

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Факультет журналістики

Кафедра міжнародної журналістики

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

на тему:

**Створення і просування інстаграм-сторінки «NoToRussianMyths» для
викриття наративів російської пропаганди під час російської війни проти
України**

Здобувачки (-а) II курсу
групи ММЦКм-1-24-1.4д
ступеня вищої освіти «магістр»
галузі знань 06 Журналістика
спеціальності 061 Журналістика
освітньої програми 061.00.07 Міжнародні
медіа та цифрові комунікації
Шугніло Ольги Костянтинівни

Використання чужих ідей, результатів і
текстів мають посилання на відповідне
джерело

Науковий керівник: **Зражевська Ніна
Іванівна,**
професор, доктор наук із соціальних
комунікацій

(підпис студента)

(ініціали, прізвище)

Кількість балів: _____ Оцінка: ECTS _____

Допускаю до захисту перед ЕК

Голова комісії

_____ В.І. Терещук
завідувач кафедри
міжнародної журналістики

_____ Навальна М. І.

Члени комісії

_____ Терещук В. І.

_____ Семенюк О. А.

_____ Жугай В. Й.

_____ Ніколенко І. В.

м. Київ — 2025 рік

Зміст

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ	7
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ	12
2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту.....	12
2.2. Структура.....	13
2.3. Жанрова палітра	14
2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення	15
2.5. Авторська ідея	17
2.6. Особливості аудиторії.....	19
РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ	21
ВИСНОВКИ.....	23
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	25
ДОКУМЕНТАЦІЯ.....	27
ДОДАТКИ.....	31
АНОТАЦІЯ	33
ANNOTATION.....	35

ВСТУП

Актуальність дослідження. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну стало не лише військовим конфліктом, а й однією з найбільших інформаційних війн ХХІ століття. Російська Федерація системно використовує пропаганду, дезінформацію та маніпулятивні наративи для виправдання агресії, деморалізації українського суспільства, дискредитації державних інституцій та впливу на міжнародну аудиторію. У цифрову добу саме соціальні мережі стали ключовим полем бою, де створюються, поширюються та споживаються наративи, здатні суттєво трансформувати сприйняття війни як усередині країни, так і за її межами.

Instagram є однією з найпопулярніших соцмереж в Україні та світі, що впливає на формування думок громади, особливо серед молоді та міжнародної аудиторії. Відповідно до даних «Statista», Instagram — на третьому місці за популярністю серед соцмереж у світі станом на лютий 2025 р. [14], а, за дослідженням USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», саме соціальні мережі — головне джерело новин для 84% опитаних [6]. Тому Instagram завдяки своєму широкому охопленню є важливим майданчиком донесення контрнарративів російської пропаганди. Візуальний формат подачі платформи та алгоритмічне просування дають змогу оперативно реагувати на інформаційні атаки та протистояти дезінформації, створюючи якісний, доказовий і зрозумілий контент.

Серед спроб Росії маніпулювати історичними фактами, дискредитувати Збройні сили України, поширювати псевдоновини важливою стає поява проєктів, які спростовують ці фейки.

Хоча вже спостерігається велика хвиля ініціатив щодо боротьби з дезінформацією, потреба в короткому, простому та візуально красивому контенті все ще дуже актуальна. Саме тому розробка сторінки в Instagram «NoToRussianMyth» має як актуальність, так і високий соціальний заряд — задовольняючи одну з потреб України в її інформаційній безпеці, допомагаючи підвищити рівень медіаграмотності громадян і, нарешті, доносячи більш точну картину російсько-української війни до міжнародної громадськості. Таким

чином, дослідження та впровадження ефективної моделі створення і просування такої сторінки є важливим внеском у захист України та її інформаційного простору, у його стійкість перед гібридними загрозами.

Мета магістерського проєкту: створити та просунути Instagram-сторінку «NoToRussianMyth», розробити концепцію, структуру та контентну стратегію для викриття наративів російської пропаганди та підвищення рівня медіаграмотності аудиторії.

Завдання:

- проаналізувати основні типи та механізми наративів російської пропаганди в медіапросторі;
- розглянути успішні підходи до створення контенту в Instagram з точки зору візуальних форматів, манери спілкування з аудиторією та засобів залучення аудиторії;
- визначити структуру та ідентичність сторінки;
- розробити контент-план з категоріями, темами та алгоритмом роботи з джерелами; створювати інформаційні, візуальні та аналітичні матеріали про поширені фейки та наративи;
- проводити просування сторінки з використанням інструментальних можливостей Instagram;
- проаналізувати результати функціонування сторінки, визначити ефективність опублікованих матеріалів та рівень залученості аудиторії;
- сформулювати рекомендації щодо оптимізації контенту та подальшого розвитку проєкту.

Об’єкт дослідження — інстаграм-сторінка «NoToRussianMyth» як цифрова платформа для викриття російських пропагандистських наративів і поширення фактчекінгового контенту.

Предметом дослідження є процес створення та просування сторінки в Instagram з урахуванням аспектів комунікації з аудиторією в умовах протидії дезінформації в російсько-українській війні. У цьому проєкті було застосовано такі методи:

- метод контент-аналізу — для вивчення наративів російської пропаганди та їхньої структури;
- системно-функціональний метод — для визначення ролі Instagram як інструмента протидії дезінформації;
- метод порівняльного аналізу — для дослідження успішних кейсів фактчекінгових сторінок і проєктів;
- метод інтерпретації — для адаптації складних фактчекінгових матеріалів у доступний візуально-текстовий формат;
- спостереження — для аналізу реакцій аудиторії на різні типи контенту;
- інтерв'ю та аналіз експертних джерел — для уточнення механізмів і впливу пропаганди;
- практичний метод — для створення, ведення та просування сторінки в реальному часі.

Практичне значення отриманих результатів. Сторінка «NoToRussianMyth» та створений контент можуть бути використані:

- як інструмент підвищення медіаграмотності громадян;
- у роботі журналістів, редакцій та фактчекерів для моніторингу пропагандистських наративів;
- у навчальних процесах (медійна освіта, комунікації, соціальні науки);
- для інформування іноземної аудиторії про реальний контекст війни та спростування російських маніпуляцій;
- як приклад ефективного цифрового проєкту у сфері протидії дезінформації;
- як база для подальших досліджень з інформаційної безпеки, фактчекінгу та розвитку соціальних мереж у період війни.

Апробація дослідження. Результати дослідження були апробовані під час виступу на Третій науково-практична конференції студентів та аспірантів «Світова журналістика в епоху глобальних змін» та на XVI Міжнародній науково-практичній конференції «Концептуальні шляхи розвитку науки та освіти».

Публікації. Авторський матеріал був опублікований у збірнику «Актуальні питання розвитку науки та освіти: матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції м. Львів, 7-8 жовтня 2025 року» [1].

