теорія підкріплюється інтерпретацією пропаганди як інструменту війни такими українськими дослідниками як М. Шевців, К. Гончарук, Н. Анікіна, У. Коруц, Ж. Денисюк, Ю. Бондар.

Досліджуючи вітчизняний науковий дискурс, варто зазначити спільну рису у підходах українських науковців до поділу пропаганди на відкриту та приховану, а за наслідками – на позитивну (конструктивну) та негативну (деструктивну). Досить цікавим є підхід науковців до поділу пропаганди на білу, чорну та сіру, а також на пропаганду створення, руйнування, роз'єднання, залякування, відчаю, героїзму, просвітництва.

Проведені дослідження вказують на те, що пропаганда виконує інформаційну, ідеологічну, маніпулятивну, мобілізаційну, інтеграційну, деструктивну та контрольну функції.

Враховуючи теорію інформаційної війни, вивчення класифікації, а також функцій, які виконує пропаганда, можна зробити висновок про те, що пропаганда - це інструмент війни, який спрямований на цілеспрямоване поширення інформації з метою формування або зміни в масовій аудиторії певних політичних, ідеологічних, соціальних, психологічних установок, думок, поведінки, що узгоджені із інтересами агресора.

Механізми впливу пропаганди вже давно вийшли за межі політичної сфери, охоплюючи психологічні та соціальні аспекти як масової так і колективної свідомості. Пропагандистські механізми впливу на масову свідомість розраховані на велику аудиторію, характеризуються її гетерогенністю, низьким рівнем комунікації та взаємодії між її членами, а також високим ступенем анонімності, тому в дію вступають такі способи впливу як навіювання і сугестивність, міфологізація. На відміну від впливу на масову свідомість, яка розрахована на короткострокові реакції, соціально-психологічні механізми впливу на колективну свідомість зосереджені на глибокі, а відповідно довготермінові зміни як у переконаннях так і поведінці певної групи чи колективу.

Враховуючи соціальні та психологічні аспекти, пропаганду поділяють на «свою» (захисну) та «ворожу». У разі успішного впливу «своєї» пропаганди відбудеться зростання згуртованості, підвищення віри в перемогу, посилення відчуття необхідності боротьби, а також формування переконання про важливість особистого внеску. На відміну від «своєї» «ворожа» пропаганда в умовах гібридної війни стала потужним інструментом ворога. Для її поширення використовуються такий метод впливу на суспільну свідомість як маніпулювання, що в свою чергу покладено в основу формування «образу ворога», психологічний тиск, підрив довіри та інші психологічні та соціальні механізми.

Окремо варто виділити формування у «ворожій» пропаганді образу ворога як дегуманізованого образу одного соціального суб'єкта, що існує в суспільній свідомості іншого соціального суб'єкта, що побудований із використанням таких соціальних та психологічних методів та механізмів як ефект повторення, виправдання легітимності рішень, символізацію образів, імітацію суспільної думки, дихотомію «ми-вони».

Пропагандистська діяльність нерозривно пов'язана із контрпропагандою, яку варто розглядати як сукупність засобів, заходів, методів та специфічних технік, використання яких спрямовується на попередження, виявлення, нейтралізацію, зменшення негативного впливу, а також нанесення інформаційних відповідей противнику з метою забезпечення стабільності інформаційного середовища. Відповідно контрпропаганда виконує три основні функції: попереджувальну, викривальну та наступальну, а її методи поділяються на превентивні, наступальні та оборонні. До превентивних методів відноситься формування критичного мислення, розпізнання дезінформації, інокуляція, створення та поширення наративів, медіаграмотність, державна комунікація, моніторинг інфопростору. Найважливішими наступальними методами є трансляція негативу, проекція негативного образу, негативна інтерпретація, знецінення негативу, громадський осуд, створення контрасту поширення чуток, семантичне маніпулювання. Методи оборонної пропаганди спрямовані на захист

власного інформаційного простору від впливу ворожої пропаганди з метою послаблення, нейтралізації чи звуження її наслідків. Основними її методами є пряме та опосередковане спростування, відволікання, ігнорування, мінімізація, використання евфемізмів.

Використання контрпропагандистських методів великою мірою залежить від специфіки інструментів, які використовуються в інформаційній війні. Хоча пропаганда, дезінформація та інформаційно-психологічні операції (ІПСО) часто діють у синергії, вони мають суттєві відмінності. На відміну від розглянуто вище інструменту війни пропаганди, дезінформація виступає як більш вузький, тактичний інструмент викривлення реальності. Інформаційно-психологічні операції мають виражений наступальний та маніпулятивний характер.

У сукупності проведений теоретичний аналіз створює цілісне підґрунтя для подальшого дослідження пропаганди й контрпропаганди в умовах російсько-української війни та підтверджує їхню визначальну роль у боротьбі за інформаційний простір.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ПРОПАГАНДИ ТА КОНТРПРОПАГАНДИ В РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ

2.1 Огляд інформаційного простору під час російсько-української війни

Інформаційний простір під час російсько-української війни є складним багаторівневим середовищем, у якому пропаганда функціонує як стратегічний інструмент ведення війни поряд із військовими та дипломатичними засобами. Від 2014 року, а особливо після повномасштабного вторгнення 2022 року, інформаційна складова конфлікту перетворилася на самостійний фронт, особливістю якого стало використання поряд із пропагандою фейків, дезінформації, міфів, стратегічних наративів та обману, інформаційного алібі, інформаційно-психологічних операцій, операцій впливу тощо. Застосування країною-агресором найрізноманітніших інструментів інформаційної війни створило загрозу національній безпеці держави та необхідність пошуку шляхів та методів їх протидії.

Особливістю російської пропаганди в гібридному протистоянні стало те, що вона виникла не спонтанно, а мала значне підґрунтя, а початок її активізації припав на події Євромайдану. Дослідження показали, що до революції на Євромайдані українські події майже не висвітлювалися в російських засобах масової інформації. Однак уже після подій 2014 року російські медіа, зокрема програма «Время», почали зображувати українських лідерів як провокаторів внутрішніх конфліктів, звинувачуючи їх у військових жертвах і економічних проблемах Східної України, мешканці якої нібито мали проросійські позиції.

При цьому натяки були зроблені на краще життя українців під керівництвом російської влади⁴⁸.

В основу російської пропагандистської машини покладалися наративи щодо ролі національної історії та культурної самоідентифікації народу в російсько-українському конфлікті. Росія заявила, що було розпочато замасковану війну проти України, щоб захистити «людей, які відчують зв'язок із російською культурою»⁴⁹. Російська федерація використовувала російську культурну спорідненість для розпалювання ворожнечі між народами. Кремлівська інформаційна кампанія також будувалась на дезінформації, переконанні в тому, що ті, хто говорить російською, перебувають у небезпеці.

Період до початку повномасштабного вторгнення характеризувався створенням та поширенням російськими пропагандистами та ідеологами міфологем про «руській мір», «руская весна», ССРСР (Союз Співтворців Святої Русі), неправдивий Томос, спільне щасливе радянське минуле⁵⁰.

Проводячи дослідження визначення лексем та тем «ландшафту» аналітичних репортажів, що вироблялися Russia Today (RT) у 2018-2020 роках та були побудовані на аналізі даних періодів президентства Петра Порошенка та Володимира Зеленського, можна робити висновок, що особистості не відігравали значної ролі у ставленні Кремля до України. Спочатку російська пропаганда була зосереджена на протистоянні між Україною та росією, а також на ролі президента Порошенка та пов'язаних з ним конфліктах – подіях в Азовському морі, Томос тощо. Період президентства Володимира Зеленського характеризувався різноманітністю пропаганди, яка повторювалася багато разів, щоб її запам'ятала громадськість. Це був той час, коли Кремль шукав точки

⁴⁸ Lokoman K., Lau, R. R. Narratives of conflict: The evolution of attitudes toward Ukraine in Russian media (2013–2022). *Media, War & Conflict*. 2025. № 18 (3), P. 342. DOI: <https://doi.org/10.1177/17506352241257053>

⁴⁹ Sazhniev M., Sułkowska J. Russian culture and the management of meaning in implementing political influence in Ukraine. *Journal of International Studies*. 2020. № 13 (1). P. 318. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2020/13-1/20>

⁵⁰ Павлюх М.В. Методи та засоби російсько-української війни (2014-2022): міфи і риторика пропаганди. *Електронна бібліотека ЧТИВО*. С. 1020. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-127>

дотику із Зеленським. Зазнавши невдачі, країна-агресор повернулася до попередньої схеми: критика рішень президента, русофобія, газ, агресія тощо⁵¹.

На основі аналізу державних телевізійних каналів, виступів та заяв російських лідерів, інтернет-ресурсів у період повномасштабного вторгнення росії на територію України побудована концепція «Truth with a Z», що базується на кремлівській пропаганді та наративах, які російські громадяни використовують як «рамки для інтерпретації політичних подій», часто без спроб висловлювати власні думки та мати власні переконання. В основі концепції лежать три основних спільних для багатьох контекстів дискурси: колоніалізму (деколонізації), імперіалізму та уявного Заходу⁵².

Дискурс колоніалізму (деколонізації) стверджує, що Росія звільняє Україну від західного колоніалізму. Основи дискурсу були закладені у пропагандистській промові Путіна, де він замислювався, чи розуміють українці, що «їхня країна була ... зведена до рівня [західної] колонії з маріонетковим урядом»⁵³. Далі промова Путіна послідовно проєктувалася та перепощувалася через офіційні канали та інтернет-видання.

Пропагандистські наративи імперіалізму були орієнтовані на російську аудиторію, апелюючи до єдиної руської імперії. Найбільше поширювався цей наратив через внутрішнє російське телебачення, очевидно визнаючи, що серед міжнародної аудиторії «імперіалізм» має переважно негативний відтінок.

У росії поширене поняття колективного Заходу, тому сучасні наративи та пропаганда зосереджуються на дискурсивних конструкціях «Заходу», в основі яких лежить захист росії від зовнішньої агресії, що став передумовою війни в Україні.

⁵¹ Karpchuk N., Yuskiv B. Dominant concepts of the Russian Federation's propaganda against Ukraine (content and collocation analysis of "Russia Today"). *Politologija*. 2021. № 102 (2). P. 137. DOI: <https://doi.org/10.15388/Polit.2021.102.4>

⁵² Tolz V., Hutchings S. Truth with a Z: disinformation, war in Ukraine, and Russia's contradictory discourse of imperial identity. *Post-Soviet Affairs*. 2023. № 39 (5). P. 351. DOI: <https://doi.org/10.1080/1060586X.2023.2202581>

⁵³ Там само. P. 355.

Аналіз образу Заходу в офіційних російських нарративах в контексті російського вторгнення на територію України також було проведено, досліджуючи 43 російських пропагандистських матеріали та нарративи, в яких чітко прослідковується їх антизахідний, зокрема антиамериканський, антиєвропейський та антинаатовський характер. Виправдовуючи свої дії, російська пропаганда наголошує на підбурюванні західними країнами війни в Україні, використанні ними примусових заходів, здійсненні ними діяльності, що становить загрозу для росії, порушеннях західними країнами міжнародного права, їхній нездатності досягти згоди та навмисних діях на шкоду росії⁵⁴.

Антизахідні нарративи, імперський дискурс, деколонізація, легітимізація війни та російського правління в Україні покладено в основу пропагандистської промови Путіна 24 лютого 2022 року: «Проблема в тому, що на територіях, що прилягають до нас, зазначу - на наших історичних територіях, створюється «антиросійський» союз, ворожий до нас, який підпорядковується повному зовнішньому контролю, інтенсивно заселений збройними силами країн НАТО і оснащений найсучаснішою зброєю»⁵⁵.

У цьому зверненні закладена конструкція «Спасителя та Лиходія», у якій Лиходій здійснює «геноцид мільйонів людей, які живуть на Сході», а Спаситель приймає рішення «зупинити цей кошмар»⁵⁶.

Роблячи огляд інформаційного простору в різні періоди, варто зазначити, що російські пропагандисти постійно залучали такі інструменти інформаційної війни як дезінформація та фейки. Їх поширення під час російсько-української війни не було рівномірним, а коливалося за інтенсивністю. Найбільш концентрований період поширення дезінформації та фейків припав на початок вторгнення. Хоча конкретний зміст дезінформації змінювався залежно від розвитку подій на полі бою, певні загальні теми залишалися незмінними. Ці теми

⁵⁴ Jaskólski A. The image of the West in the official Russian narrative in the context of Russia's invasion of Ukraine. *Przegląd Rosycystyczny*. 2025. № 3 (191). P. 148. DOI: <https://doi.org/10.31261/pr.18378>

⁵⁵ Pynnöniemi K., Tolvin A. Reconstructing the Kremlin's strategic deception: The logic of disinformation narratives during the first phase of the full-scale invasion of Ukraine. *Journal of Slavic Military Studies*. 2025. № 38 (3). P. 310. DOI: <https://doi.org/10.1080/13518046.2025.2548727>

⁵⁶ Там само. С. 311.

в основному зосереджувалися на дискредитації України, її Збройних Сил та підтримки Заходу, одночасно конструюючи позитивний наратив про дії росії⁵⁷.

В російсько-українській війні стратегії дезінформації стали одним з інструментів формування громадської думки, а фейки - засобом впливу на формування світогляду громадян як всередині країни так і поза її межами. Ці інструменти російської пропагандистської машини здатні впливати на масову та колективну свідомість, нести руйнівний та дестабілізуючий характер, що в свою чергу становить пряму загрозу національній безпеці держави. На підтвердження цієї думки та на основі аналізу інформаційного простору розглянемо класифікацію фейків за метою та наслідками.

В умовах російсько-української війни Україна стала об'єктом операції впливу з боку росії, в основу яких покладено наративи, дезінформація, фейки та пропаганда, інформаційно-психологічні операції, публічна дипломатія тощо. Операції впливу проводяться з використанням чотирьох вимірів боротьби – інформаційного, кібернетичного, комунікативного та когнітивного⁵⁸. Потенційна небезпека використання операцій впливу країни-агресора в Україні проявляється в тому, що їх реалізація здійснюється із застосуванням широкого комплексу заходів та каналів поширення для впливу на обороноздатність держави, її економічний потенціал, стабільність політичної системи, морально-психологічну стійкість.

⁵⁷ Yuskiv B., Karpchuk N., Fedoniuk S., Shturkhetyskyi S., Krechetov, M. (2024). The Russian Federation's "Fake News" Intentions in the War Against Ukraine. *Slovak Journal of Political Sciences*. 2024. № 24 (2) P. 201. DOI: <https://doi.org/10.34135/sjps.240203>

⁵⁸ Залкін С.В., Ревін О.В., Сідченко С.О., Хударковський К.І., Белімов В.В. Аналітичний огляд технологій підготовки і проведення операцій впливу російською федерацією : *збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил*. 2024, № 4 (82). С. 110. URL: <https://journal-hnups.com.ua/index.php/zhups/article/view/1856>

Типологія фейків за метою та наслідками на прикладі російсько-української війни

типи фейків та їх мета ⁵⁹	наслідок	приклад
фейки, створені російськими діячами для маніпуляції громадською думкою в Україні	зниження підтримки державної політики, деморалізація населення	поширення неправдивих заяв про «втрату підтримки України Заходом» або фейкові цитати міжнародних лідерів
фейки, спрямовані на знищення довіри до інформації або джерела	руйнування довіри до офіційних повідомлень, інформаційний хаос	фейкові «викриття» про нібито продаж гуманітарної допомоги українськими посадовцями без доказів
фейки, спрямовані на посилення внутрішніх конфліктів в українському суспільстві	поляризація суспільства, ослаблення національної єдності	поширення неправдивої інформації про «утиски» певної мовної або релігійної групи
фейки для створення конспірологічних теорій та змов	радикалізація частини населення, недовіра до державних рішень	твердження про «таємні біолабораторії» в Україні, що нібито створюють зброю
фейки, що несуть загрозу економічній безпеці	масове зняття коштів із банків, скорочення інвестицій	чутки про «неминучий дефолт» або «закриття всіх банків наступного тижня»
фейки для дестабілізації фронтових ліній та військової ситуації	падіння бойового духу, паніка серед населення	фейкові повідомлення про «оточення» українських підрозділів або «масову здачу позицій»
фейки для збурення інформаційної ситуації та впливу на управлінські рішення	неефективні управлінські кроки, ослаблення інформаційної безпеки	масове поширення неправдивих даних про «техногенні катастрофи», що змушують владу реагувати на вигадані загрози

Проводячи дослідження інформаційного простору, можна зробити висновок про те, його особливістю є постійне бажання російських лідерів виправдати свої дії. В даному контексті вводиться поняття інформаційного алібі як особливої форми дезінформації, що використовується російською федерацією для поширення на випередження неправдивої інформації, яка має на меті зняти відповідальність за її злочини.

