

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА**

**Факультет суспільно-гуманітарних наук
*Кафедра політології та соціології***

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Спеціальність: 052 Політологія

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

УДК-32.019.5:355.01

БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему:

Методи та інструменти російської пропаганди в Україні (2014-2025)

Студента IV курсу ПОЛБ12240д групи

Дешко Анни Сергіївни

Науковий керівник:

доктор наук з державного управління,

доцент, професор кафедри політології та соціології

Костюк Тетяна Олександрівна

Роботу захищено «__» _____ 2026 р.

Оцінка: _____

Київ – 2026 р.

Зміст

В

Р

О

У

Н

І

Н

З

О

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

І

Н

РОЗДІЛ 3. РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДИСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІСЛЯ

ВСТУП

Актуальність теми. Інформаційна безпека стала одним із ключових чинників національної безпеки сучасної держави. У ХХІ столітті пропаганда перетворилася на потужний інструмент впливу, здатний формувати суспільну

свідомість, політичні орієнтири та навіть змінювати хід воєнних і політичних подій. Особливо небезпечним є використання пропаганди у контексті гібридних воєн, де боротьба точиться не лише на полі бою, а й у медіа, цифровому просторі та свідомості людей.

Для України питання протидії пропаганді є надзвичайно актуальним, адже з 2014 року російська федерація системно застосовує інформаційно-психологічні операції, спрямовані на підрив національної єдності, дискредитацію влади, спотворення історичної пам'яті та послаблення підтримки українських Збройних Сил. Після повномасштабного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 року російська пропаганда досягла безпрецедентного рівня агресії, використовуючи соціальні мережі, телеграм-канали, фейкові новини та маніпулятивні наративи як інструмент впливу на свідомість українців та міжнародної спільноти.

Вивчення методів та інструментів російської пропаганди дає змогу глибше зрозуміти її механізми, визначити основні напрями впливу на українське суспільство та окреслити ефективні шляхи протидії. Дослідження цієї проблеми має не лише теоретичне, але й практичне значення-воно сприяє формуванню стійкості українського інформаційного простору, підвищенню рівня медіаграмотності громадян та зміцненню інформаційної безпеки держави.

Мета дослідження- дослідити основні методи та інструменти російської пропаганди в Україні у 2014-2025 роках, визначити їх еволюцію, вплив на суспільну свідомість і окреслити напрями протидії.

Завдання дослідження:

- розкрити сутність та функції пропаганди як політичного явища;
- дослідити особливості формування та засоби поширення російської пропагандистської моделі в Україні;
- проаналізувати зміст та способи російського інформаційного впливу на Україну у 2014-2022 рр.;

- визначити основні форми, методи та інструменти впливу російської пропаганди після 24 лютого 2022 року;
- дослідити наративи та засоби поширення російської пропаганди на сучасному етапі;

Об’єкт дослідження-російська пропагандистська діяльність в Україні.

Предмет дослідження-система засобів створення, поширення та впливу російської пропаганди в Україні у 2014–2025 рр.

Методи дослідження. У роботі застосовано комплекс методів:

- історичний - для вивчення етапів становлення та розвитку російської пропаганди;
- контент-аналіз - для аналізу інформаційних матеріалів, фейків та медійних повідомлень рф стосовно України та в самій Україні;
- порівняльний метод - для визначення відмінностей у пропагандистських стратегіях рф в Україні до та після 2022 року;
- системний та аналітичний підходи - для виявлення структури, цілей та механізмів дії російської пропаганди в Україні;
- емпіричний аналіз - для узагальнення практичних прикладів інформаційно-пропагандистської діяльності рф в Україні.

Наукове значення полягає у поглибленні розуміння механізмів інформаційно-психологічного впливу та ролі пропаганди в умовах сучасних війн. Дослідження сприяє розвитку теоретичних засад інформаційної безпеки та політичної комунікації, особливо - у російсько-українських відносинах.

Практичне значення полягає у можливості використання результатів дослідження для розробки ефективних державних стратегій протидії пропаганді, удосконалення медіаосвіти та підвищення інформаційної стійкості суспільства.

Апробація результатів дослідження. Основні положення та результати дослідження було апробовано під час участі у науково-практичних конференціях, зокрема у VIII Міжнародній науково-практичній конференції “Global Directions in Scientific Research and Technological Development”, що

відбулася 6-8 квітня 2026 року у м. Валенсія, Іспанія, а також у Всеукраїнській науково-практичній конференції «VI Ушинські читання. Українська освіта та культура в історичному розвитку та в умовах викликів глобалізованого суспільства», що відбулася 29-30 квітня 2026 року в м. Чернігів. Участь у зазначених конференціях підтверджено сертифікатами учасника, поданими у додатках А і Б.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел. У першому розділі розглядаються теоретико-методологічні засади дослідження пропаганди, у другому - аналізується еволюція російської пропаганди в Україні у 2014-2022 роках, а у третьому - вивчаються її форми, наративи та методи в умовах повномасштабної війни (після 24 лютого 2022 року). Загальна кількість сторінок - 66, список використаних джерел та літератури - 28.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ

Поняття пропаганди: сутність та функції

Пропаганда є однією з найважливіших форм соціального впливу, спрямованою на формування світогляду, переконань, поведінки та громадської думки певної групи або всього суспільства. У політології поняття «пропаганда» розглядається як цілеспрямоване поширення ідей, поглядів і

цінностей з метою впливу на масову свідомість та політичну поведінку громадян. Як зазначає Е. Бернейс, пропаганда - це «свідоме й розумне маніпулювання організованими звичками й думками мас» [1, с. 37]. Вона є інструментом соціального контролю, який дозволяє впливати на ставлення людей до політичних, економічних та культурних явищ.

Ж. Еллюль у праці «Пропаганда: формування ставлення людей» вказує, що пропаганда - це не лише засіб обману, а й механізм соціалізації, який адаптує індивіда до певного політичного та ідеологічного середовища [18]. Вона діє не лише на раціональному, а й на емоційному рівні, апелюючи до страху, гордості, патріотизму чи ненависті. Такі емоційні фактори роблять пропаганду особливо ефективною у кризові періоди, коли суспільство перебуває в стані невизначеності або загрози.

Важливо підкреслити, що пропаганда як соціальне явище має комунікаційну природу. За Г. Лассуелом, будь-який акт пропаганди можна описати через формулу: «Хто (комунікатор) говорить що (повідомлення) через який канал (медіа) кому (аудиторії) і з яким ефектом» [21]. Такий підхід дозволяє розглядати пропаганду як елемент системи політичної комунікації, у межах якої влада формує та коригує сприйняття суспільством політичних подій.

У сучасному розумінні пропаганда є інформаційно-психологічним впливом, що реалізується через масові комунікації. Вона використовує широкий спектр методів - від прямих маніпуляцій фактами до формування альтернативної картини реальності. За М. Маклюеном, «медіа є продовженням людини» [9], а тому пропагандистський вплив здійснюється не лише через зміст повідомлень, але й через саму форму подання інформації - її частоту, візуальну подачу, емоційний тон, стиль мови.

Основні функції пропаганди: інформаційна - поширення певних знань, фактів або інтерпретацій подій; ідеологічна - просування системи цінностей, політичних ідей та світоглядів; мобілізаційна - підбурювання до дій (підтримка режиму); маніпулятивна - приховане управління свідомістю; легітимізація -

створення образу легітимності; дестабілізація - в контексті гібридної війни - з метою розколу суспільства та підриву довіри до державних інститутів.

Як зазначає колишній міністр закордонних справ України Д. Кулеба, у добу цифрових технологій пропаганда набула нових форм і масштабів, перетворившись на інструмент гібридної війни [7]. Соціальні мережі, месенджери, онлайн-медіа створили умови для миттєвого поширення маніпуляцій і фейків, що дозволяє зовнішнім акторам впливати на політичну свідомість суспільства. Саме тому сьогодні поняття пропаганди тісно пов'язується з категоріями «інформаційна агресія», «дезінформація» та «інформаційно-психологічні операції (ІПСО)».

Пропаганда може виконувати як підтримувальну, так і руйнівну функцію залежно від її цілей і спрямованості. У демократичних державах вона може бути інструментом консолідації суспільства, формування патріотизму й державної ідентичності. Натомість у тоталітарних і авторитарних системах пропаганда перетворюється на засіб контролю над масовою свідомістю, придушення критичного мислення та нав'язування офіційної ідеології.

Небезпечність пропаганди зумовлена її здатністю маскуватися під об'єктивне інформування: вона подає вибірккову або викривлену інформацію як достовірну, формуючи в аудиторії ілюзію правдивості та неупередженості повідомлення. Через систематичне повторення певних тез, викривлення фактів або апеляцію до емоцій пропаганда поступово формує спрощене сприйняття реальності, знижує здатність до критичного мислення та сприяє поширенню стереотипів.