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ

Неможливо не помітити стрімкий розвиток сучасного світу, проте і тепер не вдається позбутися такого жахливого і трагічного явища, як війна. І у XXI столітті війни виглядають зовсім інакше, ніж в попередньому через те, що у воєнних протистояннях обов'язково є два незамінні засоби: силовий та інформаційний. Інформація грає все більшу роль, оскільки може формувати спосіб мислення людини та часто нав'язувати ті або інші думки. Тобто те, що людина споживає в інформаційному просторі, впливає на її рішення та дії [5].

Тиск на противника через агітацію, перекручені повідомлення і маніпулятивні наративи існував ще в Єгипті, в Греції, в Римі. Справжнє масштабне інформаційне протистояння почалося в XX столітті. Швидкий розвиток медіа тоді дозволив впливати на громадську думку в великих регіонах. У 1920-х роках США створили радіопрограми для аудиторій у Латинській Америці. Велика Британія запустила подібні програми для своїх колоній. Німеччина, що хотіла змінити умови Версальського договору, надсилала інформаційні повідомлення німецькому населенню в Померанії та Верхній Сілезії (Польща), а також у Судетській області Чехо-Словаччини.

Радянський Союз активно застосовував подібні інструменти для поширення ідей світової революції та створення негативного образу капіталістичних держав. Водночас влада приділяла особливу увагу ізоляції власних громадян від іноземних джерел інформації.

Відомим прикладом масштабного інформаційного протистояння, яке не перетворилося на гарячу фазу збройного конфлікту, стала холодна війна СРСР та США.

Термін «війна за інформацію» вперше офіційно записали в паперах Міністерства оборони США 1992 року. З того часу всі великі бойові дії кінця XX–початку XXI століття мали сильні кампанії тиску інформації. Мова йде про операції в Іраку 1991 та 2003 роках, бомбардування Югославії силами НАТО у

1999-му, конфлікт між Грузією і Південною Осетією 2008-го року, скидання від влади лівійського керівника М. Каддафі у 2011 році та інші події.

Оскільки цифрові платформи поширюють повідомлення миттєво, а люди споживають новини з різноманітних джерел, можливості для маніпуляцій і спотворення фактів лише зростають. Тому держави, політичні групи та ворожі режими широко застосовують інформаційні технології, аби формувати потрібні настрої в суспільстві та впливати на поведінку цілих націй.

Серед сучасних держав, які найбільш активно застосовують такі методи своїх суперників, особливо вирізняється Росія. Її пропагандистські наративи не лише формують сприйняття реальності в самій РФ, але й цілеспрямовано діють на українців та широку міжнародну спільноту [3].

За спостереженнями Г. Асмолова, російська пропаганда містить три компоненти: поширення неправди, ізоляційні практики та створення атмосфери страху. Ізоляція використовується для відгородження російської аудиторії від альтернативних джерел інформації. Стратегія залякування спрямована на контроль локальних ЗМІ, окремих людей і цілих мас.

Інформаційна війна — це набагато більше, ніж просто фейки. Фейк — це найменший елемент такої війни. Інформаційний фронт працює поруч із військовим. Якщо уявити, що в звичайній війні борються за територію, то в інформаційній війні борються за увагу.

Над фейками стоять меседжі — основні повідомлення, які можуть бути правдивими, перекрученими або повністю вигаданими. Їх менше, ніж фейків, бо створювати й поширювати якісний меседж складніше. Іноді такі меседжі суперечать одне одному. Так, російська пропаганда одночасно стверджує, що Україна «готувалася напасти» на різні сусідні регіони, і паралельно називає українську армію «слабкою», а в інший час приписує їй силу й підтримку США, коли це вигідно.

Меседжі створюють більшу історію — наратив. Наратив пояснює світ так, як це вигідно тому, хто його поширює, і формує потрібний світогляд. Він є

найбільш важливим елементом інформаційної війни, бо якщо меседж можна легко змінити, то наратив — це вже довгострокова й стабільна конструкція [4].

Що сучасніше суспільство, то більше воно покладається на інформацію й засоби її доставляння, отже, є уразливішим у війні інформацій. Саме тому виникла потреба у створенні медіапроєкту «NoToRussianMyth» — сторінки в Instagram, яка системно розвінчує російські пропагандистські наративи, поширюючи достовірні й зрозумілі пояснення як українською, так і англійською мовами.

Успіх проєкту в Instagram визначається тим, як добре вдається залучати аудиторію. Якщо підписники активно взаємодіють з контентом, алгоритми мережі починають все більше рекомендувати його іншим. Для цього потрібно вміти ефективно використовувати усі доступні інструменти Instagram та комбінувати їх:

1) Анонси дописів і Reels слід подавати в Instagram Stories, фото та відео, що автоматично зникають через 24 год. Корисну інформацію з Stories можна зберігати в Highlights, щоб підписники мали до них постійний доступ, навіть ті, хто почав слідкувати за проєктом пізніше [13].

2) Ще один спосіб отримати перегляди — публікувати такий креативний контент як Reels. Це відео з музикою та ефектами до 3 хвилин. Instagram зазвичай краще просуває Reels до 90 секунд. Оскільки цей вид контенту має окрему вкладку в застосунку, їхня видимість підвищується, що сприяє швидкому поширенню серед користувачів соцмережі [11].

3) Основним форматом «NoToRussianMyth» стали Instagram Posts — розгорнутий вид контенту з необмеженим терміном зберігання, який подається через каруселі до 10 зображень. Вони передбачені для структурованого та вичерпного подання інформації [10].

Щоб якісно просувати контент потрібно слідкувати за оновленням алгоритмів. Те, що працювало раніше, може перестати залучати активність. Це стосується і нових алгоритмів Instagram у 2024–2025 рр., які змінили підхід подачі контенту. Цінується унікальний контент. Публікації, що повторюються,

можуть не потрапити в рекомендації. Перевагу також мають нові акаунти: платформа просуває їх активніше, а якщо акаунту вдалося зачепити увагу, то він рекомендується ще більшій кількості користувачів. Якщо публікація швидко набирає коментарі, збереження, поширення, перегляди — її охоплення зростає. Одночасно лайки втрачають свою вагу.

Стрічки користувачів Instagram формуються для кожного персоналізовано, на основі зазначених інтересів та попередньої активності. Тому контент сторінки «NoToRussianMyth» повинен викликати бажання прокоментувати чи поділитися. Instagram просуває тих, хто практикує з підписниками запитання, обговорення, переходи між форматами [12].

Пропаганда РФ давно вийшла за межі самої Росії. Тому розвінчання міфів стає не лише елементом інформаційної оборони, а й інструментом зміцнення довіри між Україною та її союзниками. Для іноземної аудиторії «NoToRussianMyth» краще пояснює контекст війни та механізми російських маніпуляцій, а для української — допомагає критично оцінювати інформацію, впізнавати наративи та уникати їхнього впливу.

Схожі ініціативи вже існують в Instagram: низка сторінок та медіапроектів, створених українськими фактчекерами, журналістами й громадськими організаціями, також працюють над викриттям дій Кремля.