⁵⁹ Вовк С.О., Бадер А.В. Стратегії дезінформації в російсько-українській війні: типологія фейків. *Регіональні студії*. 2023. № 35. С. 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2023.35.8>

У звіті “Фабрикація безкарності. Російські інформаційні операції в Україні: Використання Росією інформаційних алібі та їхній суттєвий внесок у планування, виконання та приховування міжнародних злочинів” демонструється практичне використання країною-агресором інформаційного алібі на прикладі 5 інцидентів:

- Маріупольський пологовий будинок №3;
- Маріупольський драмтеатр;
- Краматорський залізничний вокзал;
- Оленівський табір військовополонених;
- Каховська ГЕС⁶⁰.

Дослідження інцидентів демонструють різноманітні тактики, які використовує росія для створення та поширення інформаційних алібі.

Розглянемо використання інформаційного алібі на прикладі трагедії, що сталася в Маріупольському драмтеатрі. Хоча насправді драмтеатр функціонував як сховище для цивільних громадян під час російських бомбардувань та інших військових атак, як центр для розподілу їжі, води та важливої інформації щодо коридорів евакуації, не було жодних доказів присутності українських військовослужбовців, проте російські пропагандисти розпочали свою підготовчу діяльність ще напередодні трагедії. Спочатку російський військовий блогер Кирило Федоров, а потім блогер та кореспондент «Комсомольської правди» Дмитро Стешин повідомили про те, що Україна готує провокацію. В день трагедії так званий заступник міністра інформації ДНР заявив, що надійшла інформація від колишнього українського солдата про наявність штабу українських військових в театрі. Окрім телеграм-каналів, відео про нібито жінку, яка підтвердила присутність азавців в театрі, було поширено Міністерством оборони росії. Дане відео підкріплювалося коментарями відомих російських пропагандистів під ніками Rybar, Colonelcassad. Далі відбувалося

⁶⁰ Manufacturing Impunity: Russia’s Use of Information Alibis and How They Materially Contribute to the Planning, Execution, and Cover-up of International Crimes: report Global Rights Compliance. Retrieved from: <https://globalrightscompliance.org/uk/manufacturing-impunity-russian-information-operations-in-ukraine/>

перекручування інформації, використовуючи пропагандистський прийом «введення в оману», спотворюючи інформацію то про присутність, то про відсутність азахців. Уже після трагедії офіційна позиція Міністерства закордонних справ росії стверджувала, що росія не несе відповідальності за бомбардування театру, характеризуючи його натомість як «провокацію» України.

Тактика інформаційного алібі стала цинічним перетворенням пропагандистської риторики на зброю в рамках військової стратегії росії.

Російська пропаганда в умовах гібридного протистояння характеризується масштабністю та багатоканальністю для здійснення операцій впливу, до яких можна віднести:

- телебачення та офіційні медіа рф (Russia Today, Sputnik, Первый канал, РІА Новості, ТАСС, Інтерфакс та ін.)
- соціальні мережі (Facebook, YouTube, Telegram, TikTok тощо);
- проросійські блогери та лідери думок (В. Соловйов, М. Симоньян, С. Пегов, Ю. Подоляк, О. Сладков, А. Шарій та ін.);
- контрольовані державою “неурядові” організації (наприклад, “Россотрудничество”, фонд “Русский мир”, “Русский дом”, Российский центр науки и культуры та ін.);
- російське політичне та військове керівництво (президент, Міністерство закордонних справ, Міністерство оборони, Постійне представництво Росії при ООН та ін.);
- міжнародні альтернативні медіа та маргінальні платформи (публікації в маловідомих виданнях із посиланням на «експертів», які фактично ретранслюють кремлівські меседжі);
- громадські рухи (наприклад, Євразійський союз молоді Ігоря Панаріна, Міжнародний євразійський рух Олександра Дугіна);
- геополітичні сайти та сайти, що належать проросійським організаціям, асоціаціям і фондам (New Eastern Outlook, Global Research, News Front, South Front, Geopolitica.ru, “Русский мир”, Міжнародний дискусійний клуб

“Валдай”, Фонд Горчакова, Інститут цивілізаційного діалогу в Берліні, Інститут демократії та співпраці в Парижі) тощо.

Проводячи огляд інформаційного простору, варто також відзначити, що російська пропаганда уже давно вийшла за межі країни-агресора, України та набула значного поширення на міжнародній арені.

Таблиця 2.2

Аналіз застосування окремих методів російської пропаганди та її вплив на імідж України

Метод ⁶¹	Приклади застосування на міжнародній арені	Потенційний вплив на імідж України
Тавтологічна риторика і стилістичні трюки	постійне повторення формули «нелегітимний режим», «нацистська держава» в іноземних ефірах ЗМІ та заявах офіційних осіб	формує у міжнародній аудиторії стійкі негативні асоціації з Україною
Пряма фальсифікація фактів	фейки про «біолабораторії США в Україні», які активно поширювалися через міжнародні соцмережі	підрив довіри до України як до міжнародного партнера
Культивування фальшивих узагальнень	використання твердження про «тотальний нацизм» в Україні	сумнів щодо українців як окремої нації
Конспірологічні теорії	дезінформація про те, що розширення НАТО є «планом знищення росії»	формує уявлення про Україну як маріонетку Заходу
Формування неіснуючих дилем	пропагандистська риторика: «або росія захищається, або її знищать»	виправдання агресії як «єдиного можливого» рішення
Маніпулювання детермінантами	маніпулювання інформацією щодо вторгнення як «вимушеної відповіді» на дії України чи НАТО	зміщення відповідальності з агресора на жертву
Використання слів-пасток	вживання терміну «спецоперація» замість «війна»	скорочення сприйняття масштабу агресії
Використання порожніх заяв	заяви про «захист культурних цінностей»	виправдання агресії як «єдиного можливого» рішення
Неправдиві соціологічні опитування	інформація «опитувань» про нібито низьку підтримку України в країнах ЄС	створення враження міжнародної ізоляції України
Фальшиві експерти	запрошення на ефіри іноземних коментаторів із проросійською позицією	імітація «альтернативної думки», що підсилює сумніви

⁶¹ Ромців О., Харченко А. Методи російської інформаційної пропаганди та їх вплив на імідж України у світі. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. С. 192. URL: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2023/11/34.pdf>

Таким чином, проведений огляд інформаційного простору дає можливість робити висновки про те, російська пропаганда є масштабною, комплексною, багатоканальною. Російська пропагандистська машина характеризується взаємодією різних інструментів від дезінформації, фейків, міфологем, стратегічних наративів, інформаційного алібі до впровадження та поширення операцій впливу. Особливістю кремлівської пропаганди став її маніпулятивний, дестабілізуючий, руйнівний характер, а канали поширення уже давно вийшли за межі країни-агресора та України, розповсюджуючись на міжнародній арені, що створює значну загрозу національній безпеці та інформаційній стійкості та потребує здійснення інформаційного протиборства в умовах нових гібридних викликів та загроз.

2.2 Українська контрпропаганда: успіхи та проблеми

В умовах сучасного інформаційного простору України, що знаходиться у стані війни, функціонування контрпропаганди має значні успіхи та певні проблеми. Найбільшим успіхом української контрпропаганди стала трансформація ролі України із об'єкта російських інформаційних впливів на суб'єкта активної комунікативної політики. Українські стратегічні комунікації під час російсько-української війни стали потужним інструментом не лише для забезпечення внутрішньої інформаційної стійкості, консолідації та підтримки громадськості, створення позитивного іміджу країни на міжнародній арені, але й інструментом ефективної відповіді на російську пропаганду, наративи, дезінформацію та інші інформаційні впливи.

З початку повномасштабного вторгнення росії на територію України скоординовані, короткострокові та довгострокові комунікаційні зусилля з поширення інформації, ідей, цінностей серед масової аудиторії були покладені в основу досягнення стратегічних цілей – забезпечення інформаційної стійкості, протидія деструктивним інформаційно-психологічним впливам країни-агресора.

В основу стратегічних комунікацій покладено кризові комунікації, зв'язки з громадськістю (в тому числі військові), публічну дипломатію⁶².

Особливість українських стратегічних комунікацій полягає у поєднанні як успіхів так і помилок, особливо на початку війни, коли інформаційний простір був перенасичений ворожою пропагандою, проте ще не було чітких механізмів її протидії. В процесі трансформації стратегічна комунікація стала гнучкою, адаптивною, багатоканальною.

Адаптація та гнучкість стратегічних комунікацій виявилася необхідною для успішної реакції на нові обставини та виклики, що виникали у політичній, інформаційній, соціальній та військовій сферах.

Перш за все, до інформаційного протиборства в Україні було залучено всі рівні комунікацій – від президента, урядових та державних установ до громадськості, медіа та новітніх технологій. Особливу роль відігравали місцеві адміністрації, які набули повноважень військових. Для донесення інформації на місцевих рівнях створювались телеграм-канали, через які постійно інформувалося населення про події на фронті, спростовувалися фейки та дезінформація, поширювалися відео з виступами Президента, посадових осіб, повідомлялась інформація про наявність сховищ тощо. В зонах конфлікту та тимчасово окупованих територіях керівники військових адміністрацій надавали важливу інформацію про евакуацію чи гуманітарну допомогу, що створювало наратив «захищеності» на противагу ворожій пропаганді «покинутості».

Важливу роль відігравали українські дипломати, працівники культури (співаки, митці), відомі спортсмени, діаспора, що доносили інформацію про реальні події в Україні для світової спільноти. Усі ці заходи дали змогу сформувати наратив «вільної демократичної української нації», який ефективно протистояв ворожій пропаганді.

⁶² Юськів Б., Карпчук Н., Пелех О. Зміни стратегічних комунікацій України під час російсько-української війни (2022-2024 рр.). *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2024. № 3 (20). С. 103. URL: https://www.researchgate.net/publication/388749264_ZMINI_STRATEGICNIH_KOMUNIKACIJ_UKRAINI_CAS_ROSIJSKO-UKRAINSKOI_VIJNI_2022-2024_RR1sup

Значним успіхом стала активна розбудова комунікативної політики на рівні держави, зокрема Президента як Верховного Головнокомандувача Збройних Сил України. З перших днів війни Президент України В. Зеленський звертався до народів і парламентів країн світу (Ізраїлю, Великої Британії, Польщі, США, Канади, Німеччини, Швейцарії, Італії, Японії, Франції, Швеції, Нідерландів та ін.), спільноти США та Франції із закликом засудити збройну російську агресію, визнати росію «країною-терористом», надати для України статус члена Європейського Союзу, залучити до військового протистояння світову спільноту, яка також стоїть перед загрозою російського вторгнення, та надати підтримку Україні, передусім військову та гуманітарну тощо⁶³. Виступи Президента були частими (подекуди тричі на день) та емоційними, що дало можливість спростувати російський фейк «Київ за три дні», підтвердити наративи «незламності» та правдивих подій в Україні, підвищити моральний дух всередині суспільства, забезпечити підтримку на міжнародній арені. Нині міжнародна інформаційна дипломатія Президента побудована на роботі на міжнародних майданчиках (зокрема ООН), співпраці з ЄС та НАТО, ініціюванні санкцій проти російських пропагандистських інформаційних ресурсів та пропагандистів.

Окрім публічної дипломатії, ефективність стратегічної комунікації проявляється в щоденних відеозверненнях, прямих трансляціях, інтерв'ю в медіа, періодичних публікаціях всередині країни. Комунікація Президента здійснюється через активне використання соцмереж, платформ YouTube, Telegram, Twitter з метою консолідації суспільства, протидії паніці та деструктивним чуткам, формування довіри до державних інституцій.

Ефективність української контрпропаганди проявляється також у залученості до процесів стратегічної комунікації різних державних органів та надання їм повноважень для протидії інформаційним викликам та загрозам та забезпечення інформаційної безпеки.

⁶³ Naumenko M. Strategic communication in Ukraine's information warfare. *Acta Securitatae Volynienses*. 2025. № 6. P. 210. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-9385/2025-6-22>

Таблиця 2.3

Основні державні інституції та залученість їх до протидії ворожій
пропаганді під час російсько-української війни

Інституції	Повноваження у сфері інформаційної безпеки (з точки зору протидії пропаганді)
Рада національної безпеки і оборони України	координує діяльності органів влади у сфері інформаційної безпеки, приймає рішення протидії інформаційним загрозам, впроваджує санкційну політику
Центр протидії дезінформації	здійснює моніторинг інформаційного простору; виявляє та спростовує російські фейки, дезінформацію, наративи за тегами «росія», «білорусь», «внутрішні загрози», «міжнародні загрози»; публікує звіти та статті
Служба безпеки України	Виявляє та протидії інформаційно-психологічним спецопераціям; забезпечує кібербезпеку; розслідування злочинів в сфері інформаційної та національної безпеки
Міністерство культури	формування політику стратегічних комунікацій; розвиває медіаграмотність
Центр стратегічних комунікацій	протидіє дезінформації, в тому числі з міжнародними партнерами; проводить інформаційні кампанії
Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення	регулює діяльність медіа; обмежує трансляцію проросійських каналів
Міністерство оборони України	забезпечує стратегічні комунікації у секторі безпеки; протидіє ворожим ІІСО
Збройні Сили України	забезпечує стратегічні комунікації; спростування фейків, дезінформацію
Міністерство цифрової трансформації України	протидіє бот-мережам; забезпечує цифрову безпеку та інформаційну гігієну
Міністерство закордонних справ України	розвиває інформаційну дипломатію; здійснює контрпропагандистську діяльність на міжнародній арені

Важливу роль у інституційній структурі протидії ворожій пропаганді належить сектору оборони та безпеки України. Ефективність функціонування цього сектору підтверджується даними соціологічних досліджень, проведених на замовлення Київського Безпекового Форуму напередодні Мюнхенської безпекової конференції. За результатами досліджень у лютому 2026 року беззаперечним лідером за рівнем довіри залишаються Збройні Сили України – баланс довіри становить +88,5% (57,4% – скоріше довіряють, 36,9% – повністю довіряють). Високий рівень довіри демонструють й інші оборонні інституції: Головне управління розвідки отримало баланс +63,4% (62,4% – скоріше довіряють, 16% –

повністю довіряють, зростання позитивного балансу на 7%), Національна гвардія +59,4% (59,2% – скоріше довіряють, 18,1% – повністю довіряють), Служба безпеки України +51,4% (60,9% – скоріше довіряють, 11,9% – повністю довіряють, зростання позитивного балансу майже на 10%)⁶⁴.