Пропаганда проявляється не лише в політичній, а й у соціальній, культурній, економічній сферах. Вона може функціонувати відкрито - у формі публічних закликів, офіційних кампаній, масових виступів, або приховано - через маніпуляції контентом, зміщення акцентів, емоційні тригери. Саме прихований характер є одним із найнебезпечніших аспектів пропаганди, оскільки вона створює ілюзію добровільного прийняття людиною нав'язаних поглядів.

Сутність пропаганди полягає в асиметричному характері комунікації. Вона не передбачає рівноправного діалогу між комунікатором і аудиторією, а навпаки - спрямована на односторонній вплив. Це дозволяє використовувати пропаганду як інструмент політичного контролю, що формує певну картину світу, у межах якої дії влади виглядають логічними та виправданими. У тоталітарних державах пропаганда стає елементом державного управління, тоді як у демократичних вона використовується для формування політичної підтримки, легітимації рішень та мобілізації електорату.

За змістом і напрямом впливу можна виділити кілька типів пропаганди:

- політична - спрямована на підтримку певного режиму, ідеології чи лідера;
- соціальна - впливає на моральні норми, поведінку, моделі спілкування;
- військова - мобілізує суспільство на підтримку бойових дій;
- контрпропаганда - форма інформаційного захисту, спрямована на спростування чужих маніпуляцій.

У науковій літературі також виокремлюють «чорну», «сіру» та «білу» пропаганду, що розрізняються за рівнем відкритості джерела та достовірності інформації. «Біла» базується на перевірених фактах і має офіційного автора; «сіра» подає напівправду без чіткої ідентифікації джерела; «чорна» - це свідомо дезінформація, поширювана під виглядом незалежних повідомлень. Саме «сіра» та «чорна» пропаганда найчастіше застосовуються у гібридних війнах, оскільки вони створюють ефект правдоподібності неправди.

Важливою характеристикою пропаганди є її психологічний вплив. Пропагандистський вплив часто апелює не стільки до раціонального мислення людини, скільки до її емоційних реакцій, страхів, стереотипів і підсвідомих установок. Саме тому пропаганда здатна формувати потрібне ставлення навіть без переконливої фактологічної аргументації. Це пояснює, чому навіть абсурдні твердження можуть сприйматися як істина, якщо вони повторюються багаторазово або підкріплюються авторитетом. Механізм повторення, відомий

як «ефект ілюзорної правди», широко використовується у пропагандистських кампаніях, оскільки часте зіткнення з певним повідомленням підвищує рівень його прийняття.

Крім того, сучасна пропаганда активно використовує візуальні та аудіальні засоби впливу. Відеоконтент, музика, кольори, символи, ритуали та мова - усе це створює емоційне тло, у межах якого повідомлення сприймається не критично, а інтуїтивно. У цифрову епоху пропаганда стає не лише текстовою чи усною, а й мультимедійною, охоплюючи образи, меми, короткі відео та емоційні символи.

Отже, пропаганда - це складний багатовимірний феномен, який поєднує комунікативні, психологічні, політичні та культурні аспекти. Вона виконує не лише функцію нав'язування певних ідей, але й формує рамки сприйняття реальності, у межах яких ці ідеї стають єдино можливими. Саме тому її вивчення має принципове значення для розуміння процесів формування громадської думки та політичної свідомості, особливо у контексті інформаційних воєн і гібридних загроз XXI століття.

Особливості російської пропагандистської моделі

Російська пропагандистська модель є однією з найскладніших і найефективніших систем інформаційного впливу сучасності, яка інтегрує ідеологічні, політичні, медійні та психологічні механізми контролю над масовою свідомістю. Її унікальність полягає у поєднанні радянської спадщини централізованого управління інформаційним простором із сучасними технологіями цифрової комунікації, що дозволяють Російській Федерації здійснювати як внутрішню, так і зовнішню інформаційну експансію.

Від початку XXI століття, а особливо - після приходу до влади Володимира Путіна, у Росії відбувалося цілеспрямоване формування вертикалі інформаційного контролю, головною метою якої стало забезпечення стабільності політичного режиму. Російська медіасистема має ознаки централізованої державної інфраструктури впливу: ключові медіа не діють як

автономні учасники публічної комунікації, а переважно обслуговують офіційний політичний порядок денний.

Російська пропагандистська модель має глибоке історичне коріння, адже бере початок ще з радянської системи пропаганди, яка була однією з ключових складових управління державою. У СРСР пропаганда виступала як форма «виховання мас» та ідеологічного контролю, що забезпечував легітимацію партійної влади. Саме в цей період були закладені принципи тотальної централізації інформації, монополії на істину та контролю над джерелами інформації.

Після розпаду СРСР і короткого періоду свободи слова у 1990-х роках, росія повернулася до авторитарної моделі управління інформаційним простором з приходом до влади нового очільника держави у 2000 р. і поступово взяла під контроль усі ЗМІ: теле- та радіоканали, інформаційні агентства, друковані ЗМІ.

Ідеологічно російська пропаганда спирається на концепт «русского мира» - псевдоцивілізаційну доктрину, яка позиціонує росію як «особливу» державу, носія традиційних цінностей і духовності. Зазначений концепт використовується як важливий ідеологічний механізм легітимації агресивної зовнішньої політики рф, оскільки дає змогу подавати експансіоністські дії як нібито захист спільного культурного, історичного чи цивілізаційного простору. На основі ідеї «захисту співвітчизників» і «боротьби з моральним занепадом Заходу» російська влада створила міфологізовану картину світу, де росія виступає «цитаделлю добра» у протистоянні «ворожому Заходу».

Російська православна церква займає центральне місце в цій історії, оскільки вона є не тільки духовним, а й політичним партнером держави. Російська православна церква відіграє роль ідеологічного клею, поєднуючи націоналістичні, імперіалістичні та релігійні мотиви.

Російська пропаганда спирається на три ідеологічні опори, а саме:

1. Імперіалістична історіографія - це ідея, що росія є спадкоємицею «великої держави» і тому має право впливати на своїх сусідів.

2. Релігійна та моральна місія - ідея особливої духовності російського народу, яка протиставляється «розбещеному Заходу».

3. Концепція зовнішньої загрози - постійне створення образу ворога, який «оточує» Росію, з метою виправдання репресій, цензури та війни.

Російська пропагандистська модель є централізованою системою, де всі рівні інформаційного впливу підпорядковані державним органам:

- Адміністрація президента рф, яка визначає стратегічні інформаційні напрями;
- Міністерство оборони (департамент інформаційних операцій та психологічної війни);
- Федеральне агентство «Россотрудничество»-забезпечує поширення російського впливу за кордоном;
- Міністерство закордонних справ - здійснює пропаганду через дипломатичні канали та медіа-структури на кшталт «Sputnik» і «RT»;
- РПЦ - духовно-ідеологічна підтримка та сакралізація дій влади.

Структура російської пропагандистської системи функціонує за принципом централізованого інформаційного управління, у межах якого різні рівні комунікації орієнтовані на окремі сегменти аудиторії та виконують визначені завдання впливу. Так, державні телеканали (Первый канал, Россия 1, НТВ) формують «офіційну реальність» для внутрішньої аудиторії; інформаційні агентства «Sputnik» і «RT» поширюють кремлівські наративи за кордоном; а мережа такзвані «ботів і тролів» у соціальних мережах здійснює мікроманіпуляцію настроями користувачів.

Особливо важливою є роль приватно-державних медіаструктур, які формально належать бізнесу, але де-факто діють під контролем влади. У такий спосіб формується видимість наявності різних поглядів і дискусії, однак реальний інформаційний порядок залишається контрольованим і підпорядкованим просуванню єдиної офіційної позиції держави. Такий «керований плюралізм» створює враження свободи, але фактично блокує критичні голоси.

Система російських медіа використовує гібридну комбінацію традиційних і цифрових інструментів. Телебачення залишається основним каналом впливу, але його доповнюють Telegram-канали, YouTube, TikTok, мережі блогерів та інформаційні портали, які поширюють потрібні меседжі більш «м'якими» способами.

Російська пропагандистська система базується на поєднанні класичних методів маніпулювання масовою свідомістю з інноваційними технологіями цифрового впливу. Її характерною рисою є мультиканальність, тобто одночасне використання різних комунікаційних платформ для поширення одних і тих самих меседжів. Як зазначає Д. Кулеба, сучасна російська пропаганда працює за принципом «інформаційного цунамі», коли одна й та сама теза повторюється з різних джерел, створюючи ілюзію її достовірності

Одним із головних методів є створення паралельної інформаційної реальності, у якій факти підмінюються емоційними наративами. Цей підхід особливо ефективний у цифрову епоху, коли користувачі сприймають інформацію не раціонально, а через емоційні асоціації. Її мета - не сформулювати єдину правду, а розмити межу між правдою і брехнею, посіяти недовіру до будь-яких джерел.