Серед тих, хто системно протидіє дезінформації, варто згадати StopFake [15]. Важливу роль також виконує і Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки (Spravdi) [9].

Поруч із ними працює Центр протидії дезінформації при РНБО, який аналізує інформаційні атаки, публікує аналітику та формує рекомендації для держави й громадян [8]. Окремим напрямом посилення інформаційної стійкості є «Фільтр» — національний проєкт із медіаграмотності. Він має мету навчити українців критично мислити, розпізнавати фейки, маніпуляції та пропагандистські техніки [7].

Важливим елементом інформаційного ландшафту є також «Детектор медіа», що здійснює глибокий аналіз пропаганди, моніторинг медіа та пояснює суспільству, як працюють інформаційні впливи [2].

Усі ці приклади — лише частина українських фактчекінгових і просвітницьких ініціатив, які працюють на різних платформах: вебсайтах, YouTube, Telegram, TikTok, Facebook тощо. Проте під час створення «NoToRussianMyth» особливий увагу ми зосередили саме на їхньому досвіді ведення Instagram, де важливо вміти адаптувати складну інформацію у візуально зрозумілий та лаконічний формат.

РОЗДІЛ 2.

СПЕЦИФІКАЦІЯ ПРОДУКТУ

2.1. Обґрунтування інформаційного проєкту

В умовах повномасштабної війни, що розпочала РФ проти України, агресор перетворив на поле бою й інформаційний простір, за допомогою якого він вирішує велику частину своїх стратегічних завдань. Росії завжди покладалися на цю тактику як на ключову зброю у конфліктах, не тільки для того, щоб похитнути довіру в Україні, але й зробити це за межі її кордонів.

Тому це не лише хороша ідея, але й необхідність знайти способи, щоб позитивно вплинути на стабільність наших національних інформаційних кампаній проти пропаганди. Медіапроєкт «NoToRussianMyth» створений через зростання кількості фейкових наративів, які Росія просуває в маси за допомогою медіа, соцмереж та ботоферм.

Усі наративи переслідують конкретні цілі. Наприклад, знизити міжнародну підтримку України, також довіру до її влади закордоном та серед громадян, дезорієнтувати суспільство та посіяти паніку, сумніви, продовжувати поширювати міф про начебто «мирну РФ», яка «лише захищається» та виправдати всі її агресивність дій.

У межах свого проєкту ми зосередили увагу на найбільш поширених і впливових дезінформаційних наративах та тих, які з'явилися нещодавно, проте можуть завдати не менш небезпечних наслідків, якщо їх просто проігнорувати. Однак, ми виявили загальний принцип усіх тих меседжів: це викривлення реальності, створення альтернативної «картини світу», яка вигідна тільки для Путіна та росіян.

Запуск нашої сторінки «NoToRussianMyth» — це спроба запропонувати інформаційний продукт, що одночасно виконує кілька функцій: просвітницьку, аналітичну та контрпропагандистську функції.

Тож оскільки дезінформація стає невід'ємною частиною повсякденного життя особливо користувачів соцмереж, зростає й актуальність нашого проєкту.

Важливо й оцінити те, що форми дезінформації стають дедалі різноманітнішими та складнішими для розпізнавання: це про організовані мережі ботів (що ми спостерігали під час виборів), тролів, професійних дідфейків і т. д.

Окрема перевага сторінки в тому, що міжнародна аудиторія часто має обмежений доступ до дійсно якісно контенту такого типу, тобто правдивих пояснень українського контексту саме з боку України. Створений проєкт — це відповідь на потребу суспільства в достовірних даних, зрозумілій аналітиці та безпечному інформаційному середовищі.

2.2. Структура

Структура медіапроєкту «**NoToRussianMyth**» продумана так, щоб він одночасно був здатним швидко реагувати на нові інформаційні атаки, був послідовним у спростуванні російських наративів і зручним для користувачів. Для цього було прийнято рішення створювати сторінку в соціальній мережі Instagram, де багато різних типів контенту, що можуть доповнюють один одного.

Основою сторінки став **21 тематичний допис-карусель**. Кожен поданий із дотриманням чіткого плану: спочатку ми показуємо пропагандистське твердження, пояснюємо, чому воно брехливе, потім додаємо факти й контекст, а далі — демонструємо правильне, перевірене пояснення. Такий підхід дає змогу розкрити тему глибоко, але й без перевантаження, яке не буде доречним для формату обраної соцмережі. Кожна карусель присвячена окремому наративу, який розбираємо до деталей.

Другим важливим елементом стали 2 відеоролики формату Reels. Їхнє завдання: швидко захопити увагу, донести головну думку за кілька секунд і розширити охоплення через алгоритми Instagram. Цей формат являє собою динамічні, емоційно насичені повідомленнями, що доповнюють каруселі, які мають більш аналітичний та простий характер.

Третім елементом є 7 навчально-методичних Stories. Вони присвячені базовим поняттям інформаційної безпеки та медіаграмотності. У цих Stories пояснюємо, як працюють тролі та ботоферми, чим небезпечні дідфейки, які

ознаки пропаганди можна помічати та як розпізнавати маніпулятивні повідомлення в соціальних мережах. Наявність цього типу контенту демонструє проєкт з іншого боку: його здатність не лише інформувати, а й навчати. Таким чином досягнуто одне із сформованих завдань сторінки: допомагати користувачам розуміти механізми пропаганди, щоб у подальшому могли оминати їх самостійно.

Отже, кожен із цих компонентів (каруселі, Reels та Stories) виконує свою роль у проєкті. Каруселі забезпечують детальне та зрозуміле розвінчування складних наративів; Reels працюють на впізнаваність, залучення нових зацікавлених підписників; Stories формують критичне мислення та транслують ідеї медіаграмотності.

2.3. Жанрова палітра

Як відомо, у такій соціальній мережі, як Instagram, інформація повинна подаватися стисло, легко і з авторським візуальним оформленням, яке не буде заважати основній місії проєкту — протидіяти дезінформації.

Врахувавши ці особливості та зміни алгоритмів для соцмережі, у жанровій палітрі «NoToRussianMyth» застосували усі можливі формати подачі інформації з метою виявити найбільш ефективний.

Основним жанром проєкту стали аналітично-інформаційні пости-каруселі, у яких розвінчуються конкретні російські пропагандистські наративи проти України.

Другим жанровим компонентом є короткі пояснювальні відео (Reels). Вони виконують роль навчальних повідомлень, де ключові тези подаються за допомогою динамічної, емоційно-виразної форми.

Третій жанр — Stories, у яких міститься контент дидактичного змісту. У Stories також викладаємо анонси постів, Reels, аби залучити увагу підписників, збільшити охоплення і відповідно «залетіти» в рекомендації іншим читачам. Важливу інформацію з Stories збережено в Highlights, щоб вона завжди була доступною.

Окремо варто відзначити двомовність контенту, яка теж неабияк впливає на особливості жанрів проєкту. Англomовна частина для міжнародної аудиторії представлена у візуальних слайдах (каруселі), тоді як для українців подані описи під каруселями, що виконують функцію аналітичного коментаря. Такий підхід дозволяє адаптувати жанр під різні аудиторії без зміни структури контенту.