Повномасштабне вторгнення стимулювало оперативну, багатоканальну та доказову стратегічну комунікацію сектору безпеки та оборони України, основними інструментами якої стали:

- оперативні спростування та ризик-комунікація;
- платформні альянси та модерація;
- публічна дипломатія та міжнародні наративи;
- аналітика та дослідження⁶⁵.

Щодо оперативних спростувань та ризик-комунікації, то аналітика НАТО StratCom COE (2024) вказала на високу спроможність сектору безпеки та оборони швидко оновлювати меседжі в умовах активних інформаційних операцій РФ, ефективність розробки попереджувальних меседжів щодо очікуваних вкидів і «тестових» інформаційних операцій країни-агресора⁶⁶.

Особливу роль у забезпечення контрпропагандистської діяльності відіграє Центр протидії дезінформації, створений як робочий орган Ради національної безпеки та оборони України. Його ефективність найбільш помітна в умовах кризових інформаційних атак, адже швидкість реагування є важливою у протидії ворожій пропаганді, а здійснення оперативних спростувань знижує амплітуду паніки й запобігає вторинному поширенню фейків, наративів, дезінформації тощо.

⁶⁴ Лідери та аутсайтери довіри українців серед інститутів влади – дані дослідження КБФ. *Київський безпековий форум*. 2026. Retrieved from: <https://ksf.openukraine.org/categories/news/lideri-ta-autsajderi-doviri-ukrayinciv-sered-institutiv-vladi-dani-doslidzhennya-kbf?pageNumber=12>

⁶⁵ Сашук Г. Еволюція стратегічних комунікацій сектору безпеки та оборони України як інструменту протидії інформаційним загрозам. *Політичне життя*. 2025. № 3. С. 105. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.3.13>

⁶⁶ The use of Russian proxy actors in the media environment in Ukraine (2017–2023). *NATO Strategic Communications Centre of Excellence (StratCom COE)*. 2024. Retrieved from: <https://stratcomcoe.org/publications/the-use-of-russian-proxy-actors-in-the-media-environment-in-ukraine-a-comparison-between-occupied-and-non-occupied-areas20172023/312>

Контрпропагандистські методи в інформаційній протидії

Зміст російської інформаційної операції	Мета	Контрпропагандистські методи в інформаційній протидії
Продаж Україною західної зброї на чорному ринку (фейк російських медіа)	Підрив довіри до механізмів контролю військової допомоги, зниження підтримки з боку держав-партнерів	Пряме спростування: показано, що «докази» сфальсифіковані, оскільки немає офіційних даних; Мінімізація або ігнорування: підкреслення відсутності доказів та дискредитація ролі фейкового відео
Неповернення з Італії восьми членів української олімпійської делегації (сфальсифіковані сюжети телеканалу Euronews)	Дискредитація України та українців на міжнародній арені	Пряме спростування: Європейські фактчекери та Euronews офіційно підтвердили, що відео фальшиві; Відволікання: експерти звертають увагу на контекст і намагаються не підсилювати фейк
Ru-пропагандисти називають війну «порятунком Донбасу» (заяви Пушиліна)	Виправдання своїх дій росією	Пряме спростування: аналітика, що показує контекст порушень прав людини та міжнародних норм; Опосередковане спростування: аналіз причин реального конфлікту
Перекручування Будапештського меморандуму (заяви Захарової)	Дискредитація України, виправдання війни	Пряме спростування: вказано на точний текст меморандуму
«Мобілізація людей з інвалідністю та порушенням розвитку» (ШІ-дезінформація у соціальних мережах)	Створити недовіру серед цивільних та військових (ЗСУ, ТЦК)	Пряме спростування: юридичні норми про непридатність до служби, перевірка фактів; відео та фото досліджено і показано як фейк
«Терор ЗСУ» в Гуляйполі (фейки російських медіа)	Створити недовіру та дискредитувати ЗСУ	Пряме спростування: повідомлення про відсутність доказів і розрив між твердженнями та реальними даними; Ігнорування або нейтралізація: не підсилювати фейк без підтвердження фактів
«Командування 43-ї ОМБр кинули підрозділ без води, їжі та боєприпасів» (фальшиве відео в TikTok)	Деморалізація українського суспільства, підрив довіри до ЗСУ	Пряме спростування: експерти вказують на маніпуляцію контекстом та неправильну інтерпретацію на основі відстеження джерел відео, перевірка місця, часу

Проведено аналіз роботи Центру протидії дезінформації із протидії російській пропаганді із використанням методів оборонної контрпропаганди (на

основі матеріалів, отриманих із сайту Центру протидії дезінформації)⁶⁷ (Таблиця 2.4).

Щодо платформних альянсів та модерації, то відбувається системна взаємодія державних органів сектору безпеки та оборони із платформами Meta, Google, TikTok у питаннях видалення координованої недобросовісної поведінки, підвищення видимості верифікованих джерел і запуску спільних проєктів із фактчекерами та інфлюенсерами.

Публічна дипломатія побудована на системній участі у міжнародних форумах і власних платформах (Kyiv Stratcom Forum), що допомагає підсилити підтримку союзників та підвищує ефективність контрпропагандистської діяльності на міжнародній арені.

Аналітика та дослідження проводяться через академічні та урядові аналітичні центри, що забезпечують доказову базу, здійснюють аналіз проксі-акторів, розгортання кремлівської медіаекосистеми, що дозволяє створювати контрнаративи та здійснювати комунікаційні «щеплення» (інформаційну інокуляцію) проти дезінформації.

Попри ефективність інструментів стратегічної комунікації в секторі безпеки та оборони, варто відмітити певні прогалини. Перш за все, це правова рамка, яка проявляється в потребі уніфікації понять (зокрема «контрпропаганда»), а також збалансування між інформаційною безпекою і її вираження в нормативно-правових актах України. По друге, виникає необхідність підсилити стійкість до ескалаційних інформаційно-психологічних операцій країни-агресора, яка систематично адаптує проксі-мережі та наративи. Для їх протидії потрібні раннє виявлення, прогнозування «вікон вкидів» і симуляції інформаційних криз⁶⁸.

⁶⁷ Центр протидії дезінформації : веб-сайт. Retrieved from: <https://cpd.gov.ua/>

⁶⁸ The use of Russian proxy actors in the media environment in Ukraine (2017–2023). *NATO Strategic Communications Centre of Excellence (StratCom COE)*. 2024. Retrieved from: <https://stratcomcoe.org/publications/the-use-of-russian-proxy-actors-in-the-media-environment-in-ukraine-a-comparison-between-occupied-and-non-occupied-areas20172023/312>

Важливим залишається потреба в довгострокових програмах підготовки комунікаторів сектору безпеки (OSINT, візуальна верифікація, робота з платформами, психологічна стійкість команд) з урахуванням стандартів НАТО та досвіду країн Європейського Союзу.

Основними недоліками у роботі Центру протидії дезінформації залишається неможливість відслідковування та спростовування усією ворожою пропаганди, враховуючи її масштабність та багатоканальність, а також обмеженість у повноваженнях (Центр не є правоохоронним органом, тому вплив лише інформативний та комунікаційний).

Окрім прогалин у контрпропагандистській діяльності, значним досягненнями залишається також підвищенням медіаграмотності, інформаційної гігієни. Розвиток медіаграмотності в Україні критично важливий для забезпечення інформаційної безпеки та сприяння громадянській освіті, особливо в умовах війни, коли Україна має справу з масштабними інформаційними атаками та дезінформацією.

Підтвердженням успіхів держави в цьому напрямі стало дослідження Disinformation Resilience Index 2024, відповідно до якого Україна продемонструвала найкращий прогрес стійкості до дезінформації серед десяти країн Центральної та Східної Європи. Дослідження ГО «Детектор медіа» «Індекс медіаграмотності українців» показало, що за роки повномасштабної війни рівень медіаграмотності українців суттєво зріс. Починаючи з 2022 року частка аудиторії з вищим за середній рівнем індексу медіаграмотності зросла на 26% – з 55% до 81%. У 2023 році індекс залишався стабільно вищим за довоєнний рівень. Проте у 2024 році значно знизилася частка населення з високим рівнем медіаграмотності із 31% у 2022 році до 7% у 2024 році, що обумовлено новими викликами в цій сфері, а саме використанням країною-агресором генеративного

ШІ, діп-фейків, а також інформаційним перенавантаженням та втомою суспільства⁶⁹.

Отже, українська контрпропаганда під час російсько-української війни має значні досягнення, пов'язані із системністю, гнучкістю, адаптивністю та багатоканальністю стратегічних комунікацій, побудованих на публічній дипломатії, кризовому менеджменті, здатності до швидкого реагування та використанні превентивних контрпропагандистських методів шляхом підвищення медіаграмотності. Проте українська контрпропаганда має значні прогалини та проблеми, підґрунтям яких стала багатоканальність у поширенні кремлівської пропаганди, задіяність російських проксі-акторів, ШІ-генерації тощо. Дані фактори в свою чергу обумовлюють необхідність значного залучення громадськості, медіа та новітніх технологій в інформаційному протиборстві.

2.3 Роль медіа, громадськості та новітніх технологій в інформаційному протиборстві

З перших днів повномасштабного вторгнення росії на територію України значно активізувалася діяльність українських медіа на інформаційному полі. Роль медіа була перенесена на висвітлення реальних та об'єктивних подій, на протидію російській пропаганді, дезінформацій, фейкам, нарративам, на встановленні взаємин між суспільством та державними інституціями, на висвітленні інформації щодо діяльності представників найвищих органів влади, на зміцненні соціальної згуртованості, на мобілізації суспільства у спільній боротьбі з ворогом, на формуванні політичної свідомості та на просвітницькій діяльності⁷⁰.

⁶⁹ Медіаграмотність та інформаційна стійкість: істотні питання політики : *аналітична записка RES-POL*. 2025. Retrieved from: https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/RES-POL_Media_Literacy_and_Information_Resilience_2025.pdf

⁷⁰ Березовська-Чміль О., Ставичний Р. Вплив медіа на формування політичної свідомості під час російсько-української війни. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. № 19. С. 18. URL: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/175/171>

З початком бойових дій в українських медіа став переважати новинний контент, що витіснив розважальний. Інформаційна потреба населення змістилася на питання безпеки, місць проведення бойових дій, евакуаційних коридорів, гуманітарної допомоги, місць проживання, забезпечення їжею, паливом, теплом тощо.

За ініціатииви Міністерства культури та інформаційної політики України, а також медіагруп 1+1 media, StarLight Media, Медіа Група Україна, Inter Media Group і телеканалу «Рада» розпочав сою діяльність спільний телевізійний ефір «Єдині новини». Деякі канали доєдналися частково, а саме «5 канал», «Прямий», «Еспресо»⁷¹. Ефективність запровадження телемарафону визначалася частотою та інтенсивністю переглядів, величиною аудиторії. Інформаційні потреби населення задовольнялися шляхом запровадження щоденних відеозвернень Президента України Володимира Зеленського, наданням важливої інформації про гуманітарні коридори, трансляцією звернень керівництва вищих органів влади, що спростовували російський наратив «байдужості української влади» та спрямовували пропаганду на мобілізацію суспільства.

З часом ефективність діяльності телемарафону знизилася. Якщо на початку повномасштабного вторгнення рівень довіри становив 70% від опитуваної аудиторії, то у грудні 2023 року цей показник впав до 43%. Такий рівень падіння показника експерти пояснюють тим, що люди поступово повертаються до повсякденних турбот та роботи, рівень впевненості у досягненні перемоги стала зростати, а споживачами медіапродукту стали люди старшого віку, коли більшість молоді переорієнтувалися на використання соціальних мереж⁷².

⁷¹ Чередник Л.А. Діяльність українських масмедіа під час російсько-української війни. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 2. С. 77. URL: https://elib.nakkkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4420/Bibliotekoznavstvo_2_2022_DOI-75-81.pdf?sequence=1

⁷² Ukrainian Media Landscape 2022-2024. Changes in Media During the Full-Scale Invasion: *Analytical Report* / Shturkhetsky S., Pohorelov O., Chernyavsky S., Tomilenko S., Moroz V., Bidochko L. Kyiv : Center for Free Press, 2024. С. 35. URL: <https://www.kas.de/documents/270026/33881751/eng+Analytical+Report.+Ukrainian+Media+Landscape+2022-2024.pdf/94c99345-8356-f3b9-fa68-2c41ff1daf14?version=1.0&t=1740500183621>

Роль окремих медіа з початку повномасштабного вторгнення росії на територію України змінилася. Основним джерелом новин у 2023 році стали соціальні мережі та інтернет сайти, на які припало 73% аудиторії, новини на телебаченні переглядали 19% опитаних, на радіо та друковані видання припало лише 8% споживачів медіапродукту.



Рис. 2.1. Основні джерела українських новин у 2023 році⁷³

Важлива роль медіа в інформаційному протиборстві, зокрема протидії пропаганді, дезінформації, мобілізації суспільства та підвищенні рівня критичного мислення шляхом впровадження медіаграмотності, підкреслюється дослідженням, що проведене Українським інститутом медіа та комунікації за підтримки Американської асоціації АВА ROLI. Аналітика проводилася за період з 24 лютого 2022 по червень 2024 року 63 загальнонаціональних (31 онлайн-медіа, 17 телеканалів та 15 радіостанцій) та 57 регіональних медіа (33 онлайн-медіа, 8 радіостанцій, 13 телеканалів та YouTube-канали трьох філій Суспільного). За результатами досліджень як загальнонаціональні так і регіональні медіа виробляли медіапродукти на тему протидії дезінформації та медіаграмотності, зокрема загальнонаціональні медіа розробили 103 відповідні

⁷³ Ukrainian Media Landscape 2022-2024. Changes in Media During the Full-Scale Invasion: *Analytical Report* / Shturkhetsky S., Pohorelov O., Chernyavsky S., Tomilenko S., Moroz V., Bidochko L. Kyiv : Center for Free Press, 2024. С. 26. URL: <https://www.kas.de/documents/270026/33881751/eng+Analytical+Report.+Ukrainian+Media+Landscape+2022-2024.pdf/94c99345-8356-f3b9-fa68-2c41ff1daf14?version=1.0&t=1740500183621>

проекти (65 мають регулярний характер), регіональні медіа пропрацювали 55 проєктів (5 - регулярних)⁷⁴.

Варто зауважити, що серед проєктів загальнонаціональних медіа, що були спрямовані на протидію дезінформації, переважав відеоконтент, поряд з тим в регіональних - текстовий. Проекти протидії пропаганді будувалися на основі фактчекінгу, спрямовувалися на спростування міфів та наративів, були орієнтовані на підвищення інформаційної гігієни в медіапросторі. Досить часто журналісти медіа працювали фоново, тобто посеред інтерв'ю між іншим спростовували певний фейк чи пропаганду, використовуючи метод контрпропаганди «знецінення негативу».

В медіаландшафті мали місце також вербальні засоби нейтралізації та блокування українською контрпропагандою російської пропаганди, що базуються на таких контрстратегіях та тактиках, як опора на реальність, висміювання, рефреймінг, балансування між боротьбою з негативом та «ефектом зворотної реакції», методи спростування інформації, а також демонізацію і стигматизацію противника⁷⁵.