Іншим важливим компонентом є використання когнітивних і психологічних технік впливу. Російська пропаганда активно використовує механізми підсвідомого сприйняття та апелює до архетипів і колективних страхів. Зокрема, широко застосовується метод «емоційного закріплення» - повторення символів, кольорів і музичних мотивів, що викликають почуття ностальгії або гордості за «велику Росію».

Особливе місце у пропагандистській системі займають наративи, тобто смислові конструкції, які пояснюють реальність у вигідному Кремлю світлі. Найпоширеніші з них - це «росія оточена ворогами», «Україна - штучна держава», «Захід хоче знищити російські цінності». За даними аналітичного

центру EUvsDisinfo, саме ці наративи є доміантними у понад 60 % кремлівських інформаційних матеріалів, спрямованих проти України [17].

За даними аналітичного центру EUvsDisinfo виділяється кілька рівнів російської пропагандистської діяльності:

фіційний - державні медіа («Первый канал», «Россия 1», «RT»), офіційні заяви, дипломатичні виступи.

апівофіційний - «експертні» шоу, аналітичні програми, «воєнкори» та блогери, які маскують пропаганду під «незалежну журналістику».

еформальний (цифровий) - Telegram-канали, YouTube-блогери, TikTok, де меседжі поширюються через гумор, меми, псевдоінтерв'ю.

Важливо, що російська пропаганда функціонує як система взаємопідсилення. Наприклад, меседж, озвучений президентом або МЗС рф, одразу підхоплюється телевізійними каналами, після чого його поширюють сотні онлайн-ресурсів і тисячі ботів. У такий спосіб формується ефект масової достовірності - людина отримує одне й те саме повідомлення з різних джерел і починає сприймати його як істину.

Російська пропагандистська система побудована не лише на інформаційному, але й на емоційно-психологічному впливі. Її головна мета - не просто переконати, а змінити емоційний стан аудиторії. Російська пропаганда активно використовує страх, почуття провини, ностальгію та гордість - чотири основні емоції, що формують ідентичність. Кожна ця емоція має своє розшифрування:

страх-створення відчуття зовнішньої загрози («НАТО біля кордонів», «Україна готує напад»).

вина експлуатація теми «великої перемоги» та жертвовності російського народу.

ностальгія - ідеалізація радянського минулого як «золотої епохи стабільності».

гордість - меседжі про «велич Росії», «повернення історичних земель» тощо.

Ці елементи створюють емоційний коктейль, який заважає людям критично мислити і посилює їхню лояльність до влади. Результатом є явище,

яке соціологи називають «примусовою згодою» - ситуація, коли громадяни не підтримують рішення, що ґрунтуються на їхніх переконаннях, а підтримують політичні вибори під тиском заради психологічної відповідності.

Маніпуляція мовою відіграє важливу роль - використання евфемізмів («спеціальна операція» замість «війна»), створення неологізмів («київський режим», «український нацист») та маркування. Такі мовні конструкції спрощують складні події до емоційних категорій «ми/вони», що полегшує сприйняття неправдивої інформації.

З початком війни проти України у 2014 р. російська пропаганда зазнала масштабної трансформації - від централізованої телебаченням моделі до мережевої, децентралізованої системи, орієнтованої на соціальні медіа.

Як зазначає Detector Media, після блокування частини традиційних каналів у Європі (RT, Sputnik), Кремль зробив ставку на Telegram, YouTube та]. У цих середовищах створюються «альтернативні медіа» - нібито незалежні канали, які повторюють кремлівські меседжі у формі новин, мемів або псевдожартів. Таким чином виникає ефект горизонтальної довіри: користувачі вважають, що отримують «неофіційну», а отже «більш правдиву» інформацію.

Сучасна російська пропаганда активно застосовує технології Big Data і психометричного аналізу, що дозволяють адаптувати повідомлення під конкретні аудиторії. Наприклад, молоді користувачі отримують патріотичний контент у форматі гумору, середній вік - історичні реконструкції, старші - ностальгійні сюжети про СРСР. Така сегментація робить вплив більш цілеспрямованим і непомітним.

Російська пропагандистська модель не обмежується внутрішнім інформаційним простором. Її характерною рисою є глобальний характер, що проявляється у масштабному використанні медіа, культурної дипломатії та мережевих інструментів для просування російських інтересів за кордоном

Основними інструментами зовнішньої пропаганди є міжнародні медіаплатформи RT (Russia Today) і Sputnik, які діють у понад 100 країнах

світу. Їхня стратегія полягає не у відвертому нав'язуванні позиції Кремля, а у створенні атмосфери сумніву щодо будь-яких офіційних джерел інформації.

Основними темами російської дезінформації є: зображення західної демократії як корумпованої системи; просування наративу про подвійні стандарти, які застосовує Захід; представлення Росії як останнього бастиону культурних цінностей; та запобігання стабілізації України як держави.

Важливо, що російська пропаганда за кордоном часто маскується під альтернативну журналістику. Її представники використовують західні стандарти мовлення, візуальний стиль, але просувають викривлену реальність. Зовнішня пропаганда спрямована на послаблення довіри до ліберальних інститутів і демократичних цінностей, а також на формування уявлення про відносність істини, за якого будь-яка інтерпретація подій може подаватися як рівнозначна фактам.

З 2014 року Україна є основною мішенню дезінформаційних атак Росії. Для Кремля українська дезінформаційна арена є стратегічно важливою фігурою, де приймаються рішення не тільки в політичній сфері, але й у сфері культурного розвитку.

Після Революції Гідності 2013-2014 рр. російські медіа розгорнули масштабну кампанію, спрямовану на делегітимацію української влади та створення образу «фашистського режиму в Києві». Цей наратив мав на меті виправдати анексію Криму та агресію на Донбасі як «захист російськомовного населення». З цього моменту пропаганда - інструмент військової мобілізації, а інформація - зброєю.

Упродовж 2014-2022 рр. російська пропаганда активно використовувала етнічні та історичні маніпуляції: ідею «єдності братніх народів», «спільного коріння», «боротьби з нацизмом». У цей період формувався ключовий наратив «Україна як антиросія», нібито створена Заходом для ослаблення Росії.

З початком масштабного вторгнення у 2022 році інформаційна політика Росії стала більш агресивною. Основними цілями були: виправдання війни як «спеціальної операції»; створення образу героїзму російської армії;

демонізація України та її союзників; зміцнення внутрішньої лояльності за допомогою гасел на кшталт «Встань, велика земля» та «Ми не покинемо свій народ».

За даними NATO StratCom COE, у 2022-2024 рр. російська пропаганда сконцентрувалася на п'яти головних напрямках:

потворення фактів про бойові дії;

творення ілюзії міжнародної підтримки РФ;

искредитація Збройних Сил України;

ідрив довіри до західної допомоги;

творення втоми та розчарування серед аудиторії в ЄС [23].

Ця стратегія демонструє, що російська пропаганда діє не лише як внутрішній інструмент контролю, а й як зброя зовнішнього впливу, спрямована на підірив єдності українського суспільства та західної коаліції.

Модель російської пропаганди характеризується як складний і злагоджений механізм інформаційного впливу, що поєднує заходи державного контролю та сучасні комунікаційні технології. Його функціонування базується на чітко визначеній вертикальній структурі управління, в якій основні засоби масової інформації та інформаційні ресурси безпосередньо контролюються державними органами або пов'язаними з ними організаціями. Формування стратегічних напрямків інформаційної політики зосереджено в адміністрації президента та силових структурах, що забезпечує єдність та контроль інформаційного простору.

Однією з основних особливостей російської пропаганди є її ідеологічна складність. У єдиному дискурсі поєднуються елементи радянської ідеології, мотиви імперського реваншу, націоналістичні акценти та консервативні релігійні наративи. Ця гібридність дозволяє залучати широкі соціальні групи та забезпечує стабільність пропагандистських конструкцій у різних соціокультурних контекстах.

Важливу роль у функціонуванні цієї моделі відіграє імітований плюралізм думок. За допомогою мережі експертів, коментаторів та лояльних

інтернет-ресурсів створюється ілюзія альтернативних позицій, хоча справжній зміст інформаційних повідомлень відповідає стратегічним інтересам держави. Така практика підвищує довіру до пропагандистських повідомлень і зменшує їх визнання як засобів впливу.

Емоційна складова займає центральне місце в російській пропаганді. Інформація подається таким чином, щоб викликати у аудиторії страх, гордість, ностальгію або ненависть. Це дозволяє викликати емоційні реакції, які контролюють когнітивне сприйняття подій і знижують здатність аудиторії до критичного аналізу.