Завдяки поєднанню різних типів контенту, жанрова палітра проєкту є цілісною та збалансованою. Більш аналітичні формати забезпечують глибину, відео — підвищують охоплення. Можна дійти висновку, що поєднання різних жанрових інструментів позитивно впливає на просування сторінки в Instagram.

2.4. Зображальний матеріал та особливості оформлення

Без якісного візуального оформлення жоден проєкт у соціальних мережах не буде працювати якісно, на залучення аудиторії і відповідно переглядів. Для цього необхідно ознайомитися із основами правильного поєднання кольорів, шрифту, розміру тексту та навіть його розміщенням на полотні. Візуальне оформлення формує перше враження і бажання залишатися чи ні на сторінці. Відповідно до серйозної тематики, стилістичні рішення нашого проєкту поєднують стриманість, контрастність і виразність.

Використані кольори

У проєкті була використана така палітра кольорів: червоний, чорний, білий та їхні відтінки, для підбору якої скористалися послугами ресурсу «Паліттер». Таке поєднання забезпечило високий контраст і створило емоційний настрій, якого ми прагнули досягти.

Червоний колір зазвичай використовують для привернення уваги. Він символізує небезпеку, щось, на чому варто зупинитися. У нашому випадку колір акцентує на ключових елементах та попереджає про маніпулятивний характер розглядуваних матеріалів.

Чорний — стриманий класичний колір, що передає атмосферу воєнної реальності, смутку, жалю.

Білий — нейтральний, використаний для того, аби зберігати візуальний баланс і не перенавантажувати проєкт візуально різкими контрастами палітри.

Загалом поєднання цих кольорів мало на меті викликати відчуття напруги (розуміння сили пропаганди), концентрації та критичного погляду. Саме такого настрою потребує наш проєкт.

Логотип проєкту

Важливим елементом розпізнавання будь-якого бренду, сторінки, медіа є логотип. Логотип сторінки «NoToRussianMyth» також виконаний у характерній контрастній стилістиці. Він складається з текстових елементів (це повна назва сторінки, у якій вдало обіграно кольори, розміри і розташування слів):

«No» — слово білого кольору, що займає половину всього розміру логотипу. Його розмір символізує категоричну відмову та критичну позицію щодо дезінформації.

«To Russian Myth» — фраза червоного кольору, закреслена, що підкреслює процес викриття російських пропагандистських наративів та знецінення РФ.

Увесь логотип розміщений на чорному фоні, що робить білі та червоні елементи максимально контрастними та візуально впізнаваними. На початку ведення сторінки було запропоновано кілька варіантів логотипів. Поточний логотип обрала аудиторія. Логотип розроблений за допомогою сервісу Canva.

Оформлення тексту

Для всіх матеріалів використовується єдиний шрифт — Montserrat, який також доступний у Canva.

Перевагами такого шрифту були:

- забезпечує читабельність;
- добре працює з контрастною палітрою;
- зберігає стилістичну цілісність сторінки, оскільки тематика сторінки досить серйозна та торкається «важких тем» українського сьогодення.

Єдиний шрифт працює на впізнаваність проєкту, не створює хаосу у стилістиці та виглядає гармонійно.

Система шаблонів

У проєкті використано орієнтовно п'ять базових шаблонів для постів. До кожного з них застосована єдина кольористика, шрифт, розміри шрифтів. Завдяки цьому хоча й кожен шаблон має власну композицію, але загальний стиль зберігається завдяки:

- сталій кольоровій системі;
- повторюваним певним графічним елементам;
- подібному розташуванню ключових блоків тексту;
- використанню одних і тих шрифтів.

Фото та ілюстративний контент

У матеріалах використовуються різні види зображень:

Фото з відкритих джерел — використані відповідно до правил авторського права, тобто подана спеціальна позначка чи водяний знак.

Згенеровані штучним інтелектом зображення, позначені спеціальною приміткою або також мають водяний знак.

Зображення підбираються відповідно до теми та використовуються як декоративні елементи.

Графічні елементи

Для підсилення емоційного та змістового навантаження застосовано:

- стилізовані воєнні елементи;
- маркери, які підкреслюють небезпеку дезінформації;
- декоративні акценти, пов'язані з темою конкретного наративу.

Ці графічні рішення допомагають передати атмосферу воєнного контексту та підсилити меседж про необхідність критичного мислення.

2.5. Авторська ідея

Від початку повномасштабного вторгнення минуло майже 4 роки і за цей час українці та зарубіжна аудиторія помітно відчула на собі вплив російської пропаганди, саме тому такі ініціативи, як сторінка в соціальній мережі Instagram «NoToRussianMyth» є надзвичайно важливими.

Авторська ідея нашого проєкту полягає в тому, що він має на меті не лише інформувати суспільство, розвінчувати брехню. Проєкт поєднує в собі два компоненти: спростування наративів РФ та створення матеріалів для підвищення рівня медіаграмотності аудиторії.

Цю авторську ідею нам вдалося реалізувати завдяки створенню доступного, візуально привабливого двомовного інформаційного простору. Ключовим задумом сторінки залишається викриття неправдивих тверджень РФ за допомогою чіткого плану подачі інформації у постах та їхнього зрозумілого незаангажованого візуального оформлення. Проєкт не просто спростовує фейки, але й аналізує принципи побудови інформаційних маніпуляцій.

Важливим елементом кожного поста є наведення конкретних фейкових новин в інформаційному просторі, як України, так і інших країн. Цих прикладів може бути кілька, адже наратив — це ширше поняття за фейк. Щоб просунути один наратив, росіяни можуть створювати десятки фейків.

Двомовність проєкту — теж виконує свою функцію. Англomовний візуальний контент (тобто каруселі) у поєднанні з українськомовними описами забезпечує взаємодію з різними аудиторіями. Це дозволяє працювати як з українським суспільством, яке потребує інструментів для швидкого розпізнавання маніпуляцій в реальному часі, так і з міжнародною аудиторією, яка часто стикається з викривленою або неповною інформацією про події в Україні.

Публікації проєкту націлені долати популярні маніпулятивні твердження РФ та ті, які тільки з'являються в інфопросторі. Зокрема тих, що стосуються надуманої «стабільності» Росії попри численні санкції, начебто «агресію» України, яка насправді роками страждає все від масованіших атак, нібито «нелегітимності» її уряду, хибних поглядів щодо НАТО, «проблем із біженцями» і т.д. Завдання — не просто спростовувати ці твердження, а показувати їх походження, механізми впливу та наслідки.

Візуальна складова проєкту (мається на увазі контрастні кольори, яскравий логотип і впізнавані шаблони) через свою символіку посилює основне

повідомлення: замовчувати чи применшувати проблему дезінформації неприпустимо.

Таким чином, авторська ідея проєкту полягає у створенні платформи, яка водночас інформує, аналізує, навчає й формує стійке інформаційне середовище для протидії.