Найбільшої популярності з початку російсько-української війни у соціальних мережах набув застосунок Telegram (65,7% опитуваних користувалися Telegram для отримання новин за останні два місяці 2022 року)⁷⁶. Цей месенджер використовується як владними структура вищого рівня, зокрема шляхом щоденного інформування Президентом України Володимиром Зеленським про події дня, так і місцевими органами виконавчої влади та

⁷⁴ Огляд медіапроектів з протидії дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни : *аналітична записка*. Київ: ГО «Український інститут медіа та комунікацій, 2024. С. 6-7. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2024/07/ABA_UMCI_Overview_of_mediaprojects_UA_WEB.pdf

⁷⁵ Ігнатенко І.П., Лемешко Ж.Л. Вербальні засоби нейтралізації та блокування українською контрпропагандою російської пропаганди. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2023. № 59. Том 1. С. 123. URL: https://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v59/part_1/Filologi59_1.pdf#page=122

⁷⁶ Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. 2022. Retrieved from: https://opora.ua/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori-24068

органами місцевого самоврядування, зокрема для виступів начальників військових адміністрацій та голів місцевих рад.

Особливою актуальністю користувалися канали «Труха Україна», «Україна сьогодні. Новини», «Україна Online», «Інсайдер UA», «Реальна війна/Україна/Новини», «TopNews», «Ukraine Now», що стали майданчиком для публікації інформації не лише про реальні події, але й спростовувалася кремлівська пропаганда та наративи, дезінформація. Іншою стороною використання телеграм-каналів став їх неналежний рівень захисту, що сприяв проникненню російських ботів для поширення проросійських наративів та інформаційних вкидів про те, що західні партнери втомилися від допомоги для України, про недовірність санкційної політики, поділ території України між країнами Заходу, неефективність рішень українських державних інституцій. Кейс застосування Telegram продемонстрував потребу налагодження конструктивного діалогу із засновниками месенджера, а також розроблення його якісного захисту. Позитивних результатів можна досягти через впровадження в законодавство України норм та стандартів Європейського Союзу, встановлених в Акті про цифрові послуги (DSA) та Акті про цифрові ринки (DMA)⁷⁷.

Проводячи аналіз соціальних мереж Instagram і Twitter, можна виокремити використання засобів української контрпропаганди, спрямованих на блокування «мови ворожнечі», використання глузливих мемів для розвінчування російського міфу «незламності найсильнішої армії світу». До таких мемів можна віднести мем про Чорнобаївку, де російські війська неодноразово зазнавали поразки («Чорнобаївка – український бермудський трикутник»). Ще одним контрпропагандистським інструментом спростування російських міфологем є новотвори «z-окупанти», «терраша», «z-трофеї». Досить часто на початку війни спостерігалось перетворення в медійному просторі на меми евфемізмів російського дискурсу, до прикладу, російський «хлопок» на українську «бавовну». Персонаж Бавовнятка став анімалістичним втіленням популярного

⁷⁷ Приступенко Т.О., Євдокименко І.М. Телеграм-канали як сучасні онлайн-медіа: функціонування в українському інформаційному просторі. *Соціальні комунікації*. 2023. № 2 (86). С. 286. URL: <https://pvs.uad.lviv.ua/media/2-86/23.pdf>

мему. Використання таких засобів контрпропаганди не лише спростовувало міфи про силу російських військ, але й мобілізувало українське суспільство у протидії ворогу.

Окремо варто розглянути важливість регіональних медіа. У 2023 році у структурі друкованих видань 81% із джерел новин припав саме на них. Важливу роль регіональні медіа зіграли на місцевому рівні, зокрема в напрямку протидії поширенню фейкових новин та пропаганди, оскільки забезпечували місцеве населення правдивою інформацією про події у певних регіонах. Підкріплювалася роль локальних медіа можливістю швидко реагувати на інформаційні вкиди та спростовувати дезінформацію. Окрім того, регіональні медіа виконували мобілізаційну функцію, зокрема сприяли об'єднанню місцевих мешканців навколо підтримки оборонних, гуманітарних, волонтерських ініціатив⁷⁸.

З початку повномасштабного вторгнення росії на територію України ключову роль в інформаційному протиборстві зіграв також громадський сектор. Увага громадського сектору до теми протидії дезінформації та пропаганди зростала пропорційно з посиленням інтенсивності самої пропаганди.

Основними форматами, з якими працює громадський сектор, можна визначити такі:

- моніторинг російської дезінформації та пропаганди;
- фактчекінг;
- створення медіаконтенту (про маніпулятивний характер пропаганди та дезінформації, розвінчання фейків тощо);
- тренінги для різних аудиторій (спрямовані на підвищення рівня критичного мислення, медіаграмотності тощо);
- створення онлайн-курсів та інших навчальних матеріалів;
- проведення конференцій, круглих столів та інших публічних заходів⁷⁹.

⁷⁸ Гончаренко Є.С. Проблеми розвитку регіональних ЗМІ в умовах війни в Україні. *Науковий журнал «Політикус»*. 2024. № 4. С. 44. URL: http://politicus.od.ua/4_2024/8.pdf

⁷⁹ Ефективність протидії російській дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни : аналітичний звіт. Український інститут медіа та комунікації. 2023. С. 54. Retrieved from: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/08/UMCI_-_Effectiveness-of-Russian-Disinformation-Counteration_UA.pdf

Особливою сферою впровадження інформаційного протиборства в Україні став фактчекінг. З початку повномасштабного вторгнення росії на територію України активізувалася робота таких фактчекерів як StopFake, VoxCheck, «НотаЄнота», «Брехунець».

Ініціаторами створення платформи StopFake стали викладачі, випускники та студенти Могілянської школи журналістики та програми для журналістів і редакторів Digital Future of Journalism. До проекту долучилися журналісти, редактори, програмісти, перекладачі. Нині на сайті найбільша кількість спростування фейків країни-агресора. Окрім того на сайті розміщено розділ «медіаграмотність», де детально роз'яснена інформація щодо фейків та каналів їх поширення. Сайт може бути перекладений 13 мовами, що розширює коло користувачів⁸⁰.

Окрім нього, до найбільш популярних серед тих, хто займається перевіркою фактів щодо України, належать платформа VoxCheck - незалежний фактчек-проект, який також входить до міжнародних мереж фактчекерів (у спільному ресурсі #UkraineFacts). В основі роботи фактчекерів VoxCheck методика за принципом «натисни та перевір». На сьогоднішній день в базі понад 9 тисяч політичних тверджень та приблизно 6 тисяч спростованих фейків. VoxCheck є підписантами Кодексу етики Міжнародної мережі фактчекерів інституту Poynter, а з 2020 року у партнерстві з Meta протидіють фейкам на Facebook та Instagram⁸¹.

Окрім медіа, громадськості, в тому числі фактчекерів, до інформаційного протиборства залучаються новітні технології. Сучасний розвиток інновацій визначає декілька напрямів, які можуть використовуватися для підвищення ефективності протидії дезінформації, маніпулятивній пропаганді, фейкам.

По-перше, штучний інтелект застосовується для виявлення фейкових новин, аналізу даних та генерації контенту. Найпопулярнішими інструментами ШІ у цій сфері є технологія обробки природної мови (NLP) та алгоритми

⁸⁰ Офіційний сайт *StopFake*. Retrieved from: <https://www.stopfake.org/uk/golovna/>

⁸¹ Офіційний сайт *VoxCheck*. Retrieved from: <https://voxukraine.org/voxcheck>

“машинного навчання” (Machine Learning) і “глибокого навчання” (Deep Learning). За допомогою NLP виявляється дезінформація, яка часто має лінгвістичний характер. Ця технологія ШІ дозволяє розрізнити мову людини від боту, враховуючи тональність, емоційність. NLP може виявляти нетипові лінгвістичні патерни, характерні для ботів або “фабрик тролів”, такі як використання специфічних, повторюваних фраз, граматичних помилок, які невластиві носіям мови. В основі автоматизованого фактчекінгу та ідентифікації акторів лежать алгоритми машинного навчання ML та глибокого навчання DL. Зокрема ML має важливе значення у протидії дезінформації та ідентифікації бот-мереж. ШІ здатний використовувати “комп’ютерний зір” для виявлення ознак маніпуляцій у зображеннях та відео (Deepfakes)⁸².

По-друге, технологія блокчейн забезпечує прозорість джерел інформації та дозволяє відстежувати походження новин, перевіряти їх достовірність, а також захищати контент.

По-третє, широкого використання під час російсько-української війни набули OSINT-технології (розвідка з відкритих джерел), що протидіють інформаційним кампаніям, спрямованим на дискредитацію України та деморалізацію українського суспільства. Аналітиками Meta було виявлено близько 1500 акаунтів, через які розповсюджувалися російські пости та ролики як для української так і міжнародної аудиторії. Росією було імітовано понад 60 сайтів під виглядом BBC, Guardian чи Der Spiegel, а через фейкові акаунти та ботоферми в Facebook, Instagram росія транслювала дезінформацію та фейки, наприклад, про «Бучу» як постановку України⁸³.

⁸² Вовк Р. Використання штучного інтелекту для виявлення дезінформації у зовнішній політиці. *Цифрова дипломатія України: стратегічні комунікації, аналіз даних, кризове управління* : матеріали міжнародної наукової конференції. Львів, 2025. С. 22-23. URL: <https://www.ispc.org.ua/wp-content/uploads/2025/11/Conference-proceedings-11-2025.pdf>

⁸³ Сорочинський О. Використання OSINT у протидії окремим загрозам з боку російської федерації. *Роль OSINT-досліджень у підвищенні рівня національної безпеки України* : матеріали круглого столу. Львів : ЛьвДУВС, 2025. С. 207. URL: https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/8875/1/07_05_2025.pdf

Важлива роль даної технології полягає в тому, що OSINT-дослідники не лише знаходять і публікують докази того, що звинувачення на адресу України є сфабрикованими, а також фіксують докази воєнних злочинів країни-агресора.

Висновки до 2 розділу

Таким чином, огляд інформаційного простору під час російсько-української війни свідчить про те, що застосування країною-агресором найрізноманітніших інструментів інформаційної війни створило загрозу національній безпеці держави. За результатами проведеного дослідження можна зробити висновок, що особливістю російської пропаганди стало те, що вона виникла не спонтанно, а мала значне підґрунтя, а початок її активізації припав на події Євромайдану. В основу кремлівської пропагандистської машини були покладені наративи щодо ролі національної історії та культурної самоідентифікації народу, а також міфологеми про «руській мір», «руская весна», «Союз Співтворців Святої Русі», неправдивий Томос тощо. Особлива активність російської пропаганди спостерігалася на початку повномасштабного вторгнення росії на територію України. На основі аналізу державних телевізійних каналів, виступів та заяв російських лідерів, інтернет-ресурсів у період повномасштабного вторгнення побудована концепція «Truth with Z», в основі якої лежать три основних спільних для багатьох контекстів дискурси: колоніалізму (деколонізації), імперіалізму та уявного Заходу, що також були покладено в основу пропагандистської промови Путіна 24 лютого 2022 року.

Досліджуючи інформаційний простір в різні періоди, варто зазначити, що російські пропагандисти постійно залучали такі інструменти інформаційної війни як дезінформація та фейки, теми яких в основному зосереджувалися на дискредитації України, її Збройних Сил та підтримки Заходу, одночасно конструюючи позитивний наратив про дії росії. Особливістю кремлівської пропагандистської машини є постійне бажання російських лідерів виправдати свої дії. В даному контексті вводиться поняття інформаційного алібі як особливої

форми дезінформації, яку використовувала країна-агресор, виправдовуючи свої злочини під час бомбардування Маріупольського драмтеатру.

Ще однією особливістю російської пропаганди, яка з'ясована в процесі дослідження, стала її масштабність та багатоканальність, а також поширення на міжнародній арені, що мало негативний вплив на імідж України.

На протидію російській пропаганді застосовувалися механізми та методи контрпропаганди, які мали значні успіхи та певні проблеми. Найбільшим успіхом української контрпропаганди стала трансформація ролі України із об'єкта російських інформаційних впливів на суб'єкта активної комунікативної політики. В даному контексті варто відзначити адаптивність та гнучкість моделі стратегічних комунікацій. Перш за все, до інформаційного протиборства в Україні було залучено всі рівні комунікацій – від президента, урядових та державних установ до громадськості, медіа та новітніх технологій. Особливу роль відігравали місцеві адміністрації, які набули повноважень військових. Значним успіхом стала активна комунікативної політики на рівні держави, зокрема Президента, що була побудована на міжнародній публічній дипломатії, щоденних відеозверненнях, активному використанні соцмереж, платформ YouTube, Telegram, Twitter з метою консолідації суспільства, протидії паніці та деструктивним чуткам, формування довіри до державних інституцій. До стратегічних комунікацій були залучені різні державні органи, яким було надано повноваження для протидії інформаційним викликам та загрозам та забезпечення інформаційної безпеки. Особливо варто відмітити стратегічні комунікації сектору безпеки та оборони, основними інструментами яких стали оперативні спростування та ризик-комунікація, платформні альянси та модерація, публічна дипломатія та міжнародні наративи, аналітика та дослідження.

До інформаційного протиборства також долучилися медіа, які з початку повномасштабного вторгнення росії на територію України переорієнтувалися із розважального контенту на висвітлення військових новин. На початку повномасштабного вторгнення росії на територію України значною

популярністю користувався телевізійний марафон «Єдині новини». Проте через рік тенденції змінилися і основним джерелом новин у 2023 році стали соціальні мережі та інтернет сайти, на які припало 73% аудиторії. Найбільшої популярності з початку російсько-української війни у соціальних мережах набув застосунок Telegram. Проводячи аналіз соціальних мереж Instagram і Twitter, можна виокремити використання засобів української контрпропаганди, спрямованих на блокування «мови ворожнечі», використання глузливих мемів для розвінчування російського міфу «незламності найсильнішої армії світу».

З початку повномасштабного вторгнення росії на територію України ключову роль в інформаційному протиборстві зіграв також громадський сектор, серед якого найбільш активними стали фактчекери, а саме StopFake, VoxCheck.

Окрім державних інституцій, медіа та громадськості, до інформаційного протиборства залучаються новітні технології. Найефективнішими інструментами ШІ у цій сфері є технологія обробки природної мови (NLP) та алгоритми “машинного навчання” (Machine Learning) і “глибокого навчання” (Deep Learning). Важлива роль OSINT-технології полягає в тому, що дослідники не лише знаходять і публікують докази того, що звинувачення на адресу України є сфабрикованими, а також фіксують воєнні злочини країни-агресора.

Окрім успіхів, українська контрпропаганда має значні прогалини та проблеми, підґрунтям яких стала багатоканальність, системність у поширенні кремлівської пропаганди, задіяність російських проксі-акторів, ШІ-генерації тощо, що вимагає здійснення комплексу заходів із вдосконалення інформаційної безпеки України.

В процесі інформаційного протистояння Україна отримала неоціненний досвід, який може бути прикладом для інших країн, проте з метою забезпечення інформаційної безпеки як складової національної безпеки необхідним є запозичення зарубіжного досвіду, зокрема країн ЄС та НАТО.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В УКРАЇНІ

3.1 Зарубіжний досвід протидії пропаганді на прикладі країн ЄС

Забезпечення інформаційної безпеки в Україні є однією із найважливіших функцій держави. Інформаційна безпека розглядається в широкому та вузькому розумінні. В ширшому значенні поняття інформаційної безпеки визначено в Стратегії як складової частини «національної безпеки України, стан захищеності державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу, інших життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, за якого належним чином забезпечуються конституційні права і свободи людини на збирання, зберігання, використання та поширення інформації, доступ до достовірної та об'єктивної інформації, існує ефективна система захисту і протидії нанесенню шкоди через поширення негативних інформаційних впливів, у тому числі скоординоване поширення недостовірної інформації, деструктивної пропаганди, інших інформаційних операцій, несанкціоноване розповсюдження, використання й порушення цілісності інформації з обмеженим доступом»⁸⁴.

У вузькому значенні інформаційна безпека може розглядатися як стан захищеності від загроз в інформаційній сфері, які включають у себе поширення пропаганди, дезінформації, фейків, маніпуляцій та інших інформаційно-психологічних впливів⁸⁵.