Ключовою особливістю сучасної російської інформаційної політики є її інтеграція в технології. Інструменти пропаганди активно впроваджуються в цифрове середовище: використовуються соціальні мережі, месенджери, мережі ботів, технології масової обробки даних та штучного інтелекту. Це дозволяє персоналізувати інформацію та швидко реагувати на зміни в інформаційному просторі.

Російська пропаганда має чіткий зовнішньополітичний вимір. Поширення відповідних наративів відбувається не тільки через міжнародні медіаресурси, а й через культурні та освітні проекти, дипломатичні механізми та діяльність організацій, пов'язаних з концепцією «російського світу». Ця багатоканальність дозволяє впливати на іноземні суспільства та створювати сприятливе для Росії інформаційне середовище.

Особливим аспектом є інтеграція пропаганди в структуру гібридних дій. Інформаційні операції тісно координуються з політичними, економічними та військовими інструментами і утворюють складну систему впливу на внутрішні та зовнішні цільові групи. Таким чином, пропаганда є не тільки засобом комунікації, але й важливою складовою державної стратегії.

Таким чином, російську модель пропаганди можна охарактеризувати як цілісну систему політичного, психологічного та інформаційного впливу. Її ефективність забезпечується поєднанням централізованого управління, ідеологічної гнучкості, емоційної зарядженості, технологічної модернізації та

інтеграції в ширший контекст гібридної війни. У поєднанні ці фактори формують здатність моделі адаптуватися до нових викликів і створювати інформаційні конструкти, які замінюють об'єктивну реальність ідеологізованими інтерпретаціями.

Формування російської пропагандистської моделі в Україні

З моменту здобуття незалежності у 1991 році російські інформаційні впливи поступово стали складовою частиною українського медіапростору. рф системно мобілізувала концепт «Русского мира» як інструмент легітимації власної експансії Україна зображується як держава, штучно створена на російських землях, які не мали власної державності, і вважається правонаступницею «Київської Русі». У 1990-х роках російські телеканали (особливо «Перший канал» і «РТР») та друковані ЗМІ завоювали велику аудиторію в Україні: наприклад, у Криму російська федерація контролювала колишні радянські телевізійні та радіомережі, які домінували в інформаційному просторі півострова.

Частина пропаганди велась і через військові структури: Чорноморський флот мав власну газету «Флаг Родины», яка активно поширювала сепаратистські антиукраїнські ідеї. За словами Померанцева, «пропагандистська модель Путіна полягає в тому, що немає нічого реального, існує тільки те, що здається» [27]. З огляду на це, російська пропаганда з самого початку базувалася на створенні альтернативної реальності, активно перекручуючи історію та новини.

За своїми характеристиками ця модель відповідає схемі «потоків брехні». Згідно з аналізом RAND, сучасна російська пропаганда одночасно поширює величезний обсяг повідомлень через численні канали, не дбаючи про об'єктивність чи логічну послідовність [25]. Інформацію подають інтенсивно, без зупину й великою повторюваністю. Ця тактика була очевидна вже в 2000-х роках: російські ЗМІ заповнили український простір звичними кліше - про «захист від Заходу», «неонацистів у Києві» тощо.

Дивлячись на офіційну риторику рф до 2014 року слово «фашист» практично стало синонімом «захисника російськомовного населення», а російські ресурси постійно повторювали фейки про «нацистську Україну» чи «говорильник НАТО в Києві». Враховуючи це, протягом 2000-х років Кремль був у полоні потоку інформації, заснованої на історичних страхах і радянських міфах.

Після незаконної анексії Криму навесні 2014 року російська інформаційна кампанія різко посилилася. Загарбники відразу ж ввели жорстку інформаційну блокаду: у березні-квітні 2014 року українські теле- і радіоканали були примусово вимкнені в Криму, а замість них були активовані лише прокремлівські російські канали.

Подібний сценарій реалізовувався і на території Донбасу: від самого початку збройного протистояння українське мовлення в окупованих районах Донецької та Луганської областей практично зникло, а місцевий інформаційний простір був повністю замінений контентом російських джерел. В регіоні ОРДЛО були ефективно впроваджені основні стандарти російських ЗМІ: регіональні телеканали отримали таку саму структуру, формат і тематичну спрямованість, як і російська медіасистема. У результаті ці регіони були повністю від'єднані від українського інформаційного поля та інтегровані в мережу російських пропагандистських наративів.

Разом із «реактивацією» цих каналів змінився і характер наративів. Кремль відкрито почав звинувачувати Київ у «кривавому повстанні», «геноциді російськомовного населення» та інших неправдивих звинуваченнях, водночас представляючи свої атаки на власні українські позиції як «захист цивільного населення». У теленовинах і соцмережах щодня звучали образи «фашистів-бандерівців» в українській владі та ідеї «обов'язкової денацифікації». Ці неправдиві повідомлення одночасно поширювалися через різні засоби масової інформації - телевізійні новини, інтернет-джерела та мережі ботів. Поширення такої багатогранної дезінформації ідеально відповідає моделі «брехливої кулі»: Сам обсяг і наполегливість цих потоків

дозволили Кремлю одночасно поширювати незліченні суперечливі повідомлення, від «миротворців» до «захисників Росії», без необхідності створення будь-якої послідовної наративної лінії.

З початком повномасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року маніпулювання інформацією з боку Росії набуло повсюдного характеру. Пропагандистська машина працює цілодобово і по всьому світу. Москва поширює сфабриковані «повідомлення» про капітуляцію Києва та публікує інсценовані історії про «помилки» України - з метою деморалізувати суспільство та легітимізувати подальші агресивні дії. Особливу роль відіграють цифрові платформи. У сучасному інформаційному просторі російська дезінформація активно поширюється через месенджери та соціальні мережі, зокрема через Telegram і TikTok, які стали одними з ключових майданчиків для трансляції маніпулятивних повідомлень. На цих платформах з'явилися сотні анонімних каналів і блогерів, які щодня генерують десятки фейкових відео та дописів про хід війни - від «міст, що здаються», до дискредитації українських лідерів. В результаті, росіяни забезпечують максимально широке поширення своїх повідомлень: тепер вони пов'язані не тільки з телевізійними та радіоканалами, а й з екранами смартфонів та комп'ютерів кожного українця.

Сумнівні російські ЗМІ використовують широку мережу каналів впливу. Традиційні методи включають російські національні телеканали (Перший канал, росія-24, НТВ), інформаційні агентства (РІА Новини, ТАСС) та газети, що мають аудиторію в Україні. Вони просувають такі наративи, як «захист російськомовного населення». Кремль поширює власні повідомлення, від «захисту російськомовного населення» до «звинувачень України в нацизмі», і ретельно відбирає свої історії та приховані значення. Також, Москва широко використовує культурні та освітні програми: організацію «Росспівробітництво», конференції, російські культурні центри та школи, які надають фінансування для зустрічей, фестивалів та мовних курсів.

Важливим каналом поширення проросійських наративів є релігійна сфера. Російська православна церква (через УПЦ МП в Україні) часто забезпечує клерикальну підтримку пропагандистським тезам Кремля. Фахівці зауважують, що висловлювання окремих священнослужителів УПЦ МП майже не відрізняються від меседжів кремлівських ЗМІ, відтворюючи ті самі конспірологічні версії («договірна війна», «утиски православ'я» тощо). Як зазначає Л. Смола, церква в Росії є «однією з трьох опор російської пропаганди», а в Україні її вплив функціонує подібним чином - підсилюючи відповідні меседжі серед віруючих [11, с. 48–53].

Інтернет є важливим інструментом. Як уже зазначалося, соціальні мережі та онлайн-платформи дозволяють підтримуваний Росією дезінформації проникати в приватний простір громадян. Ті, хто поширює дезінформацію, використовують оманливі тактики через YouTube, Telegram, Facebook, TikTok тощо. Щоб обмежити цей приплив, Україна вжила радикальних заходів: Указом Президента № 133 від 2017 року було заблоковано доступ до певних російських сайтів і сервісів для українських провайдерів (VKontakte, Odnoklassniki, Yandex, Mail.ru тощо). Згодом Служба безпеки України та Державна служба спеціального зв'язку заблокували сотні прокремлівських каналів зв'язку - згідно з опублікованими даними, вони заблокували щонайменше 14 їхніх доменних імен.

Однак ворог пристосовується: навіть після заборони він використовує VPN та альтернативні канали для передачі своїх повідомлень.

Основними аудиторіями російської пропаганди стали жителі Східних і Південних регіонів України. У цих групах наративи Кремля знайшли свій відгук. Водночас через інтернет Москва намагалася охопити й інші верстви населення: молодь (через TikTok, Instagram), науковців та політичну еліту (через міжнародні ЗМІ та конференції). В наслідок цього, її наративи «проникли» як на Захід, так і всередину країни, часто цинічно замінюючи реальні факти твердженнями на кшталт «українці своїми діями спровокували війну».