2.6. Особливості аудиторії

За даними доступної статистики від Instagram, за період **30 жовтня — 28 листопада**, аудиторія проєкту «**NoToRussianMyth**» сформована переважно з українців. Це пояснюється тим, що сторінка почала поширювати контент відносно недавно (3 місяці), а також тим, що українці щодня, читаючи новини, повинні захищати себе від фейків. Іноземна аудиторія споживає значно меншу часту новин про Україну за день, тому й ризик натрапити на фейк менший, однак також небезпечний.

Географічно основна частина аудиторії зосереджена в:

Топ країн: Україна — **96,6 %**, Чехія — **2,3 %**, Польща — **1,1 %**.

Топ міст:

- Стрий — **23 %**
- Львів — **10,3 %**
- Київ — **10,3 %**

Ці показники демонструють ядро аудиторії у західних регіонах та великих українських містах.

Вікові характеристики також визначають стиль і спосіб подання інформації. За даними статистики, основна частина аудиторії — це молодь, тому зростає потреба у поширенні динамічного контенту:

- 18–24 роки — **41,4 %**
- 25–34 роки — **20,7 %**
- 13–17 років — **17,2 %**

Більш доросла аудиторія (35–44 роки) становить **16,1 %**, однак теж демонструє інтерес.

Переважна більшість аудиторії — **жінки (79,7 %)**, тоді як **чоловіків — 20,3 %**.

Загалом аудиторія вирізняється високою зацікавленістю, активним споживанням коротких форматів (бо більшість із неї — молодь) та готовністю поширювати контент. Отримані дані визначають подальший вибір подачі матеріалів: повинні домінувати лаконічність, візуальна ясність і пряме спростування маніпуляцій.

Хоча основну частину підписників і глядачів проєкту становлять українці, статистика свідчить і про наявність **невеликої, але стабільної іноземної аудиторії**. Інтерес із-поза меж України демонструє, що матеріали проєкту є зрозумілими й актуальними для користувачів з різних країн. Це створює додаткові перспективи для розвитку, адже навіть невелика частка міжнародних переглядів підтверджує потребу у двомовному контенті та свідчить про потенціал розширення аудиторії. Саме тому продовження проєкту є доцільним.

РОЗДІЛ 3.

ТЕХНІЧНІ ТА ПРОГРАМНІ ЗАСОБИ, НЕОБХІДНІ ДЛЯ ВТІЛЕННЯ ПРОЄКТУ

Для створення медіапроєкту «NoToRussianMyth» було використано різні технічні та програмні засоби. Вони були необхідними для виконання таких завдань перед остаточною публікацією контенту в соціальній мережі Instagram: написання тексту, оформлення та обробка постів, Reels, Stories, монтування відео, накладання супровідної музики. Усі інструменти були підібрані таким чином, щоб забезпечити оперативність роботи, високу якість матеріалів та можливість споживання продукту з різних девайсів.

Основною технічною базою стали персональний ноутбук та смартфон iPhone 13, які виконували функцію обробки матеріалів і швидкої публікації контенту. Завдяки якісній камері смартфона вдалося забезпечити чіткість та стабільність зображення, що є необхідним для формату Reels і фотоілюстрацій до інформаційних постів.

Текст публікацій створювався у Google Docs.

Для створення та монтажу відеоматеріалів використовувалася програма CapCut — простий у використанні мобільний відеоредактор. Його функціонал дозволив виконувати необхідні операції: кадрування відео, видалення зайвих фрагментів, додавання тексту, вставлення фото, графіки, аудіо, накладання переходів та базових ефектів для динаміки. Зручний інтерфейс та швидкість експорту відео зробили CapCut оптимальним вибором для створення коротких роз'яснювальних роликів.

Основним сервісом для створення контенту є Canva. Тут створювалися шаблони для постів, логотипи, іконки. Сервіс забезпечує можливість створення власних графічних елементів та має широкий вибір уже доступних графічних елементів та шаблонів. Canva має великий набір інструментів — бібліотеку шрифтів (зокрема використаний у проєкті Montserrat), кольірні палітри та поради щодо їх поєднування, фігури, ілюстрації та ефекти, що дало змогу підтримувати єдиний стиль оформлення. Додатково Canva дозволила швидко адаптувати

дизайн під різні формати Instagram без втрати якості, адже для кожного формату сервіс має потрібний розмір полотна, що запобігає обрізанню певної частини публікації та відповідає алгоритмам мережі тощо. Створений контент можна легко опублікувати в соцмережі за допомогою сайту без зайвих завантажень.

Під час роботи над проєктом також використовувався візуальний ресурс Pinterest, який послугував джерелом референсів, графічних елементів для сторінки.

У комплексі ці технічні та програмні засоби забезпечили повноцінний цикл створення контенту — від збору матеріалу та написання текстів до створення графіки, монтажу відео та публікації. Їх поєднання дозволило реалізувати проєкт у єдиному форматі, що відповідає потребам аудиторії Instagram.

ВИСНОВКИ

1. У ході виконання роботи було проаналізовано основні типи та механізми російських пропагандистських наративів, що активно поширюються в українському та зарубіжному медіапросторі. Дослідження підтвердило їх циклічний характер та адаптивність до поточного інформаційного контексту. Деякі наративи, які з'явилися ще на початку АТО, досі є актуальними і просуваються через створення низки фейків. Найбільш поширеними виявилися наративи, спрямовані на дискредитацію Збройних сил України, а саме: фейки про нібито існування «секретних хімічних лабораторій» та дезінформація про «обстріли мирного населення Україною».

2. Було досліджено ефективні підходи до створення контенту в Instagram, що доводить важливість візуальних форматів, коротких пояснювальних матеріалів та чіткої манери спілкування з аудиторією. Аналіз контенту показав, що лаконічність, структурованість й візуальна узгодженість дизайну є основними чинниками залучення аудиторії, адже такі публікації набирали найбільші показники взаємодії, як от пост «Українські солдати нібито «мріють потрапити в полон»». Платформа Instagram вимагає швидкої подачі складної інформації, тому потрібно комбінувати жанри, аби досягати певних цілей: якщо подати фактчекінгову інформацію — потрібні дописи, залучення аудиторії — Reels, взаємодія з аудиторією — Stories.

3. У межах роботи була розроблена повноцінна структура та айдентика сторінки. Створено логотип, визначено кольористичну палітру (чорний, білий, червоний та їхні відтінки), шрифт Montserrat та загальні візуальні принципи сторінки. Це забезпечило впізнаваність контенту, а також стало основою для його подальшого просування.

4. На основі проведеного аналізу сформовано контент-план, який включає рубрики, тематику постів, формат подачі, а також принципи роботи з джерелами. Було розроблено логіку вибору тем, структуру кожного поста та механізм поєднання фактчекінгу з доступною візуальною подачею.