Незалежно від трактування поняття інформаційної безпеки, її забезпечення як складової національної безпеки є особливо актуальним в період тривалої

⁸⁴ Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки» : Указ Президента України від 28 грудня 2021 року № 685/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text>

⁸⁵ Воропаєва Т.С., Авер'янова Н.М. Система інформаційної безпеки України в умовах російсько-української війни. *Collection of scientific papers «SCIENTIA»*. 2024. С. 41. URL: <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/2031>

російсько-української війни, коли система інформаційної безпеки потребує вдосконалення, а саме використання зарубіжного досвіду протидії пропаганді, впровадження механізмів НАТО в інформаційній сфері, підвищення національної стійкості в інфопросторі та ряд інших заходів.

Щодо використання зарубіжного досвіду, то варто розглянути окремі найкращі практики протидії деструктивним інформаційним впливам на прикладі країн Європейського Союзу, які можуть бути інтегровані в інформаційну безпеку України.

Протидія деструктивній пропаганді та дезінформації країнами ЄС особливо активною стала після початку російської агресії на території України. Особливостями забезпечення інформаційної безпеки ЄС стало впровадження нормативно-правового регулювання та поступовий перехід від «м'яких» методів до більш «жорстких».

У 2015 році ЄС створено робочу групу із стратегічних комунікацій East StratCom Task Force та прийнято План дій щодо стратегічних комунікацій Action Plan on Strategic Communication, згідно якого визначено три основні напрямки дій:

- ефективна комунікація та просування політик ЄС щодо Східного партнерства;
- зміцнення загального медіасередовища в країнах Східного партнерства та в державах-членах ЄС;
- покращення спроможності ЄС прогнозувати та реагувати на дезінформаційну діяльність зовнішніх суб'єктів⁸⁶.

У 2016 році у Звіті про стратегічні комунікації ЄС для протидії пропаганді третіх сторін Report on EU Strategic Communication to Counteract Propaganda Against it by Third Parties передбачено, що для ЄС «важливо продовжувати активно сприяти своїми зовнішніми діями повазі до основоположних прав і свобод; вважає, що підтримка свободи вираження поглядів, свободи зібрань,

⁸⁶ Action Plan on Strategic Communication. European Commission. 2015. URL: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/action_plan_on_strategic_communication.docx_eeas_web.pdf

права на доступ до інформації та незалежності засобів масової інформації в сусідніх країнах повинна лежати в основі дій ЄС з протидії пропаганді»⁸⁷. В основу цього документу покладено не заборона поширення дезінформації та блокування контенту, а роз'яснення та підвищення обізнаності громадськості шляхом спростування пропаганди, дезінформації, фейків та наративів.

В період зростання гібридних інформаційних загроз, в тому числі пов'язаних із повномасштабним вторгнення росії на територію України, ЄС перейшов до більш «жорстких» методів протидії пропаганді. Зокрема у 2022 році посилено Кодекс практики ЄС щодо дезінформації, а в 2025 році Комісія та Європейська рада з цифрових послуг схвалили інтеграцію Кодексу практики 2022 року в рамки Закону про цифрові послуги (DSA) як Кодексу поведінки щодо дезінформації. Ця інтеграція зробила Кодекс еталоном для визначення дотримання платформами DSA⁸⁸.

Особливістю Кодексу поведінки щодо дезінформації EU Code of Practice on Disinformation та Закону про цифрові послуги Digital Services Act (DSA) стало те, що їх застосування не передбачає пряму протидію пропаганді чи дезінформації. В цьому випадку використання саме інструментів створює системний тиск на платформи з метою протидії деструктивним інформаційним впливам. Законом DSA перенесена відповідальність на великі он-лайн платформи, які повинні оцінювати ризики поширення дезінформації, впроваджувати механізми їх зменшення та бути прозорими щодо алгоритмів⁸⁹.

EU Code of Practice on Disinformation передбачений системний підхід, а не окреме блокування, а саме демонетизація дезінформації, зниження видимості фейків та співпраця з незалежними фактчекерами.

⁸⁷ EU strategic communication to counteract anti-EU propaganda by third parties. *European Parliament*. 2016. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_EN.pdf

⁸⁸ Strategic communication and countering foreign information manipulation and interference. *European Commission*. 2026. Retrieved from: https://commission.europa.eu/topics/countering-information-manipulation_en

⁸⁹ Digital Services Act. *European Commission*. 2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act>

Даний досвід може бути використаний для України з точки зору ризик-орієнтованого реагування, зокрема визначення великих платформ, в тому числі вимагати від них оцінки ризиків інформаційних атак (за зразком DSA). Основи Кодексу можуть бути закладені в інституціалізацію співпраці між державними структурами, платформами і фактчекерами в Україні.

Окрім належного нормативно-правового регулювання в комплексну систему протидії пропаганді та дезінформації ЄС входить підвищення медіаграмотності, координація між держава-членами ЄС та іншими зацікавленим державами, співпраця з платформами.

Для протидії деструктивним інформаційним впливам може бути використаний як досвід ЄС так і окремих держав-членів ЄС.

Таблиця 3.1

Основні моделі, інструменти та заходи країн ЄС, які можуть інтегровані для підвищення рівня інформаційної безпеки в Україні

Країна ЄС	Європейська інформаційна модель	Основні інструменти та заходи	Можливості інтеграції в Україні
Європейський Союз	Комбінована	Стратегічні комунікації, нормативно-правове регулювання, контроль та регуляція платформ, підвищення медіаграмотності	Високий рівень: модель може бути використана як стратегічний орієнтир
Фінляндія	Комбінована з акцентом на освіту	Інтеграція медіаграмотності в освіту, взаємодія державних інституцій, міжнародна співпраця	Високий рівень: інтеграція моделі в освітню галузь, використання моделі інституційної взаємодії
Естонія	Комбінована	Інтеграція освіти, якісні методи реагування	Високий рівень: використання освітньої моделі та реагування на гібридні виклики

продовження таблиці 3.1			
Швеція	Інституційна	Інституціоналізація “психологічної оборони” через Агенцію, інформаційні компанії	Середній рівень: впровадження відповідних методів психологічної стійкості, проте в поєднанні із блокуванням контенту
Франція	Інституційно-аналітична	Створення спеціалізованих органів (Viginum), аналіз інформаційних операцій	Середній рівень: модель потребує адаптації до українських реалій
Литва	Регуляторна	Блокування пропагандистських каналів, швидкі рішення регулятора	Високий рівень: модель уже частково застосовується в Україні

За період тривалої російсько-української війни в Україні була створена власна модель інформаційного протиборства, яка підтвердила свою ефективність в окремих випадках, проте інформаційна безпека потребує системного та постійного вдосконалення, враховуючи потужний пропагандистський механізм країни-агресора, тому розглянемо приклади окремих моделей країн ЄС, які можуть бути використані для України.

Фінляндія вважається однією із найстійкіших країн ЄС до інформаційних загроз. Її модель поєднує медіаграмотність, державні програми протидії дезінформації та міжнародну співпрацю.

Одним із ключових елементів фінської моделі є розвиток медіаграмотності, яка включає як формальну освіту в школах та університетах, так і позашкільні програми для дорослих і літніх людей. Завдяки такій моделі активно розвивається рівень критичного мислення різних категорій населення – від школярів до людей зрілого віку. Повноваження у сфері поширення медіаграмотності покладено на Міністерство освіти та культури Фінляндії, під егідою якого створено Національний аудіовізуальний інститут (KAVI) із департаментом медіаосвіти й аудіовізуальних медіа (MEKU). KAVI займається впровадженням медіаосвіти як в школах так і вищих навчальних закладах. Одними із методів поширення медіаосвітніх програм є проведення кінопоказів, лекцій та дискусій, тренінги для вчителів, викладачів, учнів та студентів, що дозволяє здобувати знання про те, як аналізувати інформацію, відрізнити факти

від фейків, дезінформації, пропаганди, безпечно користуватися цифровими технологіями. Щодо міжнародної співпраці, то KAVI представляє Фінляндію в міжнародних проєктах, таких як Експертна група з медіаграмотності Європейської комісії та Експертна група з безпечного інтернету для дітей⁹⁰.

Для протидії інформаційним загрозам у Фінляндії працює розгалужена система інституцій, які здійснюють скоординовану взаємодію у різних напрямках. Однією з центральних установ є Транспортно-комунікаційне агентство Traficom, що відповідає за моніторинг медіапростору, виявлення деструктивної російської чи китайської пропаганди, фейків, маніпуляцій, а також тісно співпрацю з іншими державними органами та громадськими організаціями⁹¹.

Науковими дослідження та розробкою рекомендацій для уряду щодо протидії деструктивним інформаційним загрозам займається Фінський інститут міжнародних відносин (FIIA). Для вивчення гібридних загроз, в тому числі інформаційних, та впровадження механізмів їх нейтралізації у Гельсінкі створений та діє Європейський центр передового досвіду з протидії гібридним загрозам (Hybrid CoE). Hybrid CoE є важливою платформою для співпраці між НАТО, ЄС та іншими міжнародними партнерами, що в свою чергу створює можливість країнам брати активну участь у міжнародній протидії інформаційним загрозам⁹².

Якісне поєднання медіаграмотності, взаємодії державних інституцій, міжнародної співпраці фінської моделі стало прикладом ефективною відповіді на сучасні інформаційні загрози, який може бути використаний у вдосконаленні інформаційної безпеки України.

На поєднанні медіаосвіти та методах швидкого реагування побудована естонська модель протидії дезінформації та пропаганді. До навчальних програм

⁹⁰ Юрій А. Медіаграмотність як інструмент протидії зовнішньополітичній дезінформації у Фінляндії. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2024. № 3 (20). С. 94. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/en/article/view/355/376>

⁹¹ Traficom. Kyberturvallisuuskeskus. *TAFICOM*. 2026. Retrieved from: <https://www.kyberturvallisuuskeskus.fi/fi>

⁹² Hybrid CoE. 2026. Retrieved from: <https://www.hybridcoe.fi/>

естонських шкіл включена медіаграмотність, яка передбачає обов'язкове проходження 35-годинного тренінгу «media and influence»⁹³.

У 2006 році була створена Команда реагування на комп'ютерні надзвичайні ситуації для реагування на загрози цифрової безпеки CERT-EE. В 2015 році розпочала діяльність оперативна група із стратегічних комунікацій East StratCom. Для швидкого оповіщення громадськості про потенційні дезінформаційні кампанії, аналізу, підвищення обізнаності East StratCom Task Force створено флагманський проєкт EUvsDisinfo. За даним проєктом з початку 2015 року зібрано та спростовано близько 20 тисяч випадків дезінформації, із яких майже 9 тисяч кейсів спрямовано на спростування кремлівської пропаганди та дезінформації проти України⁹⁴.

Для України корисним є досвід Естонії щодо:

- посилення швидкого реагування та спростування фейків, дезінформації, пропаганди (на зразок проєкту EUvsDisinfo), що уже частково впроваджується в Україні;
- включення медіаграмотності «media and influence» до навчальних програм шкіл;
- створення альтернативного контенту для російськомовного населення, щоб зменшити вплив кремлівських наративів;
- впровадження заходів у сфері кібербезпеки Талліннського Центру передового досвіду НАТО з кіберзахисту (NATO CCDCOE).

Досить цікавим є досвід Швеції у протидії сучасним інформаційним впливам. Шведський підхід базується на комплексному поєднанні психологічної оборони, медіаграмотності, роботи спецслужб та співпраці з громадянським суспільством. З метою виявлення дезінформаційних кампаній, їх запобігання та протидії при Міністерстві оборони Швеції створена Агенція психологічного

⁹³ V.D.D: Report on main trends and legal developments at national level on disinformation and national policies during the electoral campaigns / Policies to tackle disinformation in EU member states – part 2. *European Digital Media Observatory EDMO*. 2020. P. 14. Retrieved from: <https://cmpf.eui.eu/wp-content/uploads/2023/04/Policies-to-tackle-disinformation-in-EU-member-states-%E2%80%93-Part-II.pdf>

⁹⁴ EUvsDisinfo. 2026. Retrieved from: <https://euvsdisinfo.eu/ua/>

захисту (швед. Myndigheten för psykologiskt försvar, англ. Swedish Psychological Defence Agency). Агенція психологічного захисту орієнтується на просвітницькій діяльності більше, ніж на обмеженні неправдивого контенту в медіа. Варто зазначити, що законодавство Швеції не передбачає механізмів блокування онлайн-контенту, тим самим не обмежуючи свободу слова. Попри кримінальну відповідальність за поширення пропаганди, мови ворожнечі тощо, такі дописи лишаються у публічному доступі, а сам злочин розслідують правоохоронні органи⁹⁵.

Швецька модель може бути використана для протидії інформаційним впливам в Україні частково, особливо в період російсько-української війни. Зокрема Центром протидії дезінформації при РНБО можуть запускатися просвітницькі проекти, спрямовані на підвищення рівня критичного мислення населення, що робить його психологічно стійкішим та вчить самостійно протидіяти деструктивним інформаційним впливам. Проте в період російсько-української війни освітні проекти варто поєднувати з обмеженнями шкідливого контенту.

Франція як і ряд інших європейських країн стала об'єктом кремлівської пропагандистської машини, особливо з початку повномасштабного вторгнення росії на територію України. У 2022 році Франція була ціллю проекту Reliable Recent News (RRN), в межах якого створено двійники вебсайтів відомих медіа (Le Monde, The Washington Post) та інституцій (НАТО, Міністерство закордонних справ тощо). Російська пропаганда та дезінформація просувалися в соціальних мережах через фейкові акаунти.

Уряд Франції з метою протидії маніпулятивним впливам активізував роботу французької державної служби VIGINUM, що входить до Генерального

⁹⁵ Блокувати не можна навчити: шведський підхід до протидії дезінформації. *ОПОРА*. 2023. Retrieved from: https://oporaua.org/polit_ad/blokuvati-ne-mozhna-navchiti-shvedskiy-pidhid-do-protidiyi-dezinformaciyi-24913#:~:text

секретаріату з питань оборони та національної безпеки (SGDSN). Основними напрямками діяльності VIGINUM стали:

- виявленням скоординованих кампаній, що поширюють неправдиву інформацію, особливо російського походження;
- викриття мереж, зокрема масштабної російської мережі «Portal Kombat», що складалася зі 193 сайтів для поширення пропаганди;
- викриття використання росією методу «Storm 1516» у 77 інформаційних маневрах проти Франції та союзників⁹⁶.

Досвід діяльності VIGINUM може бути використаний для України у такому напрямку як системний моніторинг інформаційного простору, зокрема долучити до діяльності держаних інституцій, зокрема Центру протидії дезінформації, використання таких аналітичних інструментів як OSINT та ШІ для виявлення ботів, аналізу вірусності фейків, прогнозування інформаційних атак тощо. На прикладі співпраці VIGINUM та розвідкою, міністерством закордонних справ, іншими державними інституціями, для України необхідно посилити міжвідомчу координацію, особливо в частині стратегічних комунікацій та обміну інформацією (між міністерствами оборони, закордонних справ, культури та інформаційних технологій, а також СБУ та РНБО). Важливим є досвід відкритості діяльності, який проявляється у регулярних публікаціях VIGINUM аналітичних звітів про інформаційні операції, що в свою чергу підвищує рівень довіри та інформаційну стійкість суспільства.

На противагу досвіду Швеції, що досить лояльно відноситься до блокування шкідливого контенту, модель протидії інформаційним загрозам Литви побудована на жорсткій регуляції та швидкій реакції.