Україна відповіла цьому комплексом заходів. Зокрема, з 2014 року були введені законодавчі та адміністративні обмеження на прокремлівські ЗМІ, а держава створила спеціальні органи для забезпечення інформаційної безпеки.

Так, у 2017 році указом президента були заборонені найпопулярніші інтернет-ресурси Росії (соціальні мережі, веб-сайти). Потім Служба безпеки України та Державна служба спеціального зв'язку ввели санкції - було заблоковано багато доменів з проросійською пропагандою. Водночас були створені інформаційні ініціативи: волонтерські мережі з перевірки фактів (такі як StopFake, Detector Media, VoxUkraine тощо) систематично спростовують брехню Кремля, а державні та незалежні ЗМІ збільшують обсяг контенту, написаного українською мовою, розвінчуючи пропагандистські міфи.

Становлення російської моделі пропаганди на українському інформаційному полі відбувалося поступово, проходячи кілька етапів розвитку. На першому етапі вона базувалася на історичних міфах та інструментах «м'якої сили» 1990-2000-х років, а згодом система була доповнена відкритими інформаційними операціями після 2014 року та широкомасштабними кампаніями дезінформації у 2022-2023 роках. У свою чергу, реакція України на цю агресію стала комплексною і багаторівневою: вона включає юридичні, організаційні та освітні заходи – від введення санкцій і блокування пропагандистських ресурсів до розвитку проектів медіаграмотності, спрямованих на зміцнення інформаційної безпеки України та протидію впливу російських наративів.

Висновки до першого розділу

У першому розділі дипломної роботи було з'ясовано теоретико-методологічні основи дослідження пропаганди як складного соціально-політичного та інформаційно-психологічного явища. Розгляд ключових наукових підходів до визначення сутності пропаганди, аналіз особливостей російської пропагандистської моделі та дослідження процесу її формування й функціонування в українському інформаційному просторі дозволили

комплексно осмислити механізми впливу пропаганди на масову свідомість і політичні процеси.

У підрозділі 1.1 було проаналізовано поняття пропаганди, її сутність, основні характеристики та функції. Встановлено, що пропаганда є цілеспрямованою формою комунікації, спрямованою на формування, коригування або трансформацію світогляду, переконань і поведінкових установок масової аудиторії.

У процесі аналізу було визначено ключові функції пропаганди, зокрема інформаційну, ідеологічну, мобілізаційну, маніпулятивну, легітимізаційну та дестабілізаційну. З'ясовано, що в умовах сучасних гібридних конфліктів пропаганда виходить за межі традиційного інформування й перетворюється на інструмент інформаційної агресії та психологічного тиску. Особливу роль у цьому процесі відіграють масові комунікації та цифрові медіа, які забезпечують швидке поширення викривленої інформації та створення альтернативної картини реальності.

У підрозділі 1.2. було досліджено особливості російської пропагандистської моделі як централізованої, багаторівневої системи інформаційного впливу. Встановлено, що сучасна російська пропаганда є спадкоємицею радянської традиції ідеологічного контролю, доповненої сучасними цифровими технологіями. Її характерними рисами є жорстка вертикаль управління інформаційним простором, тісний зв'язок медіа з державними структурами, імітація плюралізму думок та систематичне використання емоційно-психологічних механізмів впливу.

У підрозділі 1.3 проаналізовано процес формування та реалізації російської пропагандистської моделі в Україні.

Дослідження показало, що російська пропаганда в Україні спрямована на делегітимацію української державності, дискредитацію органів влади, підриг суспільної єдності та формування викривленого сприйняття війни. Для цього активно використовуються історичні міфи, мовні маніпуляції, фейкові наративи та емоційно забарвлені символи. Водночас було окреслено реакцію

України на ці виклики, яка включає законодавчі обмеження, блокування пропагандистських ресурсів, розвиток фактчекінгових ініціатив та підвищення рівня медіаграмотності населення.

РОЗДІЛ 2. ЕВОЛЮЦІЯ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ В УКРАЇНІ

2.1. Особливості застосування російської пропаганди в Україні у 2014-2022 рр.

Російська гібридна агресія проти України супроводжувалася інтенсивною інформаційною війною з широким набором пропагандистських наративів. Серед основних - образ «фашистської хунти» у Києві та «нацистського режиму», який нібито захопив владу після Майдану, а також мотив «захисту російськомовних» та «співвітчизників», що нібито зазнають утисків від української влади. Такі наративи постійно циркулюють у прокремлівських ЗМІ та соцмережах, спрямовуючи увагу аудиторії на необхідність «втручання» або «протидії» «антиукраїнській хунті». У риторичі Росії Майдан подавався як «державний переворот» або «колаборація з Заходом», що легітимує агресію проти України. Водночас у лексиконі

пропаганди влітаються й історичні наративи: Москва стверджувала про «історичну єдність» України і Росії, а Крим - як духовний центр «Русского мира». Будь-які події (збройний конфлікт на Донбасі, катастрофа МН17, пандемія) інтерпретувалися через призму розвіюваних звинувачень на адресу України - від звинувачень у власних терористичних акціях до «придушення протестів» і «геноциду росіян». Наприклад, пропагандисти широко поширювали версію про причетність України до збиття Boeing МН17, аби виправдати російські дії (за однією з гіпотез, цей інцидент був підлаштований Кремлем для здобуття «casus belli»). Усі ці наративи спрямовані на виправдання російської агресії та деморалізацію українського суспільства, створення враження «неможливості вижити без сильного лідера», як про це застерігає П. Померанцев - його прикладом стали «гібридні війни», в яких ідеологія поступається «цензурі через шум» і навмисному нагромодженню суперечливої інформації [26].

Таблиця 1. Основні пропагандистські наративи

| Основні пропагандистські наративи | Суть і мета |
|--|---|
| «Фашистська хунта в Києві» | Майдан та нову владу зображують як «ультранаціоналістичний режим», оправдовують окупацію/анексію (імідж «звільнення» від фашизму) |
| «Утиски російськомовних/співвітчизників» | Стверджують, що українська влада обмежує права російськомовного населення, що «пояснює» необхідність захисту з боку рф |
| «Майдан - іноземний переворот» | Опис революцію гідності як «державний переворот, спонсорований Заходом», щоб дискредитувати євроінтеграцію та легітимізувати протидію українській владі. |
| «Загроза НАТО/США» | Поширюють ідею, що вступ України до ЄС/НАТО ставить під загрозу Росію і весь регіон (використовується для мобілізації «антивоєнних» настроїв у західних аудиторій). |

| | |
|-----------------------------------|---|
| «Крим - історична справедливість» | Анексію Криму представляють як відновлення «історичних» прав Росії (Крим - «історичний центр Росії»). |
| «ЗСУ - вбивці мирних» | Українську армію постійно очорнюють звинуваченнями у «масових убивствах мирного населення» Донбасу (мета - дискредитувати українські сили). |

укладено автором на підставі [8, с. 145–150].

Кремль поширює пропаганду через різні інформаційні канали. Найважливішими залишаються традиційні державні ЗМІ РФ - телеканали (передусім «Росія-1», «Росія 24», RT), радіостанції (блок «Радіо Росія», «Спутник») та друковані ЗМІ («Російська газета», «Известия»). Вони мають широкий вплив і в Україні (особливо у східних регіонах та серед старшого покоління). Для впливу на інтернет-користувачів активно використовуються пропагандистські новинні портали (Sputnik, News Front, «Царград»), а також мережа офіційних і напівофіційних каналів та ботів у Telegram. Усередині України російські новини поширюються через проросійські ЗМІ та соціальні мережі (раніше «ВКонтакте» та «Однокласники», зараз Facebook, Instagram, YouTube, TikTok тощо). Крім того, Росія створює або підтримує «експертні центри» та «громадські організації» (на кшталт «Русского мира», «Украинских выборов»), а також впливових проросійських політиків та діячів (теологів, політологів тощо), які виступають як речники Кремля. При цьому, згідно з аналізом [11], Кремль використовує «власний пропагандистський апарат», дипломатичні канали та «експертів», щоб просувати версії подій, вигідні для нього.