5. У рамках проекту підготовлено серію інформаційних, візуальних та аналітичних матеріалів, присвячених найпоширенішим фейкам і дезінформаційним наративам. Контент охоплює спростування конкретних пропагандистських тез, аналіз методів впливу, пояснення причин їхнього виникнення та механізми протидії.

6. Реалізовано просування проекту за допомогою органічних можливостей Instagram — регулярного постингу, використання хештегів, роботи зі Stories та відео, оптимізації під алгоритми та взаємодії з аудиторією. Незважаючи на обмежені ресурси, сторінка продемонструвала позитивну динаміку росту: на момент аналізу роботи вона налічує 148 підписників, чого вдалося досягти за 3 місяці, а найбільш залученим контентом стали Reels, окремі з яких отримали до 82 вподобань. Карусельні пости отримували в середньому від 22 до 72 лайків, що свідчить про достатню активність при такій кількості аудиторії.

7. Проведено аналіз ефективності опублікованих матеріалів, що засвідчив найкращі результати у форматів, які поєднують динамічність та емоційність (Reels).

8. На основі аналізу результатів сформульовано рекомендації щодо подальшої оптимізації та розвитку проекту. Серед основних пропозицій: збільшення частоти публікацій, робота над інтерактивністю сторінки, застосування елементів комунікації з інфлюенсерами та збільшення частки англomовного контенту для розширення охоплення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актуальні питання розвитку науки та освіти: матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції. м. Львів : Львівський науковий форум, 2025. 90 с.
2. «Детектор медіа» URL: <https://go.detector.media/about/> (дата звернення: 27.11.25)
3. Інформаційна війна URL: <https://esu.com.ua/article-12460> (дата звернення: 27.11.25)
4. Інформаційна війна — це не тільки фейки URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/29264/2022-03-31-informatsiyna-viyna-tse-ne-tilky-feyku/> (дата звернення: 27.11.25)
5. Кремлівська пропаганда під час війни (на прикладі російських телеграм-каналів) URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/12095> (дата звернення: 27.11.25)
6. Найчастіше українці читають новини в Telegram — дослідження. URL: <https://www.dw.com/uk/doslidzenna-telegram-najpopularnise-dzerelo-novin-dla-ukrainciv/a-70725230> (дата звернення: 27.11.25)
7. Національний проєкт "Фільтр" — медіаграмотність URL: <https://mindev.gov.ua/diialnist/informatsiia-dlia-vpo/derzhavna-dopomoha-dlia-vpo/informatsiina-pidtrymka/natsionalnyi-proiekt-filtr-mediahramotnist> (дата звернення: 27.11.25)
8. Центр протидії дезінформації URL: <https://cpd.gov.ua/documents/%D0%BF%D1%80%D0%BE-%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80/> (дата звернення: 27.11.25)
9. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки URL: <https://spravdi.org/pro-nas/> (дата звернення: 27.11.25)
10. Що таке пост в Інстаграм: докладне пояснення та поради URL: <https://note.liberty.cx.ua/psikhologiya/shho-take-post-v-instagram-dokladne-rozjasnennya-ta-poradi.html> (дата звернення: 27.11.25)

11. Що таке reels та основні помилки, які рижуть ваші охоплення. URL: <https://kukurudza.com/blog/pomylyky-reels-yaki-rizhut-ohoplennya/> (дата звернення: 27.11.25)
12. Як працюють алгоритми Instagram у 2024: як їх розуміти та впливати. URL: <https://kukurudza.com/blog/yak-praczyuyut-algorytmy-instagram-u-2024/> (дата звернення: 27.11.25)
13. Instagram Stories: 30 трюків та стратегій для успішного просування. URL: <https://coi.ua/blog/AdMarketing/instagram-stories-30-tryukiv-ta-strategij-dlya-uspishnogo-prosuvannya/> (дата звернення: 27.11.25)
14. Most popular social networks worldwide as of February 2025, by number of monthly active users. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (дата звернення: 27.11.25)
15. StopFake URL: <https://www.stopfake.org/uk/pro-nas/> (дата звернення: 27.11.25)

ДОКУМЕНТАЦІЯ

1.

Міф 1 : «росія готова до переговорів, а Україна — ні»

Кремль просуває цей наратив, щоб показати себе «миротворцем», а Україну — головною перешкодою до миру.

Насправді Київ неодноразово підтверджував готовність до перемовин і припинення вогню:

Наприклад, Президент Володимир Зеленський за підсумками переговорів української та американської делегацій у Саудівській Аравії 11 березня заявив, що Україна погоджується на повне припинення вогню відповідно до пропозиції США.

Водночас 12 травня Путін відкинув навіть ідею тимчасового перемир'я на 30 днів, натомість запропонував Києву так звані переговори у Стамбулі «без попередніх умов», у яких сам зрештою не взяв участі — на відміну від Президента України.

Попри дипломатичні зусилля на різних міжнародних майданчиках, Росія щодня продовжує масовані обстріли: у ніч на 7 вересня вона здійснила найпотужнішу атаку від початку повномасштабної війни, випустивши 818 дронів і ракет за одну ніч.

Крім того, Кремль щоразу висуває неприйнятні умови для переговорів, як такі:

- Скласти зброю

Сергій Лавров, Міністр закордонних справ РФ, заявляв, що переговори можливі лише після того, як ЗСУ складуть зброю.

- Право вето для Кремля

росія погоджується лише на ті гарантії безпеки для України, які дають Москві ефективне право вето на будь-які майбутні зусилля щодо захисту України.

- Зустріч тільки у Москві

3 вересня Путін запросив Зеленського саме до Москви, хоча вже

щонайменше сім країн (Австрія, Святий Престол, Швейцарія, Туреччина та три держави Перської затоки) готові організувати переговори. Україна погоджується на них будь-коли.

“Russia is ready for negotiations, but Ukraine is not.”

The Kremlin promotes this narrative to present itself as a “peacemaker” and portray Ukraine as the main obstacle to peace.

In reality, Kyiv has repeatedly confirmed its readiness for negotiations and a ceasefire.

For example, President Volodymyr Zelenskyy, following talks between Ukrainian and U.S. delegations in Saudi Arabia on March 11, stated that Ukraine agreed to a full ceasefire according to the U.S. proposal.

At the same time, on May 12, Putin rejected even the idea of a temporary 30-day truce and instead proposed so-called negotiations in Istanbul “without preconditions” — which he ultimately did not attend, unlike the President of Ukraine.

Despite diplomatic efforts on various international platforms, Russia continues daily massive strikes: during the night of September 7, it carried out the most powerful attack since the beginning of the full-scale invasion, launching 818 drones and missiles in a single night.

Moreover, the Kremlin consistently puts forward unacceptable conditions for negotiations, such as:

- Laying down arms
Russia’s Foreign Minister Sergey Lavrov stated that talks are possible only after the Ukrainian Armed Forces lay down their weapons.
- A veto right for the Kremlin
Russia agrees only to security guarantees for Ukraine that effectively grant Moscow a veto over any future efforts to protect Ukraine.
- Talks only in Moscow
On September 3, Putin invited Zelenskyy exclusively to Moscow, despite at least seven countries (Austria, the Holy See, Switzerland, Turkey, and three

Gulf states) expressing readiness to host negotiations. Ukraine is ready to participate at any time.