Механізм двошвидкісного закриття медіа (fast-track) став частиною інформаційної стратегії Литви, в основу якого покладено дві процедури. Перша процедура – стандартна або повільна, що передбачає довгі судові розгляди,

⁹⁶ Франція рішуче засуджує російських акторів та їхніх поплічників, залучених у маневри «Storm-1516». *Ambassade de France en Ukraine*. 2025. Retrieved from: <https://ua.ambafrance.org/Franciia-riishuche-zasudzhuie-rosiis-kih-aktoriiv-ta-yihniih-popliichnikiiv>

розгляд справ Радою журналістської етики, їх аналіз та виправлення порушень. Така процедура застосовується до незначних порушень журналістської етики.

Якщо інформаційні порушення стосуються дезінформації, воєнної пропаганди, воєнної діяльності, підбурювання до війни або підбурювання до порушення суверенітету Литви, а також якщо це пов'язано з військовим вторгненням росії в Україну, то застосовується Комісією з радіо і телебачення Литви (LRTK) або за рішенням суду швидка процедура, що стосується блокування трансляцій російських та білоруських пропагандистських каналів. Швидкість прийнятих рішень від кількох годин до кількох днів⁹⁷.

Такий досвід двошвидкісного закриття медіа може бути впроваджений у діяльність Національної ради з питань радіомовлення та телебачення, зокрема щодо оперативного блокування медіаресурсів без тривалих процедур.

Таким чином, для забезпечення інформаційної безпеки в Україні важливим є використання зарубіжного досвіду країн ЄС, що передбачає як належне нормативно-правове регулювання та перехід від «м'яких» до більш «жорстких» методів протидії інформаційним загрозам (на прикладі ЄС) так і впровадження освітніх моделей (на прикладі майже усіх країн ЄС, особливо Фінляндії, Естонії), впровадження інституційних моделей (на прикладі Швеції, Франції), моделей швидкого реагування (на прикладі Естонії та Литви).

3.2 Впровадження механізмів НАТО в інформаційній сфері

Впровадження механізмів НАТО в інформаційній сфері України є важливим кроком на шляху не лише до зміцнення національної безпеки країни, але й її інтеграції в євроатлантичний простір.

⁹⁷ Литва блокує онлайн-доступ до російської «воєнної пропаганди». LRT. 2022. Retrieved from: <https://www.lrt.lt/en/news-in-english/19/1652459/lithuania-moves-to-block-online-access-to-russian-war-propaganda>

Відповідь НАТО на інформаційні загрози передбачає коротко-, середньо- і довгострокові варіанти реагування, які ґрунтуються на таких основних функціях та механізмах:

- розуміння інформаційного середовища;
- запобігання дієвості інформаційних загроз;
- стримування і пом'якшення наслідків інформаційних інцидентів;
- відновлення і зміцнення шляхом засвоєння досвіду інформаційних загроз⁹⁸.

В основу розуміння інформаційного середовища Information Environment Assessment (IEA) покладено його постійний моніторинг, аналіз та визначення джерел інформаційних загроз.

До даного процесу залучаються як кваліфіковані фахівці так і сучасні технології. Серед сучасних технологій поширеним стало використання ШІ, що активно застосовується командуванням Об'єднаних Збройних Сил НАТО в процесі цифрової трансформації для прийняття оперативно релевантних, практичних рішень та моніторингу масиву інформації за допомогою штучного інтелекту, прикладами використання якого є AI FELIX (Artificial Intelligence Front-End Learning Information eXecution), AIDA (цифровий помічник зі штучним інтелектом), AI CLAIRE (зв'язування контенту та штучний інтелект для швидкого використання) тощо⁹⁹. AI-аналітики проводять виявлення мереж поширення пропаганди, аналіз «бот-мереж» та визначення джерел інформаційних загроз через аналіз соціальних мереж Social Network Analysis SNA.

Окрім ШІ, для оцінки інформаційного середовища з метою аналізу соціальних мереж, моніторингу новин та дезінформації, пропаганди, фейків та маніпуляцій спеціалістами НАТО використовується OSINT (Open Source Intelligence).

⁹⁸ Підхід НАТО у галузі боротьби з інформаційними загрозами. *NATO OTAN*. 2025. Retrieved from: https://www.nato.int/cps/uk/natohq/topics_219728.htm

⁹⁹ Використання штучного інтелекту: трансформація ОЗС НАТО на передовій інновацій НАТО. *NATO OTAN*. 2025. Retrieved from: <https://www.act.nato.int/article/harnessing-artificial-intelligence>

Досить корисним для адаптації в інформаційній сфері України є досвід НАТО щодо аналізу інформації, що проводиться за допомогою моделі «ABCDE». Така модель дає можливість визначити суб'єкта, поведінку, зміст, ступінь, наслідки інформаційної загрози та містить наступні елементи:

- А - Activating event, тобто подія або певна інформація, з якої починається аналіз;
- В - Beliefs, тобто поведінка, переконання мешканців, певних соціальних груп, громадськості, на яких необхідно зосередитися в процесі аналізу потенційної загрози;
- С - Consequences дозволяє визначити, наскільки певний меседж мав маніпуляційний вплив;
- D – Disputation - спростування інформації;
- Е - Effect - визначається ефект та наслідки певної інформаційної загрози¹⁰⁰.

Важливим механізмом НАТО, який може бути поглиблений в інформаційній сфері України, є запобігання дієвості інформаційних загроз. В основу цього механізму покладено ефективне функціонування стратегічних комунікацій НАТО.

У Політиці стратегічних комунікацій НАТО (NATO Strategic Communication Policy) стратегічні комунікації трактуються як «скоординоване і належне використання комунікативних можливостей і діяльності Північноатлантичного альянсу для підтримки політики Альянсу, операцій та заходів з метою просування цілей НАТО та забезпечення обізнаності громадськості з принципами діяльності організації»¹⁰¹.

Стратегічні комунікації здійснюються через використання наступних інструментів:

¹⁰⁰ Gochua Alike, Thornike Zedelashvili (2021). NATO and EU Cybersecurity Environment and Standards. *Ukrainian Policymaker*. 2021. Volume 9. P. 8. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/356436054_NATO_and_EU_Cybersecurity_Environment_and_Standards

¹⁰¹ NATO Strategic Communication Policy. *NATO OTAN*. 2019. Retrieved from: <https://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>

- публічна дипломатія;
- зв'язки з громадськістю (цивільні);
- військові зв'язки з громадськістю;
- інформаційні та психологічні операції.

За планування, впровадження та оцінку стратегії публічної дипломатії НАТО відповідає Комітет з публічної дипломатії (CPD), який також виступає консультативним органом Північноатлантичної ради (НАС) з питань комунікацій, медіа та громадської взаємодії¹⁰².

Стратегія публічної дипломатії НАТО спрямована на боротьбу з дезінформацією, створенням негативних наративів щодо діяльності Альянсу, його стереотипного сприйняття «як міжнародного поліцейського» або «як інструменту США для досягнення своєї мети». В даному аспекті досить цікавим є досвід НАТО у використанні концепції «narrative-led execution», тобто реалізації дій через наративну рамку та поступова трансформація в підходах до комунікації від традиційної публічної дипломатії до комплексної стратегії, в основу якої покладено наративи¹⁰³.

В основі наративної концепції лежить трирівнева структура комунікацій: інституційний наратив (пропагує основні цінності та пріоритети Альянсу), стратегічний наратив (пропагує підтримку конкретних цілей та операцій), мікронаратив (підлаштовується під конкретну ситуацію, до прикладу спростування дезінформації щодо відмови від допомоги для України). Саме такий трирівневий наративний підхід НАТО дає можливість зменшувати інформаційні вразливості, посилювати довіру до Альянсу та союзників.

З метою реалізації ефективного інформаційно-комунікаційної політики НАТО, підвищення обізнаності населення, встановлення зв'язків з громадськістю, впровадження принципів та основоположних цілей у 2014 році

¹⁰² Committee on Public Diplomacy (CPD). *NATO OTAN*. 2022. Retrieved from: <https://www.nato.int/en/about-us/organization/nato-structure/committee-on-public-diplomacy-cpd>

¹⁰³ Коновал А. Комунікаційні стратегії НАТО та громадська думка щодо розширення Альянсу. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2025. № 4 (24). С. 94-95. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/uk/article/view/487/457>

створено Центр передового досвіду з питань стратегічних комунікацій NATO StratCom COE.

Окрім підтримки та інформаційного забезпечення реалізації політики НАТО, важливими напрямками роботи NATO StratCom COE є захист НАТО та її країн-членів від пропаганди, спростування дезінформації, дослідження кремлівських пропагандистських кампаній проти НАТО та її союзників, в тому числі України, протидія негативним інформаційним впливам, виявлення ознак гібридної війни та протидія її заходам тощо¹⁰⁴.

Ефективність стратегічних комунікацій НАТО полягає в тому, що інформаційно-комунікаційна політика працює на випередження, тобто робиться акцент на тому, щоб попередити інформаційну загрозу, створити прозорий механізм довіри як громадськості так і країн-членів та міжнародної спільноти до Альянсу. З цією метою злагоджено працює не лише публічна дипломатія, але й зв'язки з громадськістю. Для реалізації стратегічних комунікацій НАТО використовуються різні канали, форми, засоби інформування як громадськості в цілому так і певних цільових груп, до найбільш поширених із них можна віднести прес-релізи, публікація брошур, періодичних видань, проведення конференцій, форумів, інформування через інтернет, веб-сайти, соціальні мережі, в тому числі Facebook, Twitter, YouTube тощо. Окрім того здійснюється взаємодія із світовими засобами масової інформації шляхом як поширення інформаційних матеріалів так моніторингу інформаційного простору, створення власних інформаційних центрів у країнах-членах та союзниках НАТО.

На даному етапі в Україні також використовуються найрізноманітніші канали та засоби комунікації, проте їх основна спрямованість – це протидія пропаганді, дезінформації, маніпуляціям та іншим інформаційним загрозам. В перспективі напрями інформаційної політики мають бути розширені за стандартами НАТО на широке коло громадськості для створення позитивного

¹⁰⁴ Браїлян Є. Інституційний вимір стратегічних комунікацій у рамках співпраці НАТО – ЄС. *Міжнародні та політичні дослідження*. 2025. № 5 (11). С.5. URL: https://www.researchgate.net/publication/397653225_Institucijnij_vimir_strategicnih_komunikacij_u_ramka_h_sпивpraci_NATO_-_ES

іміджу України з метою випередження деструктивним маніпулятивним впливам та підвищення репутації та ступеня довіри до України та її державних інституцій.

Для залучення зовнішньої аудиторії досить дієвою є політика НАТО транспарентності через перфоменсну (подієву) комунікацію. Дана політика проводиться шляхом організації великої кількості заходів, акцій, конференцій, форумів, зустрічей представників НАТО із громадськістю, відкритих дискусій та круглих столів¹⁰⁵.

Окрім розуміння інформаційного середовища та запобігання дієвості інформаційних загроз, важливими механізмами НАТО в інформаційному просторі, елементи яких можуть бути адаптовані в Україні, є стримування і пом'якшення наслідків інформаційних інцидентів, а також відновлення і зміцнення шляхом засвоєння досвіду інформаційних загроз.

Варто зазначити, що як і для попередньо розглянутих механізмів для здійснення стримування та пом'якшення наслідків інформаційних інцидентів використовуються стратегічні комунікації. В їх основі лежить злагоджена діяльність комплексної системи, що поєднує політичні органи, військові командування та спеціалізовані центри компетентності, а саме:

- Північноатлантична рада North Atlantic Council (NAC) визначає політику протидії інформаційним загрозам;
- Відділ нових викликів безпеці Emerging Security Challenges Division працює із новими викликами безпеці НАТО, в тому числі гібридним інформаційними;
- Генеральний секретар та Міжнародний секретаріат координують стратегічні комунікації;
- Центр передового досвіду з питань стратегічних комунікацій NATO StratCom Centre of Excellence виявляє ворожі наративи, пропаганду та

¹⁰⁵ Ільницька У. В. Інформативно-комунікативна політика НАТО та практика реалізації стратегічних комунікацій Північноатлантичного альянсу. *Військово-науковий вісник*. 2022. № 37. С. 206. URL: <https://vny.asv.gov.ua/article/view/260865/257310>

інформаційних операцій, розробляє рекомендації щодо їх усунення, використовує AI-лабораторії в інформаційному протиборстві;

- Верховне командування об'єднаних збройних сил НАТО здійснює оперативне реагування на інформаційні операції тощо.

Для сумісності, безпеки та швидкості обміну даними в інформаційній сфері НАТО запроваджені стандарти STANAG, які дозволяють об'єднувати дані розвідки з різних джерел у режимі реального часу, швидко реагувати, а відповідно створюють можливість для країн-членів НАТО працювати з одними й тими ж системами управління, уникаючи технічних бар'єрів.

Таким чином, в умовах зростаючих гібридних викликів відбувається поступовий перехід НАТО до проактивної політики в інформаційній сфері. З метою інформаційного протиборства країнами-членами НАТО використовуються механізми від розуміння інформаційного середовища, виявлення інформаційних інцидентів, їх протидії, до відновлення, окремі елементи яких уже впроваджені в Україні (різноманітність каналів комунікації, основи стратегічних комунікацій, окремі стандарти взаємодії та обміну інформацією STANAG), а інші механізми потребують поступової адаптації в інформаційну сферу України (моделі «ABCDE», зв'язки з громадськістю з основним акцентом на підвищенні ступеня довіри, окремі принципи діяльності NATO StratCom COE).

3.3 Підвищення національної стійкості в інформаційному просторі

Окрім впровадження зарубіжного досвіду протидії пропаганді, окремих механізмів НАТО в інформаційній сфері України для забезпечення інформаційної безпеки важливим напрямом є підвищення національної стійкості в інформаційному просторі України, до основних напрямів та механізмів якої можна віднести:

- розвиток законодавчої та нормативно-правової бази;
- створення спеціалізованих структур;

- освітньо-просвітницька діяльність, підвищення медіаграмотності;
- міжнародне співробітництво.

У кожному із вказаних напрямів є певні успіхи та прогалини, які потребують вдосконалення.

Таблиця 3.2

Основні досягнення, прогалини та шляхи покращення у системі національної стійкості в інформаційній сфері України

Напрями	Досягнення	Прогалина	Шляхи вдосконалення
Нормативно-правове забезпечення	Концепція забезпечення національної системи стійкості, Стратегія інформаційної безпеки, Стратегія національної безпеки, Закон України «Про медіа»	Нечіткі критерії визначення пропаганди, дезінформації, методів їх протидії, низька практика застосування	Протидія на основі Кодексу поведінки щодо дезінформації ЄС, прозорість алгоритмів соцмереж, вимоги до платформ за зразком Закону про цифрові послуги Digital Services Act
Створення спеціалізованих структур	Центр протидії дезінформації, Центр стратегічних комунікацій	Перешкоди у здійсненні своєчасних та повних контрпропагандистських заходів, обмежені аналітичні можливості; кадровий дефіцит	Створити єдиний координаційний хаб за аналогом NATO StratCom COE
Підвищення медіаграмотності	Впровадження програм підвищення медіаграмотності, що публікуються на сайтах державних інституцій та спеціалізованих структур, проведення фактчекерами, поширення інформації через мас-медіа, проведення окремих компаній та проєктів	Нерівномірне охоплення, слабка інтеграція у вищу освіту; низька залученість старших вікових груп	Обов'язкові курси медіаграмотності за зразком фінської та естонської моделей
Міжнародне співробітництво	Участь у програмах ЄС, співпраця з НАТО, доступ до аналітики	Часткова залежність від країн-партнерів; не всі практики ЄС та НАТО адаптовані	Інтеграція до систем швидкого реагування ЄС (Rapid Alert System), спільні операції з викриття дезінформації, обмін розвідданими про інформаційні атаки

Варто зазначити, що розробка Стратегії національної безпеки, Стратегії інформаційної безпеки, Концепції забезпечення національної системи стійкості передбачають створення механізмів забезпечення національної стійкості в сфері інформаційної безпеки, проте потребують вдосконалення, зокрема розробку окремого законодавчого акту про інформаційну безпеку, впровадження відповідальності за поширення пропаганди, ворожого контенту, фейків, наративів, враховуючи ступінь загроз для національної безпеки. В основу законодавчого акту мають бути взяті норми протидії та регулювання інформаційних загроз, визначені Кодексом поведінки щодо дезінформації та Законом про цифрові послуги ЄС.