Російська пропаганда мала чітко визначені цільові групи. Це були насамперед мешканці південно-східної та східної України, де російська мова широко поширена і де існують історично міцні зв'язки з Росією. Тут використовувалися апеляції до колективної пам'яті («Малоросія», «русский мир») та нібито загрози для «рідної мови та культури». За словами С. І. Здіорука, російська сторона свідомо вибудовувала версію «Київська хунта воює з російськомовним населенням Донбасу», спонукаючи місцеве населення

ігнорувати офіційну владу [8, с. 41-43]. Вони активно «діяли» на Кримському півострові та в ОРДЛО – тут вони використовували радикальні гасла про «возз'єднання з Росією». Значна увага приділялася також мешканцям західних регіонів України і навіть Європи/США (наприклад, через прокремлівські групи та україномовні ЗМІ за кордоном) - метою було зменшити симпатії до України та посіяти сумніви щодо цінностей ЄС/НАТО. З точки зору віку та соціальних характеристик Росія зосереджувалася, з одного боку, на літніх людях з нижчим рівнем освіти (які більше довіряють офіційному телебаченню), а з іншого - на молоді в соціальних мережах (через прагнення сенсацій та суперечливої інформації).

Російську пропаганду ідеологічно «сприймають» ті верстви населення, які з ностальгією згадують СРСР, скептично ставляться до Європи або схильні до конспірологічних теорій. Так, наприклад, заклик до «сильного лідера, який піклується про народ» знайшов відгук серед тих, хто незадоволений урядом, або серед тих, хто вважає, що «Україна давно не віддавала належну шану російській мові». Опосередковано на це вказує аналіз, поданий у колективній монографії за редакцією В. П. Горбуліна, де наголошується, що агресор сприймає російськомовне населення як «природних співвітчизників» і використовує цей аргумент для виправдання втручання під приводом їх «захисту» [12, с. 112-114].

Таблиця 2. Цільові аудиторії російської пропаганди

| Аудиторія | Особливості впливу/Приклади |
|---------------------------|---|
| Схід і Південь України | Російськомовні регіони (Донбас, Харківщина, Херсонщина) - таргетовані зверненнями про «московську віру», утиски мовних прав, наративи «Новоросії». |
| Крим й ОРДЛО | Окуповані території - мас-медіа рф і нелегальні канали використовували заклики «дружби народів» та «відновлення історичної справедливості». |
| Західна Україна, діаспора | Українці в Європі/США, медіа інших країн - пропагандисти через інтернет намагалися підігнати картини «кінець ЄС» і «Українська криза – небезпека миру». |

| | |
|---------------------------|---|
| За кордоном (росія і СНД) | Власне російське населення, жителі Білорусі, Казахстану тощо - створювали образ «загального слова Росії» і «загрози з боку Заходу» (щоб виправдати зовнішню агресію). |
| За віком/цінностями | Переважно старші люди - довірливі до державних ЗМІ; молодь - через соцмережі й спам-конспірологію; консерватори та ті, хто сумнівається у демократії - апелюють емоціями та страхами. |

укладено автором на підставі [13, с. 36–38].

Починаючи з 2014 року російська федерація системно використовує інформаційно-психологічні операції як один із ключових інструментів гібридної війни проти України. Інформаційний компонент супроводжував усі етапи воєнної агресії рф і був спрямований як на внутрішню аудиторію, так і на міжнародну спільноту. Основною метою таких кампаній було виправдання воєнних дій, дискредитація української влади та Збройних сил України, а також формування вигідної для Кремля картини реальності.

Таблиця 3. Найвідоміші інформаційні операції 2014–2022 рр.

| Операція Кампанія | Період | Ключові наративи й інструменти |
|--------------------------|---------------|---|
| Анексія Криму | березень | «Захист росіян», «народний референдум», пропаганда «історичної єдності». Активний інформаційний супровід - сюжетні ролики, фейки про нібито «благополуччя Криму в Росії». |
| Війна | 20 | |

| | | |
|---|----------------------------|---|
| на До нба сі | 1 4 – | Версії «громадянської війни», «блокади Донбасу», «терористів-повстанців», а також пропаганда «гуманітарних конвоїв з Росії». Активне поширення фейкових відео й маніпуляція відео- і фоторепортажами. |
| Кат аст ро фа | л и п е н ь | Фейк-версії збиття («забута ракета ЗСУ», «помилка українського пілота»). Широке залучення російських ТБ та дипломатії для заперечення причетності рф |
| | 2 0 2 0 – | Антивакцинальна риторика: звинувачення західних вакцин у небезпечності, просування «російського» Sputnik. Також спотворені дані про захворюваність/смертність. |
| Дез інф ор ма ція про ЗС У | 2 0 1 4 – | Постійні брехливі повідомлення про «масові воєнні злочини України», фейки про «залишені позиції» тощо. Пропагандистські сюжети на російському ТБ і в інтернеті. |

укладено автором на підставі [17].

Інформаційна війна Російської Федерації з часом зазнала змін. На першому етапі (2014–2015 рр.) Москва розпочала масштабну інформаційну кампанію на телебаченні - пафосні промови політиків, репортажі з Донбасу та Криму, а також масове поширення фейкових новин (наприклад, інцидент з рейсом МН17). Водночас діяли класичні механізми «інформаційної переваги»:

засипання новинних каналів, одночасне поширення різних «версій правди». Згодом (2016–2019 рр.) пропаганда дедалі більше зосереджувалася на соціальних мережах та «інтернет-тролінгу». У Facebook/Instagram з'явилася величезна кількість бот-ферм та цільових медіакампаній, що поширювали дезінформацію («інформаційний шум»). За Померантцевим, саме така стратегія «цензури через шуму» довела багатьох споживачів інформації до скепсису і апатії [26]. Після 2020 року росія почала пристосовуватися до нових викликів: наприклад, стала використовувати deepfake-ролики, «fake leaks» (фейкові витіки) та псевдоаналітичні звіти, щоб скидати інформацію у вигляді «інсайдів». Проте головна мета залишалася сталою - посіяти хаос і недовіру. В останні місяці перед повномасштабним вторгненням (2021-2022) пропагандисти фокусувалися на тезах про «нагнітання НАТО», «небезпечного ЗСУ» та «провальному суспільному устрої України». Тобто з часом тактика трансформувалася від прямих звинувачень (2014) до майстернішого маніпулювання настроями в онлайн-просторі (2018-2022) з використанням інструментів соцмереж і псевдоспівтовариств.

Українська держава та суспільство поступово долали інформаційний тиск. Інституційно прийнято низку нормативних актів і заходів, спрямованих на протидію: у 2017-2019 рр. ухвалено Доктрину інформаційної безпеки; запроваджено заборону на трансляцію низки телеканалів (наприклад, «ІНТЕР», «112 Україна», NewsOne) та російських соцмереж (згодом - «Яндекс», Mail.ru); створено Держкомтелерадіо, інформаційне агентство «Укрінформ» і розширено мовлення суспільного мовника (радіо «Крим.Реалії», радіо UA на Донбасі). Зокрема, Здіорук відзначає консолідацію органів влади для протидії пропаганді: введено санкції проти пропагандистських структур та посилено кіберштрафування за поширення фейків [6]. Українські медіа активно запустили фактчек-проекти (StopFake, VoxCheck), волонтерські платформи оповіщення та розвінчання дезінформації. Громадянські ініціативи й активісти (наприклад, «КіберХунта», Re:Баланс) ведуть моніторинг «промивання мізків» і вказують на джерела ворожої

пропаганди. Водночас політики від усіх мастей (крім поодиноких проросійських) публічно відкинули російські наративи, що сприяло посиленню інформаційної єдності українського суспільства. У підсумку, незважаючи на складність боротьби, Україна змогла мобілізувати свої ресурси дезінформації (наприклад, низку міжнародних заходів із протидії інформаційним атакам було проведено на державному та громадському рівні), с. 15-17].

Тому в період з 2014 по 2022 рік російська пропаганда зосередилася на привертанні уваги до внутрішніх конфліктів в Україні, одночасно заперечуючи свою власну роль агресора. Вона використовувала кілька наративів (від «фашистської хунти» до «захисту російськомовних») і різні канали (від телебачення до соціальних мереж і церковної системи), щоб охопити різні аудиторії. Згодом ця стратегія перетворилася на надзвичайно інноваційне та деструктивне управління медіа. Україна зуміла протидіяти цьому за допомогою витончених заходів: законодавче регулювання, розширення національного мовлення, медіаграмотність та участь громадян, які були спрямовані на нейтралізацію російського повідомлення.

2.2. Методи впливу російської пропаганди в Україні у 2014-2022 рр

Російська пропаганда відіграє ключову роль у гібридній агресії рф проти України. Вона використовує широкий арсенал каналів та методів впливу задля досягнення політичних цілей: формування лояльних настроїв на захоплених територіях, підриву довіри до української влади по всій країні та дискредитації України на міжнародній арені. Серед основних каналів поширення пропаганди інтернет-ресурси та соціальні мережі, а також «альтернативні» друковані видання і повідомлення в месенджерах. Так, у період активних бойових дій на Донбасі (2014–2015 рр.) російська пропаганда мала надзвичайно високу щільність псевдовідомостей, що транслювалися саме телевізійними каналами,

одночасно блочачи мовлення українських ЗМІ на окупованих територіях. Підконтрольні рф медіа замінювали правдиву інформацію постановочними сюжетами з емоційними заголовками та відвертими фейками, намагаючись зобразити українську армію у негативному світлі або зовсім виправдати окупацію.