2.

Міф 10:

РФ: «Немає жодної викраденої дитини, є діти, врятовані нашими солдатами».

Доля українських дітей, вивезених росією з захоплених нею областей України, є важливою темою мирних переговорів. У Кремлі натомість відкидають сам факт депортації. «З теми «викрадення дітей» Україна робить шоу. Немає жодної викраденої дитини, є діти, врятовані нашими солдатами», — зазначав головний перемовник від РФ Володимир Мединський.

Чи дійсно РФ «рятує» українських дітей? 16 березня 2022 року росіяни знищили маріупольський драмтеатр, де ховалися сотні людей і де видимими з неба літерами було написано слово «ДЕТИ».

Яка доля викрадених дітей? Росія створила розгалужену систему утримання, перевиховання та мілітаризації викрадених українських дітей. За даними досліджень Єльського університету, дітей розміщують у щонайменше 210 закладах на території РФ. У цих установах дітей:

- ізолюють від родин;
- піддають ідеологічному перевихованню на користь РФ;
- мілітаризують (у десятках закладів проводять військову підготовку);
- усиновлюють російськими громадянами, змінюють їхнє громадянство та приховують українське походження.

Ця програма має на меті асимілювати дітей і стерти їхню українську ідентичність, перетворивши на «нових росіян».

Russia: “There is not a single abducted child — only children saved by our soldiers.”

The fate of Ukrainian children taken by Russia from the territories it has occupied is a crucial issue in peace negotiations. The Kremlin, however, denies the very fact of deportations. “Ukraine is turning the topic of ‘child abductions’ into a show. There is not a single abducted child — there are only children saved by our soldiers,” claimed Russia’s chief negotiator Vladimir Medinsky.

Is Russia really “saving” Ukrainian children?

On March 16, 2022, Russian forces destroyed the Mariupol Drama Theatre, where hundreds of civilians were sheltering — despite the word “CHILDREN” being clearly written outside in huge letters visible from the air.

What happens to the abducted children?

Russia has created an extensive system for the detention, re-education, and militarization of abducted Ukrainian children. According to research from Yale University, children have been placed in at least 210 facilities across the Russian Federation.

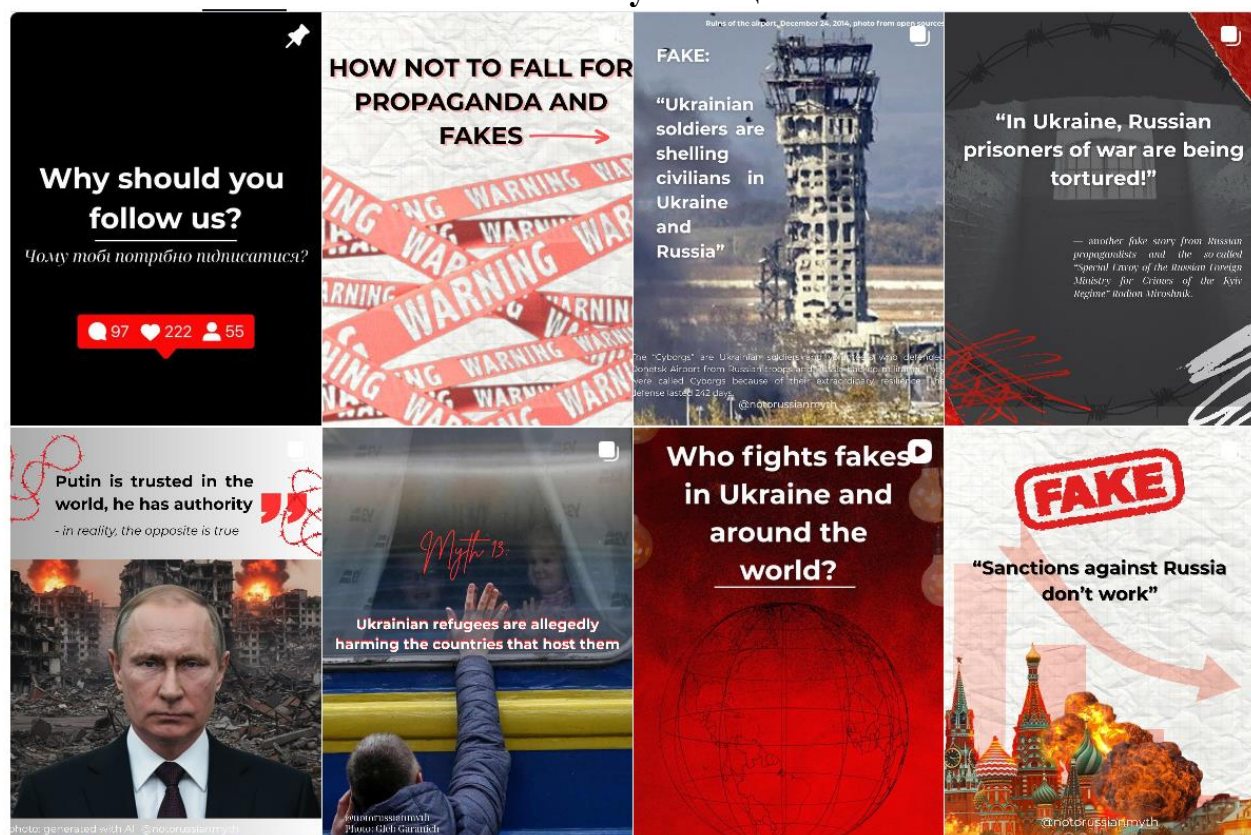
In these institutions, children are:

- isolated from their families;
- subjected to ideological re-education in favor of Russia;
- militarized (dozens of facilities conduct military training);
- adopted by Russian citizens, granted Russian citizenship, and stripped of their Ukrainian identity.

This state-run program aims to assimilate Ukrainian children and erase their national identity, turning them into so-called “new Russians.”

ДОДАТКИ

Додаток А Власні публікації



notorussianmyth

notorussianmyth Міф 2:

✗ Путін стверджує, що Київ «не має законної влади», тому з ним нібито неможливо підписати мирну угоду.

Це наратив російської пропаганди, щоб виправдати відмову від переговорів. Кремль свідомо перекинує норми Конституції України, щоб дискредитувати її уряд.

Відповідно до Конституції президентські вибори мали відбутися у березні 2024 року. Але під час воєнного стану вибори законно переносяться. Це – конституційна норма, а не "узурпація влади".

👤 Путін відмовляється на пряму зустрітися із Зеленським, бо така зустріч підтвердила б легітимність українського президента.

🔍 Мета цих дій — перекласти відповідальність за те, що миру досі не досягнуто, на Україну.