Успіхи контрпропаганди під час російсько-української війни вказують на ефективність стратегічної комунікації, зокрема публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, кризового менеджменту та злагодженої взаємодії державних інституцій із громадськими ініціативами, зокрема фактчекерами, медіа. Проте багатоканальність, системність та постійний характер кремлівської пропаганди створює перешкоди у протидії інформаційним загрозам. Відповідно необхідним є створення окремої структури з широкими повноваженнями як в сфері стратегічних комунікацій так протидії гібридним інформаційним викликам за зразком NATO StratCom COE.

Важливим напрямом підвищення національної стійкості є покращення медіаграмотності та рівня критичного мислення. В даній сфері є також значні досягнення державних та недержавних інституцій України. Проте впровадження фінської та естонської освітніх моделей дозволить охопити значно ширше коло аудиторії від школярів до людей старших вікових груп за принципом «media and influence».

Щодо міжнародного співробітництва, то варто зазначити, що під час російсько-української війни Україна стала водночас і “полігоном” і партнером для розробки нових підходів до інформаційної стійкості. Серед основних досягнень у міжнародному співробітництві з НАТО можна виокремити:

- Комплексний пакет допомоги НАТО (CAP), який було посилено після повномасштабного вторгнення під час Мадридського саміту;
- Україна стала повноправним членом Об'єднаного центру передових технологій з кібероборони НАТО (CCDCOE);
- участь у Платформі Україна - НАТО з протидії гібридній війні, в межах якої реалізовано низку ініціатив, серед яких особливу увагу приділено впровадженню стратегічних комунікацій, розбудові системи раннього виявлення інформаційних загроз;
- Спільний центр НАТО-Україна з аналізу, підготовки та освіти (JATEC), важливою складовою якого є створення навчальних програм та обмін досвідом у сфері кризового управління та кооперативної безпеки тощо.

Значним резервом у поглибленні міжнародної співпраці є інтеграція до систем швидкого реагування ЄС (Rapid Alert System). Перевагою системи є швидке оповіщення та обмін інформацією між окремими інституціями та країнами-членами ЄС в режимі реального часу через спеціальну технологічну інфраструктуру. Така система дає можливість не лише своєчасно виявляти деструктивну пропаганду, але й обмінюватися повідомленнями про неї та реагувати у перші години виникнення з метою зменшення негативного впливу та її швидкого розповсюдження.

Висновки до 3 розділу

Таким чином, під час російсько-української війни Україна досягла значних успіхів в інформаційному протиборстві, проте деструктивний та постійний характер кремлівської пропагандистської машини, її багатоканальність, системність та поширення за межі країни-агресора зумовили потребу здійснення заходів із вдосконалення системи інформаційної безпеки як складової національної безпеки України. В даному напрямку важливими є впровадження зарубіжного досвіду протидії пропаганді, механізмів НАТО та підвищення

національної стійкості в інформаційній сфері. Щодо зарубіжного досвіду, то окремі моделі як ЄС так і країн-членів можуть бути адаптовані до українських реалій. В першу чергу це стосується фінської та естонської освітніх моделей, які мають найкращі світові практики із розвитку медіаграмотності та критичного мислення населення. Досить корисними є досвід швидкого реагування на інформаційні загрози Естонії та Литви, зокрема це стосується впровадження в Україні механізму двошвидкісного закриття медіа (fast-track) та флагманського проєкту EUvsDisinfo. Частково можуть бути розглянуті інституційні моделі Швеції та Франції. Механізми НАТО уже поступово впроваджені в інформаційну сферу України. Це стосується стратегічних комунікацій, зокрема публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, які успішно працюють в Україні. Проте перспективним залишається адаптація моделі «ABCDE», ширше залучення технік ІІІ та OSINT в моніторингу, аналізі та здійсненні заходів протидії в інформаційному просторі України. Для підвищення інформаційної стійкості важливого значення набуває потреба вдосконалення нормативно-правового регулювання інформаційної сфери та впровадження відповідальності відповідно до ступеня інформаційних загроз національній безпеці України. Не менш важливим є постійне вдосконалення роботи державних інституцій та підтримка їх взаємодії із громадським сектором та медіа, посилення рівня критичного мислення населення різних вікових груп, а також поглиблення міжнародного співробітництва з метою забезпечення інформаційної безпеки України в умовах війни.

ВИСНОВКИ

Отже, під час проведення дослідження було реалізовано мету та дослідницькі завдання роботи, що дозволяє зробити такі висновки:

1. Виходячи із теорії інформаційної війни Information Warfare, враховуючи зарубіжний та український науковий дискурс, в умовах сучасних гібридних війн та конфліктів пропаганда вийшла за межі політичного засобу та стала інструментом інформаційної війни, а її поняття можна інтерпретувати як цілеспрямоване поширення інформації, що спрямоване на формування або зміну в масовій аудиторії чи певному соціумі певних політичних, ідеологічних, соціальних, психологічних установок, думок, поведінки, що узгоджені із інтересами агресора. Пропаганду класифікують як відкриту або приховану, білу, чорну чи сіру, пропаганду створення, руйнування, роз'єднання, залякування, відчаю, героїзму чи просвітництва, конструктивну чи деструктивну, культурну, інформаційну, політичну, особистісну. Незалежно від класифікації, суть пропаганди поглиблюється через виконання нею таких функцій як інформаційна, ідеологічна, маніпулятивна, мобілізаційна, інтеграційна, деструктивна, контрольна. Маніпулятивний та деструктивний характер пропаганди також проявляється у психологічних та соціальних механізмах її впливу як на масову так і колективну свідомість, зокрема або мобілізуючи суспільство чи певний соціум або створюючи образ ворога. Пропаганда нерозривно пов'язана із використанням такого інструменту інформаційного протистояння як контрпропаганда, для здійснення якої використовуються превентивні, наступальні чи оборонні методи.

2. Огляд інформаційного простору під час російсько-української війни вказує на те, що особливістю кремлівської пропаганди стала її масштабність, багатоканальність та системність. Підґрунтя для російської пропаганди було закладене ще до початку повномасштабного вторгнення росії на територію України, в основу якого покладені наративи культурної спадщини та національної самоідентифікації. Особливої активності дезінформація та фейки

набули під час розгортання російсько-української війни, які побудовані на концептах імпералізму, колонізму та уявного Заходу. З часом пропаганда вийшла за межі України та країни-агресора на міжнародну арену, що підсилило загрозу інформаційній безпеці України.

3. Українська контрпропаганда під час російсько-української війни має значні успіхи та певні прогалини. Найбільшою перевагою стало те, що Україна трансформувалася із об'єкта російської пропаганди та гнучкого, адаптованого до реалій суб'єкта комунікативної політики. Значним досягнення є ефективно побудовані стратегічні комунікації, в основ яких покладено публічну дипломатію, зв'язки із громадськістю та кризовий менеджмент. До інформаційного протиборства долучилися від президента, державних інституцій до місцевих військових адміністрацій, які використовували засоби «своїї» пропаганди на противагу «ворожої» з метою мобілізації суспільства та створення позитивного іміджу України. Значні успіхи були досягнуті у стратегічних комунікаціях сектору безпеки та оборони через впровадження оперативних спростувань, ризик-комунікації, платформних альянсів, публічної дипломатії, аналітики та досліджень. Прогалинами української контрпропаганди залишається нормативно-правове регулювання, неможливість постійного оперативного реагування на російську пропаганду через її масштабність, залучення росією бот-мереж, проксі-акторів, штучного інтелекту тощо.

4. До інформаційного протиборства долучилися медіа, громадськість та новітні технології. Роль медіа поступово змінила вектор впливу від телебачення («Єдині новини») до використання соціальних мереж та інтернету. Особливою популярністю користується застосунок Telegram, який використовується як на рівні державних інституцій, президента так і військових адміністрацій та органів місцевого самоврядування. Значну роль в протидії дезінформації, фейкам, пропаганді та іншим деструктивним впливам відіграє громадськість, особливо фактчекери, які також зробили акцент на впровадженні медіаграмотності з метою підвищення рівня критичного мислення населення. Ефективність

контрпропаганди також підвищилася шляхом залучення новітніх технологій, а саме штучного інтелекту та OSINT.

5. Наявність прогалин в інформаційному протиборстві, а також масштабність та системність кремлівської пропагандистської машини вказують на необхідності постійного вдосконалення інформаційної безпеки держави, зокрема шляхом використання кращих практик країн ЄС та НАТО. Щодо зарубіжного досвіду, то окремі моделі як ЄС так і країн-членів можуть бути адаптовані до українських реалій. В першу чергу це стосується фінської та естонської освітніх моделей, які мають найкращі світові практики із розвитку медіаграмотності та критичного мислення населення. Досить корисними є досвід швидкого реагування на інформаційні загрози Естонії та Литви, зокрема це стосується впровадження в Україні механізму двошвидкісного закриття медіа (fast-track) та флагманського проєкту EUvsDisinfo. Частково можуть бути розглянуті інституційні моделі Швеції та Франції. Механізми НАТО уже поступово впроваджені в інформаційну сферу України. Це стосується стратегічних комунікацій, зокрема публічної дипломатії, зв'язків з громадськістю, які успішно працюють в Україні. Проте перспективним залишається адаптація моделі «ABCDE», ширше залучення технік ІІІ та OSINT в моніторингу, аналізі та здійснення заходів протидії в інформаційному просторі України.

6. Для підвищення інформаційної стійкості важливого значення набуває потреба вдосконалення нормативно-правового регулювання інформаційної сфери та впровадження відповідальності відповідно до ступеня інформаційних загроз національній безпеці України. Не менш важливим є постійне вдосконалення роботи державних інституцій та підтримка їх взаємодії із громадським сектором та медіа, посилення рівня критичного мислення населення різних вікових груп.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 15 жовтня 2021 року «Про Стратегію інформаційної безпеки» : Указ Президента України від 28 грудня 2021 року № 685/2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text>
2. Анакіна Н. Витоки пропаганди: історична ретроспектива. *Вісник ХНУВС*. 2025. № 3 (110). С. 18. URL: <https://visnyk.univd.edu.ua/index.php/VNUAF/article/view/924/838>
3. Березовська-Чміль О., Ставичний Р. Вплив медіа на формування політичної свідомості під час російсько-української війни. *Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія*. 2024. № 19. С. 18. URL: <https://journals.pnu.if.ua/index.php/politology/article/view/175/171>
4. Блокувати не можна навчити: шведський підхід до протидії дезінформації. *ОПОРА*. 2023. Retrieved from: https://oporaua.org/polit_ad/blokovati-ne-mozhna-navchiti-shvedskiy-pidhid-do-protidiyi-dezinformaciyi-24913#:~:text
5. Браїлян Є. Інституційний вимір стратегічних комунікацій у рамках співпраці НАТО – ЄС. *Міжнародні та політичні дослідження*. 2025. № 5 (11). С. 5. URL: https://www.researchgate.net/publication/397653225_Institucijnij_vimir_strategicnih_komunikacij_u_ramkah_spivpraci_NATO_-_ES
6. Булгаков Д. Маніпуляції у мас-медіа як інструмент політичної боротьби. *Політичне життя*. 2024. № 2. С. 134. URL: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2024.2.17>
7. Використання штучного інтелекту: трансформація ОЗС НАТО на передовій інновацій НАТО. *NATO OTAN*. 2025. Retrieved from: <https://www.act.nato.int/article/harnessing-artificial-intelligence>
8. Вовк Р. Використання штучного інтелекту для виявлення дезінформації у зовнішній політиці. *Цифрова дипломатія України: стратегічні комунікації, аналіз даних, кризове управління* : матеріали міжнародної наукової конференції. Львів, 2025. С. 22-23. URL: <https://www.ispc.org.ua/wp-content/uploads/2025/11/Conference-proceedings-11-2025.pdf>
9. Вовк С.О., Бадер А.В. Стратегії дезінформації в російсько-українській війні: типологія фейків. *Регіональні студії*. 2023. № 35. С. 56. DOI: <https://doi.org/10.32782/2663-6170/2023.35.8>
10. Воропаєва Т.С., Авер'янова Н.М. Система інформаційної безпеки України в умовах російсько-української війни. *Collection of scientific papers «SCIENTIA»*. 2024. С. 41. URL: <https://previous.scientia.report/index.php/archive/article/view/2031>
11. Гапій В. Пропаганда як інструмент впливу на підсвідомість людини в сучасній Україні. *Молодий вчений*. 2018. № 1. С. 638. URL: <https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/5411>

12. Гончаренко Є.С. Проблеми розвитку регіональних ЗМІ в умовах війни в Україні. *Науковий журнал «Політикус»*. 2024. № 4. С. 44. URL: http://politicus.od.ua/4_2024/8.pdf
13. Денисюк Ж.З. Пропаганда та контрпропаганда в контексті стратегій державної інформаційної політики. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління*. 2021. Том 32 (71). № 2. С. 50. URL: https://www.pubadm.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/2_2021/10.pdf
14. Дрablyuk С. Пропаганда та її види. Шляхи протидії пропаганді. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. 2022. С. 154. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/items/8e8580d3-a9ec-4e54-8072-77b340be1b82>
15. Ефективність протидії російській дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни : *аналітичний звіт*. Український інститут медіа та комунікації. 2023. С. 54. Retrieved from: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/08/UMCI_-Effectiveness-of-Russian-Disinformation-Counteration_UA.pdf
16. Залкін С.В., Ревін О.В., Сідченко С.О., Хударковський К.І., Белімов В.В. Аналітичний огляд технологій підготовки і проведення операцій впливу російською федерацією : *збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил*. 2024, № 4 (82). С. 110. URL: <https://journal-hnups.com.ua/index.php/zhups/article/view/1856>
17. Зеленін В., Чопик Л., Доскач С. Вплив медіа на масове сприйняття та психологічний стан громадян. *Humanitarian Studios: Pedagogics, Psychology, Philosophy*. 2024. № 15 (2). С. 215. URL: <https://humstudios.com.ua/en/journals/tom-12-2-2024/vpliv-media-na-masove-sprynyattya-ta-psikhologichny-stand-gromadyan>
18. Ігнатенко І.П., Лемешко Ж.Л. Вербальні засоби нейтралізації та блокування українською контрпропагандою російської пропаганди. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Філологія*. 2023. № 59. Том 1. С. 123. URL: https://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v59/part_1/Filologi59_1.pdf#page=122
19. Ільницька У. В. Інформативно-комунікативна політика НАТО та практика реалізації стратегічних комунікацій Північноатлантичного альянсу. *Військово-науковий вісник*. 2022. № 37. С. 206. URL: <https://vnm.asv.gov.ua/article/view/260865/257310>
20. Коновал А. Комунікаційні стратегії НАТО та громадська думка щодо розширення Альянсу. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2025. № 4 (24). С. 94-95. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/uk/article/view/487/457>
21. Корешняк В. Впровадження стандартів НАТО в інформаційній сфері України : тези доп. XXXI наукової викладацько-студентської конференції до Днів науки. НУ «Острозька академія». 2026. С. 94. URL: https://www.oa.edu.ua/doc/science/prohrama_dni_nauki_2026.pdf