Одночасно активним інструментом пропаганди стала мережа Інтернет і соціальні платформи. Через ботоферми, трольські мережі та мережеві спільноти поширювалися штучні наративи і емоційно забарвлені меседжі. Так, російська пропаганда навмисно використовувала соцмережі для дезінформування населення, залякування та формування стереотипів про українське суспільство. Наприклад, 2014 року в інтернеті та соцмережах активно «розганяли» ідею про створення на півдні України так званої «Югославії» або вигаданого «Народного Совету Бессарабії», аби сіяти розбрат і страх серед місцевого населення. У повномасштабній війні 2022 р. великого значення набула російська інтернет-дифузія інформації за кордоном: фейкові акаунти, блогери та навіть сепаратистські «журналісти» цілеспрямовано транслюють нібито «альтернативну реальність», що підтверджують і західні дослідження.

Таблиця 4. Методи і засоби впливу у 2014–2022 рр.

| Канал поширення | Методи і засоби впливу |
|-----------------------------------|--|
| Телебачення (проросійські канали) | Показ постановочних сюжетів із емоційними заголовками; фальшиві «розслідування»; перекручування фактів у новинах. Одночасно - цензура українських новин на окупованих територіях. |
| Інтернет та онлайн-ЗМІ | Публікація «псевдоновин» на проросійських сайтах; координація ботів і тролів у соцмережах (Facebook, Twitter, ВКонтакте тощо); поширення мемів і відео, що сіють страх і недовіру. |
| Соціальні мережі та месенджери | Масова розсилка фейкової інформації (Telegram-канали, Facebook-групи); інфлюенсерські кампанії з прихованим фінансуванням; організація «флешмобів» на підтримку російських тез. |
| Друковані та локальні ЗМІ | Статті та аналітика з пропагандистською риторикою («альтернативні» журнали, місцеві газети); |

| | |
|-----------------------|--|
| | розповсюдження «гібридних» нарративів під виглядом незалежної преси. |
| Психологічні операції | Систематичне використання терористичної риторики, залякування мирного населення; підвищення ворожості через «мову ненависті» (терміни «фашисти», «укропи», «каратели» та ін.). |

укладено автором на підставі [25].

У роботі пропаганди застосовуються кілька комплексних методів впливу. По-перше, дезінформація та штучні інформаційні приводи. Російські медіа штучно генерували і підсилювали фейки - наприклад, про «різанину» мирного населення чи начебто «визнання» окупованих територій силами НАТО. За висновками А. І. Харука, російська пропаганда в період 2014-2015 рр. характеризувалася високою інтенсивністю дезінформаційних повідомлень, що поширювалися через контрольовані телевізійні та онлайн-ресурси [13, с. 100-113]. По-друге, маніпуляція емоціями - через образи ворога та жертви. З метою деморалізації українців пропагандисти перейняли традицію таврування опонентів словами «фашист», «бендерівець», «майдануті» тощо, апріорі визнаючи їх «ворогами». Такий ярликовий спосіб впливу полегшує спрямування негативу на будь-яких незгодних з кремлівською політикою. По-третє, широко застосовуються гіперболізація та маніпуляції з фактами. Російська пропаганда звично перебільшує масштаби подій («величезний ажіотаж», «масове обурення»), абсурдно трактує екстрені повідомлення з метою самоствердження агресора. Для викривлення реальності використовуються й прийоми відомої інформаційної гігієни: наприклад, приховування невігідних новин і поширення лише «потрібних» матеріалів - свого роду «фільтрація інформації». У Росії такі методи давно відпрацьовані, і вони активно вживалися й проти України (зокрема шляхом «іх там нет» - заперечення фактів участі РФ у захопленні Криму та Донбасу).

Особливу роль відіграють ідеологічні нарративи. РФ формує загальні меседжі, що сприймаються різними аудиторіями. Наприклад, з 2014 року нав'язувалась концепція «Русского мира» та братерства українців з росіянами, яку підсилювало зображення «спільного визволення» від «бандерівців» і

«фашистів». У медіа Донбасу і Криму водночас культивувалися почуття легітимності «звільнення»: українських захисників там звинувачували у жорстокості, а військову операцію РФ зображували як «миротворчу». У протипагу поширювали міф про «громадянську війну» в Україні, нібито начебто суперечності між регіонами спричинили конфлікт, а не зовнішня агресія. Цей дискурс мав виправдати присутність російських «сил самооборони» і приховати підтримку бойовиків з боку РФ. Така «міфотворчість» стала основою для нових фейків і тригерів інформаційного впливу (від «Правого сектору» в Криму до «денонсації української мови»), якими постійно живився проросійський сегмент українського і міжнародного інформаційного поля.

Усюди, де застосовуються ці методи, активно враховується цільова аудиторія. На територіях ОРДЛО російська пропаганда діє через приплив російських каналів та місцевих проксі-ЗМІ, закріплюючи наратив «визволення від незаконної київської влади». Згідно зі спостереженнями, на початку війни трансляція українського телебачення на окупованих частинах Донбасу була фактично заблокована, а населення інтенсивно «харчувалося» сюжетами про «карателів» та «укрів-мобілізаторів». У 2014 році на території Криму російська пропаганда мала на меті переконати місцевих жителів у нібито загрозі з боку нової української влади, зокрема через «Правий сектор», тим самим виправдовуючи анексію півострова як «визволення». Водночас у центральних регіонах України пропагандистські повідомлення були спрямовані на підрив довіри до української влади та посилення регіональних протиріч. Так, російські джерела розповсюджували чутки про спеціальні обмеження електропостачання та дефіцит продовольства у західних регіонах, демонструючи яскраві світлини ввімкнених ліхтарів у східних містах. Цим прагнули посіяти сумніви між східними й західними областями та показати начебто нерівну кількість ресурсів. Нарешті, на міжнародну аудиторію орієнтувалися дезінформаційні кампанії, що знецінювали українську державність - від нав'язування тез про «громадянську війну» до дискредитації

волонтерів і журналістів. Як наслідок, зовнішня пропаганда підтверджувала спільний із Росією «архетип» подій: наприклад, версії про те, що в збитті літака МН17 винна Україна чи Захід, хоча судові докази свідчили протилежне. Після вироку у цій справі 2022 року Кремль відкрито заперечував його легітимність, а російські ЗМІ намагалися представити слідство як «антиросійську змову» (при цьому обмеживши телетрансляцію будь-яких репортажів про МН17).

Узагальнена класифікація методів російської пропаганди подана в таблиці 4. Вона ілюструє, що канали впливу та конкретні техніки багато в чому взаємопов'язані. Як зазначає А. І. Харук, а також В. Вакулич і Н. Новородовська, російські пропагандисти уважно вивчають «вразливі точки» в українській свідомості та постійно адаптують і коригують свої наративи відповідно до специфіки різних регіонів і цільових аудиторій. Відтак їхнє застосування завжди враховує: (а) технологію доставки (засоби масової комунікації або соцмережі), (б) особливості цільової аудиторії (окупанти Донбасу, мешканці Криму, решта українського суспільства або міжнародна спільнота) та (в) конкретну подію (АТО, Іловайськ, МН17, анексію Криму, широкомасштабне вторгнення 2022 р.). В усіх випадках використовуються традиційні прийоми пропаганди: замовчування невивіганих даних, виправдання агресії через історичні міфи, персоналізація гніву на окремих фігурах («фашисти» під АТО, «карателі» під Іловайськом), а також залучення соціально-психологічних інструментів («страх зради», «образ пригнобленої меншини» тощо). Така сукупність методів формує об'єктивну картину ширших механізмів інформаційного впливу, протидія яким потребує активної інформаційної гігієни і підвищення медіаграмотності населення.

Інструменти поширення російської пропаганди в Україні у 2014-2022 рр

Російська пропаганда в Україні у 2014-2022 роках активно застосовувала різноманітні інструменти поширення інформації для досягнення стратегічних цілей: впливу на громадську думку, формування проросійських настроїв, дискредитації української влади та легітимізації агресії на міжнародній арені.

До основних інструментів належать технічні канали - телебачення, радіо, друковані та цифрові медіа, соціальні мережі і месенджери - а також організаційно-структурні механізми: підконтрольні канали, ботоферми, троль-мережі, «експертні» платформи та PR-служби. Кожен з цих інструментів застосовувався системно, створюючи єдиний інформаційний простір, в якому поширювалися як фактично правдиві дані, так і маніпулятивні або відверто фейкові повідомлення. Наприклад, у період анексії Криму та активних бойових дій на Донбасі російські телеканали і сайти синхронно транслювали постановочні сюжети та «альтернативні новини», одночасно блокуючи мовлення українських медіа та підсилюючи потрібні Кремлю наративи.