#notorussianmyth #stoprussianaggression #russianpropaganda #russiaisaterroriststate

Переглянути статистику [Просувати допис](#)

👍 💬 🔄

Уподобали [olia_shugnilo](#) і ще 77

2 жовтень

😊 Додайте коментар...

Активация Windc
Перейдіть до розділу "
Windows публікувати



notorussianmyth

notorussianmyth ❤️ Міф 11: Українські солдати нібито «мріють потрапити в полон»

Станом на 5 вересня 2025 року в російському полоні перебувало 2 577 українських військових. Цю цифру підтвердив уповноважений з питань осіб, зниклих безвісти, Артур Добросердов, посилаючись на OSINT-методи.

Питання повернення українських військовополонених є одним із ключових у мирних переговорах. Україна неодноразово заявляла про готовність проводити обміни за принципом «всіх на всіх», проте саме Росія блокує процес, використовуючи людські життя як політичну зброю.

Щоб зірвати процес обміну та дискредитувати українську владу, РФ активно запускає дезінформаційні кампанії: поширює фейки про «аморальність Києва», вигадані «звернення» полонених і неправдиві історії про те, що українські військові нібито «мріють потрапити в полон». Про це повідомляє Центр протидії дезінформації.

НАСПРАВЛІ

[Переглянути статистику](#)

[Просувати допис](#)



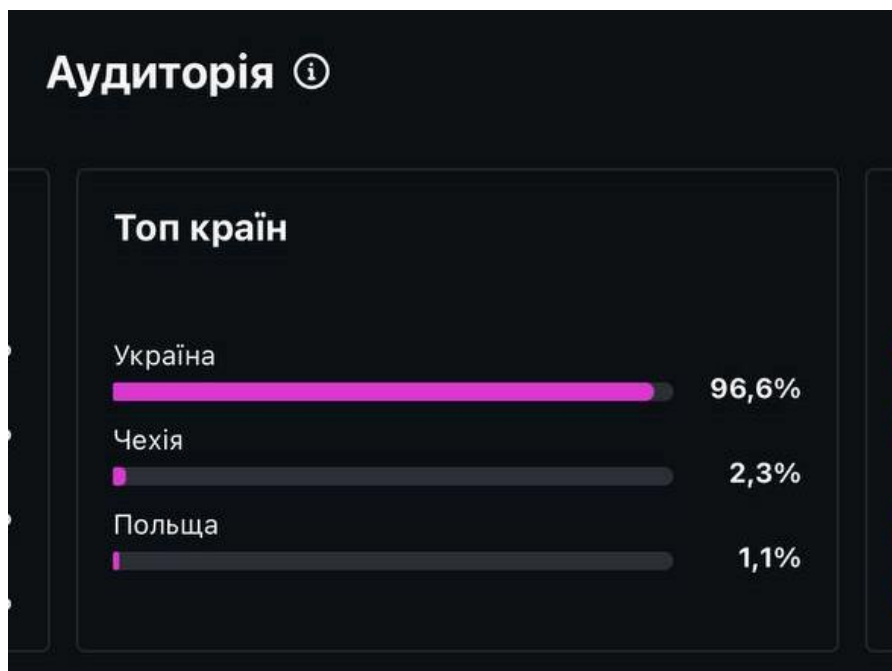
Уподобали olia_shugnilo і ще 81
15 жовтень

Додайте коментар...

Активация Wind
Перейдіть до розділу
Windows

Додаток Б

Країни, де найбільше вдалося залучити читачів до проєкту



АНОТАЦІЯ

Оля Шугніло. Створення і просування Instagram-сторінки «NoToRussianMyth» для викриття наративів російської пропаганди під час російської війни проти України

Ключові слова: дезінформація, російська пропаганда, фейки, наративи, інформаційна війна, медіаграмотність, Instagram, соціальні мережі.

Магістерський медіапроект «NoToRussianMyth» спрямований на виявлення, аналіз та спростування ключових наративів російської пропаганди, що циркулюють у соціальних мережах під час російської війни проти України. Основою проекту стала інстаграм-сторінка, орієнтована на українську, зарубіжну аудиторію та користувачів, які потребують швидких і доступних пояснень механізмів дезінформації. Контент подається двома мовами — українською та англійською, що забезпечує ширше охоплення та сприяє кращому розумінню теми як усередині країни, так і за її межами.

Проект має інформаційну, просвітницьку та аналітичну функції. Через візуальні пости, відео-рилс, каруселі, статистичні матеріали та приклади фейків сторінка показує, як працюють пропагандистські технології, які наративи є найпоширенішими та як відрізнити неправдивий контент від достовірного. Особливу увагу приділено наративам про дискредитацію Збройних сил України, звинуваченням України в обстрілах цивільного населення та небажання вести мирні переговори, що використовуються для виправдання російської агресії.

У межах проекту було створено візуальну айдентiku сторінки, контент-план, серію пізнавальних матеріалів і відеопродукції, а також проведено аналіз залученості аудиторії. Показником ефективності стали вподобання, коментарі та реакції користувачів.

Актуальність проекту визначається потребою у системному протистоянні російській дезінформації, яка впливає на громадську думку, безпеку та міжнародне сприйняття війни. «NoToRussianMyth» виступає інструментом медіаграмотності, допомагаючи користувачам розпізнавати інформаційні атаки,

розуміти механізми пропаганди та формувати стійкість до маніпуляцій у цифровому середовищі.

ANNOTATION

Olia Shuhnilo. Creation and Promotion of the Instagram Page “NoToRussianMyth” for Exposing Russian Propaganda Narratives During Russia’s War Against Ukraine

Keywords: disinformation, Russian propaganda, fakes, narratives, information warfare, media literacy, Instagram, social media.

The master’s media project «NoToRussianMyth» is aimed at identifying, analysing, and debunking key Russian propaganda narratives circulating on social media during Russia’s war against Ukraine. The foundation of the project is an Instagram page targeting both Ukrainian and international audiences, as well as users who require quick and accessible explanations of how disinformation mechanisms work. The content is presented in two languages — Ukrainian and English — which allows for broader reach and facilitates better understanding of the topic both within the country and abroad.

The project fulfils informational, educational, and analytical functions. Through visual posts, video reels, carousels, statistical materials, and examples of fake news, the page demonstrates how propaganda technologies operate, which narratives are most widespread, and how to distinguish false content from reliable information. Special attention is devoted to narratives aimed at discrediting the Armed Forces of Ukraine, accusations that Ukraine shells civilian areas, and claims that Ukraine is unwilling to negotiate — all of which are used to justify Russian aggression.

Within the scope of the project, the visual identity of the page was developed, along with a content plan, a series of informative materials and video products, and an analysis of audience engagement. User reactions, such as likes and comments, served as indicators of the project’s effectiveness.

The relevance of the project is determined by the need for a systematic response to Russian disinformation, which influences public opinion, security, and international perceptions of the war. «NoToRussianMyth» functions as a media literacy tool, helping

users recognise information attacks, understand propaganda mechanisms, and build resilience against manipulation in the digital environment.