22. Корешняк В. Зарубіжний досвід протидії пропаганді на прикладі країн ЄС : тези доп. XXX наукової викладацько-студентської конференції до Днів науки. НУ «Острозька академія». 2025. С. 98. URL: <https://eprints.oa.edu.ua/id/eprint/9822/1/DniNauky2025.pdf>
23. Коруц У.З. Поняття пропаганди: історико-правовий аспект. *Південноукраїнський правничий часопис*. 2019. № 4. С.120. URL: http://www.sulj.oduvs.od.ua/archive/2019/4/part_1/28.pdf
24. Лебон Гюстав. Психологія натовпу. Київ : Видавництво Арії, 2025. С. 142.
25. Лисичкіна О., Лисичкіна І. Пропаганда як фактор впливу на формування масової та колективної свідомості військовослужбовців. *НАНГУ*. 2024. С. 2. URL: <https://doi.org/10.33405/2078-7480/2024/3/90/318455>
26. Литва блокує онлайн-доступ до російської «воєнної пропаганди». LRT. 2022. Retrieved from: <https://www.lrt.lt/en/news-in-english/19/1652459/lithuania-moves-to-block-online-access-to-russian-war-propaganda>
27. Лідери та аутсайтери довіри українців серед інститутів влади – дані дослідження КБФ. *Київський безпековий форум*. 2026. Retrieved from: <https://ksf.openukraine.org/categories/news/lideri-ta-autsajderi-doviri-ukrayinciv-sered-institutiv-vladi-dani-doslidzhennya-kbf?pageNumber=12>
28. Медіаграмотність та інформаційна стійкість: істотні питання політики : *аналітична записка RES-POL*. 2025. Retrieved from: https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/RES-POL_Media_Literacy_and_Information_Resilience_2025.pdf
29. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. 2022. Retrieved from: https://opora.ua.org/polit_ad/mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori-24068
30. Михайличенко А. Контрпропаганда в українських ЗМІ, реалії сьогодення. *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. 2017. V (21). С. 60. URL: <https://seanewdim.com/wp-content/uploads/2021/03/Counter-propaganda-in-the-Ukrainian-media-the-reality-of-today-A.-Mykhailichenko.pdf>
31. Огляд медіапроектів з протидії дезінформації в Україні в умовах повномасштабної війни : *аналітична записка*. Київ: ГО «Український інститут медіа та комунікацій», 2024. С. 6-7. URL: https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2024/07/ABA_UMCI_Overview_of_mediaprojects_UA_WEB.pdf
32. Офіційний сайт *StopFake*. Retrieved from: <https://www.stopfake.org/uk/golovna/>
33. Офіційний сайт *VoxCheck*. Retrieved from: <https://voxukraine.org/voxcheck>
34. Павлов Д. Специфіка здійснення контрпропагандистських політичних технологій. *Наукові праці. Політологія*. 2017. №297. Т. 309. С. 50. URL: <http://tta.org.ua/index.php/2311-0295/article/view/200649>

35. Павлюх М.В. Методи та засоби російсько-української війни (2014-2022): міфи і риторика пропаганди. *Електронна бібліотека ЧТІВО*. С. 1020. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-223-4-127>
36. Підхід НАТО у галузі боротьби з інформаційними загрозами. *NATO OTAN*. 2025. Retrieved from: https://www.nato.int/cps/uk/natohq/topics_219728.htm
37. Посмітна В. Комунікативні стратегії та тактики мас-медійного дискурсу в аспекті потенційної загрози деструктивного мовного впливу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія : збірник наукових праць*. Одеса : МГУ, 2019. С. 124. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v39/part_3/30.pdf
38. Посмітна В. Особливості антиукраїнської маніпулятивної пропаганди в текстах і заголовках російських інформаційних повідомлень. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія Філологія : збірник наукових праць*. Одеса : МГУ, 2023. С. 517. URL: <http://baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/320/8731/18232-1?inline=1>
39. Почепцов Г. Пропаганда 2.0. Харків : Фоліо, 2018. С. 159.
40. Почепцов Г. Пропаганда и контрпропаганда. Харків : Фоліо, 2004. С. 56
41. Приступенко Т.О., Євдокименко І.М. Телеграм-канали як сучасні онлайн-медіа: функціонування в українському інформаційному просторі. *Соціальні комунікації*. 2023. № 2 (86). С. 286. URL: <https://pvs.uad.lviv.ua/media/2-86/23.pdf>
42. Ромців О., Харченко А. Методи російської інформаційної пропаганди та їх вплив на імідж України у світі. *Електронне наукове видання «Аналітично-порівняльне правознавство»*. С. 192. URL: <https://app-journal.in.ua/wp-content/uploads/2023/11/34.pdf>
43. Савчук В. Інструменти виявлення та подолання деструктивних впливів та пропагандистських наративів інформаційних операцій: типологія, основні характеристики. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2025. С. 226. URL: <https://doi.org/10.32782/apfs.v054.2025.33>
44. Санжаревський О., Корешняк В. Теоретичний аспект психологічних та соціальних механізмів впливу пропаганди на свідомість в історичній ретроспективі. *Літопис Волині*, 2026. № 34. С. 203-209. URL: <https://doi.org/10.32782/2305-9389/2026.34.33>
45. Сащук Г. Еволюція стратегічних комунікацій сектору безпеки та оборони України як інструменту протидії інформаційним загрозам. *Політичне життя*. 2025. № 3. С. 105. DOI: <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2025.3.13>
46. Сорочинський О. Використання OSINT у протидії окремим загрозам з боку російської федерації. *Роль OSINT-досліджень у підвищенні рівня національної безпеки України : матеріали круглого столу*. Львів : ЛьвДУВС, 2025. С. 207. URL: https://dspace.lvduvs.edu.ua/bitstream/1234567890/8875/1/07_05_2025.pdf
47. Торічний В. Дослідження пропаганди як інструменту інформаційного забезпечення державної безпеки. *Право та державне управління*. 2019. №

- 3 (36). Том 2. С. 185. URL: http://www.pdu-journal.kpu.zp.ua/archive/3_2019/tom_2/30.pdf
48. Требін М. Методи контрпропаганди в умовах «гібридної» війни України з російською федерацією : *тези конференції*. Харків : Право. 2021. С. 21. URL: https://chtyvo.org.ua/authors/Zbirka/Ukrainskyi_sotsium_sotsialno-politychnyi_analiz_suchasnosti_ta_prohnoz_maibutnoho/
49. Франція рішуче засуджує російських акторів та їхніх поплічників, залучених у маневри «Storm-1516». *Ambassade de France en Ukraine*. 2025. Retrieved from: <https://ua.ambafrance.org/Franciia-riishuche-zasudzhuie-rosiis-kih-aktoriiv-ta-yihniih-popliichniiv>
50. Холох О., Скрябін О. Соціально-психологічні механізми формування «образу ворога» з України російськими засобами масової комунікації під час російсько-української війни. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2023. № 3 (55). С. 34. URL: <https://doi.org/10.17721/1728-2217.2023.55.34-40>
51. Шевців М. Б., Гончарук К. А. Пропаганда як соціально-політичне явище: проблеми розуміння. *Актуальні проблеми історико-правової та міжнародно-правової науки*. 2019. № 1. С. 121. URL: <https://doi.org/10.32850/sulj.2019.1-29>
52. Шелудякова Н., Смирна К. Контрнарративи як засіб протидії пропаганді: теоретичні засади та практичні аспекти розробки. *Соціально-гуманітарний вісник: збірник наукових праць*. Харків: СГ НТМ «Новий курс», 2025. Вип. 51. С. 44. URL: <https://www.newroute.org.ua/wp-content/uploads/sgv-51.pdf#page=42>
53. Шлапаченко В. Дезінформація як спосіб інформаційно-психологічного впливу. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2013. № 2 (12). С. 80. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=iblsd_2013_2_15
54. Шпильовий М. Класифікація пропаганди: традиції та нові підходи. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Філософія. Філософські перипетії»*. 2025. № 72. С. 220. URL: <https://periodicals.karazin.ua/philosophy/article/view/27407/24240>
55. Чередник Л.А. Діяльність українських масмедіа під час російсько-української війни. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2022. № 2. С. 77. URL: https://elib.nakkim.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4420/Bibliotekoznavstvo_2_2022_Doi-75-81.pdf?sequence=1
56. Центр протидії дезінформації : веб-сайт. Retrieved from: <https://cpd.gov.ua/>
57. Юрій А. Медіаграмотність як інструмент протидії зовнішньополітичній дезінформації у Фінляндії. *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2024. № 3 (20). С. 94. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/en/article/view/355/376>

58. Юськів Б., Карпчук Н., Пелех О. Зміни стратегічних комунікацій України під час російсько-української війни (2022-2024 рр.). *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*. 2024. № 3 (20). С. 103. URL: https://www.researchgate.net/publication/388749264_ZMINI_STRATEGICNI_H_KOMUNIKACIJ_UKRAINIV_CAS_ROSIJSKO-UKRAINSKOI_VIJNI_2022-2024_RR1sup
59. Action Plan on Strategic Communication. *European Commission*. 2015. URL: https://www.eeas.europa.eu/sites/default/files/action_plan_on_strategic_communication.docx_eeas_web.pdf
60. Barthes Roland. *Mythologies* (translated by Annette Lavers). London : Jonathan Cape. 1972. С. 81.
61. Bondar Yurii. War and propaganda : monograph. California : GS Publishing Services, 2023. P. 132. URL: https://www.eo.kiev.ua/resources/arhivMonographs/Bondar_wap.pdf
62. Committee on Public Diplomacy (CPD). *NATO OTAN*. 2022. Retrieved from: <https://www.nato.int/en/about-us/organization/nato-structure/committee-on-public-diplomacy-cpd>
63. Digital Services Act. *European Commission*. 2022. URL: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act>
64. EU strategic communication to counteract anti-EU propaganda by third parties. *European Parliament*. 2016. URL: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2016-0441_EN.pdf
65. EUvsDisinfo. 2026. Retrieved from: <https://euvsdisinfo.eu/ua/>
66. Gochua Alike, Thornike Zedelashvili (2021). NATO and EU Cybersecurity Environment and Standards. *Ukrainian Policymaker*. 2021. Volume 9. P. 8. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/356436054_NATO_and_EU_Cybersecurity_Environment_and_Standards
67. Hybrid CoE. 2026. Retrieved from: <https://www.hybridcoe.fi/>
68. Jaskólski A. The image of the West in the official Russian narrative in the context of Russia's invasion of Ukraine. *Przegląd Rosycystyczny*. 2025. № 3 (191). P. 148. DOI: <https://doi.org/10.31261/pr.18378>
69. Jowett Garth, O'Donnell Victoria. Propaganda and Persuasion. 4th ed. Sage Publications, 2005. 117 p.
70. Karpchuk N., Yuskiv B. Dominant concepts of the Russian Federation's propaganda against Ukraine (content and collocation analysis of "Russia Today"). *Politologija*, 2021. № 102 (2). P. 137. DOI: <https://doi.org/10.15388/Polit.2021.102.4>
71. Lasswell H. Propaganda Technique in the World War. Kegan Paul, Trench, Trubner and Co. Ltd., New York, 1997. 156 p.
72. Lokoman K., Lau, R. R. Narratives of conflict: The evolution of attitudes toward Ukraine in Russian media (2013–2022). *Media, War & Conflict*. 2025. № 18 (3), P. 342. DOI: <https://doi.org/10.1177/17506352241257053>

73. Manufacturing Impunity: Russia's Use of Information Alibis and How They Materially Contribute to the Planning, Execution, and Cover-up of International Crimes: report Global Rights Compliance. Retrieved from: <https://globalrightscompliance.org/uk/manufacturing-impunity-russian-information-operations-in-ukraine/>
74. NATO Strategic Communication Policy. *NATO OTAN*. 2019. Retrieved from: <https://info.publicintelligence.net/NATO-STRATCOM-Policy.pdf>
75. Naumenko M. Strategic communication in Ukraine's information warfare. *Acta Securitatae Volynienses*. 2025. № 6. P. 210. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-9385/2025-6-22>
76. Nelson Richard Alan. A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States. Westport, Conn. and London : Greenwood Press, 1996. 232 p.
77. Paul R., Elder L. Critical thinking: tools for taking charge of your learning and your life. 3rd ed. Boston : Pearson, 2012. P.93.
78. Pynnöniemi K., Tolvin A. Reconstructing the Kremlin's strategic deception: The logic of disinformation narratives during the first phase of the full-scale invasion of Ukraine. *Journal of Slavic Military Studies*. 2025. № 38 (3). P. 310. DOI: <https://doi.org/10.1080/13518046.2025.2548727>
79. Sazhniev M., Sułkowska J. Russian culture and the management of meaning in implementing political influence in Ukraine. *Journal of International Studies*. 2020. № 13 (1). P. 318. DOI: <https://doi.org/10.14254/2071-8330.2020/13-1/20>
80. Sproul Mickle. Channels of propaganda. Bloomington : Eric/Edinfo Press, 1994. 185 p.
81. Strategic communication and countering foreign information manipulation and interference. *European Commission*. 2026. Retrieved from: https://commission.europa.eu/topics/countering-information-manipulation_en
82. Tajfel, H., Turner, J. C. *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*. In S. Worchel and W. G. Austin (Eds.) : *Psychology of Intergroup Relations*. Nelson-Hall. 1986. P. 23.
83. The use of Russian proxy actors in the media environment in Ukraine (2017–2023). *NATO Strategic Communications Centre of Excellence (StratCom COE)*. 2024. Retrieved from: <https://stratcomcoe.org/publications/the-use-of-russianproxy-actors-in-the-media-environment-in-ukraine-a-comparison-between-occupied-and-non-occupied-areas20172023/312>
84. Thomas T. Information Warfare in the Second (and Third?) Wave of the Revolution in Military Affairs. 1999. 178 p.
85. Tolz V., Hutchings S. Truth with a Z: disinformation, war in Ukraine, and Russia's contradictory discourse of imperial identity. *Post-Soviet Affairs*. 2023. № 39 (5). P. 351. DOI: <https://doi.org/10.1080/1060586X.2023.2202581>
86. Traficom Kyberturvallisuuskeskus. *TAFICOM*. 2026. Retrieved from: <https://www.kyberturvallisuuskeskus.fi/fi>

87. Ukrainian Media Landscape 2022-2024. Changes in Media During the Full-Scale Invasion: *Analytical Report* / Shturkhetsky S., Pohorelov O., Chernyavsky S., Tomilenko S., Moroz V., Bidochko L. Kyiv : Center for Free Press, 2024. C. 35. URL: <https://www.kas.de/documents/270026/33881751/eng+Analytical+Report.+Ukrainian+Media+Landscape+2022-2024.pdf/94c99345-8356-f3b9-fa68-2c41ff1daf14?version=1.0&t=1740500183621>
88. V.D.D: Report on main trends and legal developments at national level on disinformation and national policies during the electoral campaigns / Policies to tackle disinformation in EU member states – part 2. *European Digital Media Observatory EDMO*. 2020. P. 14. Retrieved from: <https://cmpf.eui.eu/wp-content/uploads/2023/04/Policies-to-tackle-disinformation-in-EU-member-states-%E2%80%93-Part-II.pdf>
89. Yuskiv B., Karpchuk N., Fedoniuk S., Shturkhetskyi S., Krechetov, M. (2024). The Russian Federation’s “Fake News” Intentions in the War Against Ukraine. *Slovak Journal of Political Sciences*. 2024. № 24 (2) P. 201. DOI: <https://doi.org/10.34135/sjps.240203>