Основними технічними каналами російської пропаганди є традиційні медіа (телебачення, радіо, друковані ЗМІ) та сучасні цифрові платформи (соціальні мережі, інтернет-ресурси, месенджери, онлайн-блоги). Кожен з цих каналів відіграв важливу роль у формуванні інформаційного простору. Наприклад, російське телебачення забезпечувало найпотужніше інформаційне прикриття війни проти України: його ефіри транслювалися в РФ, на окупованих територіях та за кордоном. Найбільш масовими були канали Sputnik, Russia Today, РИА Новости, LifeNews, «Россия 24» - з аудиторією в сотні мільйонів глядачів. В Україні прокремлівські наративи розповсюджувалися через контрольовані олігархічні телеканали («112», ZiK, NewsOne, «Наш» тощо). Ці канали випускали сюжети про «народні референдуми» (як-от у Криму 2014 року) та демонізували український уряд («карателі», «нацисти»). Радіо також використовувалося як мовник пропаганди (наприклад, FM/УКХ-сигнали «Голосу Росії» й окупаційних радіостанцій), хоча його вплив поступався телебаченню.

Інформаційна кампанія Кремля не обмежувалася традиційними ЗМІ, великий акцент робився на соціальні мережі та інтернет. Доведено, що соціальні мережі мали не менше значення, ніж класичні ЗМІ. В онлайн-просторі російські прокремлівські сайти (РИА Новини, LifeNews, Sputnik тощо), блоги та канали в YouTube поширювали фейкові сюжети і

маніпулятивні статті (наприклад, «СБУ розстріляла мирних жителів Донбасу») з посиланнями на неперевірені «джерела». На соціальних платформах (Facebook, Twitter, Telegram, Instagram тощо) працювали бот-мережі і групи підтримки «руського мира»: вони масово розсилали проросійські меми, накручували коментарі та лайки, організовували флешмоби з потрібними хештегами. Наприклад, в періоди загострення конфліктів у коментарях груп часто виникали хвилі однотипних повідомлень про «незадоволених громадян», що створювало ілюзію широкого суспільного консенсусу.

Окрему групу становили месенджери та блогери. У 2014–2022 рр. росія створила сотні прокремлівських Telegram-каналів і YouTube-блогів, через які оперативно поширювала свої меседжі. Блогери-«експерти» (колишні журналісти, політологи) проводили відеотрансляції і влогінги з відпрацьованими наративами, іноді з'являлися псевдонародні відео з «очевидцями подій». Ці «інфлюенсери» давали інтерв'ю один одному та російським державним ЗМІ, легітимізуючи тезу Кремля про «загрозу від НАТО» чи «захист російськомовних». Паралельно в інтернеті функціонували «експертні» платформи - у формі YouTube-каналів чи вітчизняних сайтів - де псевдофахівці публікували «розслідування» та аналітику, що відповідала російській пропаганді.

Також були друковані ЗМІ, які використовувалися у інформаційній війні. На тимчасово окупованих територіях Донбасу й Півдня України завели прокремлівські газети та таблоїди. Так, окупанти Запорізької області видавали газети «Запорізький вісник», «Новини Таврії» та інші, які безкоштовно розповсюджувалися серед місцевого населення. Матеріали цих видань містили наклепи на українську владу («європейці-гієни»), прославляли «армію Нової Росії» та виправдовували анексію Криму.

Таблиця 5. Типи та приклади використання технічного інструменту 2014–2022 рр.

| Тип технічного інструменту | Приклади використання (2014–2022) |
|----------------------------|-----------------------------------|
|----------------------------|-----------------------------------|

| | |
|------------------------------|---|
| Телебачення та радіо | Державні російські канали (Russia Today, «Россия 24», НТВ тощо) - показували сюжети про «народні волевиявлення» (псевдореферендум у Криму 2014), «звільнення братніх народів»; прокремлівські українські канали (112, ZiK, NewsOne, «Наш») - передавали новини з образами української влади («карателі», «нацисти»). Радіостанції (наприклад, ретрансляції «Голосу Росії») - транслювали уривки з російських пропагандистських програм. |
| Соціальні мережі та інтернет | масове розповсюдження фейкових сюжетів і матеріалів, накрутка коментарів/лайків, поширення мемів. Наприклад, після збиття Boeing MH17 (липень 2014) прокремлівські ресурси поширювали нібито «альтернативні теорії» (що літак збито українцями/НАТО), щоб зняти провину з рф. Проросійські веб-сайти і блоги публікували «аналітику» з посиланнями на сумнівні «джерела» (конспірологічні статті, маніпулятивні дослідження). |
| Месенджери та блогери | Telegram-канали, YouTube-канали, Facebook-сторінки – оперативні повідомлення на підтримку дій рф. Проросійські блогери вели прямі трансляції з місць подій та відеорепортажі, коментуючи їх у дусі російських наративів. Наприклад, відео та пости з окупованих регіонів стали джерелом «передвиборчої агітації» за референдум чи «миротворчі місії». |
| Друковані ЗМІ | Газети і листівки - пропаганда на окупованих територіях. Безкоштовні прокремлівські видання серед населення (газета «Запорізький вісник», «Новини Таврії» тощо) - переконували у «легітимності» референдумів та дискредитували українське керівництво. Рекламні плакати й брошури (з «фактами» про «геноцид Донбасу») роздавали на вулицях. |

укладено автором на підставі [17; 36; 38].

Окрім технічних каналів, організаційно-структурні інструменти дозволяли масштабувати пропагандистську кампанію. До них належать так звані «ботоферми, троль-центри, підконтрольні медіа», а також «експертні» платформи, PR-служби та псевдоаналітики. Ці механізми часто працювали комплексно: бот-мережі автоматично розганяли матеріали контрольованих

каналів, «експерти» створювали наукоподібну обгортку під дезінформацію, а PR-служби координували інформаційні операції.

Ботоферми та троль-мережі

Активне використання автоматизованих акаунтів і напівживих нод (бот-мережі) створювало ефект «масової підтримки». Через алгоритмічні механізми соцмереж російські пропагандисти подавали користувачам одночасно великі потоки суперечливої або фейкової інформації. Це призводило до інформаційного перенавантаження (fog of war), коли людям важко відрізнити правду від вигадки. Особливо великої активності ботоферми набули в коментарях до важливих новин - там часто спостерігали штучну поляризацію та «ефект штучного консенсусу» (коли всі коментатори пишуть однакові меседжі). Завдяки таким мережам на етапах підготовки чи загострення бойових дій в соцмережах одночасно з'являлися тисячі схожих постів, що підсилювали офіційні російські наративи.

Підконтрольні канали та групи впливу

Російська пропаганда використовувала системи засобів інформації, які прямо чи опосередковано контролювалися Кремлем. Крім державних каналів рф і проросійських українських ЗМІ, до мережі пропаганди належать також зарубіжні ресурси і «спікери» в іноземних медіа, пов'язані з російською владою. Наприклад, низка західних видань та аналітичних груп (музейні платформи, «експертні» видання) виступали «постачальниками» проросійського контенту за кордоном. На локальному рівні окупаційні адміністрації відкривали свої телестудії та друкарні: на Херсонщині 2022 року із захопленого приміщення Суспільного мовлення запустили канал «Таврія», а у Запорізькій області - друкували газети з прокремлівською інформацією.

«Експертні» платформи та псевдоаналітики

Ще одним важливим інструментом стали так звані «експерти» - політологи, історики, журналісти, які видають себе за незалежних аналітиків, але просувають кремлівські тези. Таких «експертів» об'єднують власні ютуб-канали чи блоги, дружні «платформи» і участь у проросійських конференціях.

Вони брали участь у ток-шоу й інтерв'ювали один одного, повторюючи наративи Кремля (наприклад, «Україна - нацистська криївка» або «геноцид русскоязычных»). Ці псевдоаналітики часто мають формальні атрибути достовірності (наукові ступені чи звання) і тому їхні заяви сприймалися частиною аудиторії як «документальні докази». Як зазначає Близняк, такі фальшиві «наукові» статті й експертні коментарі були спрямовані одночасно як на росіян, так і на проросійське населення в Україні.

PR-служби та спеціалізовані агенції

Системну координацію інформаційних кампаній забезпечували урядові та парадержавні структури: інформаційне агентство «Россия Сегодня» (включаючи Sputnik), прес-служби Міноборони та ФСБ, а також тісно афілійовані з Кремлем неправительствіні організації. Ці підрозділи розробляли «інформаційні операції» – цілі комплекси заходів із виготовлення і запуску пропагандистського контенту. Наприклад, Державна дума рф та міністерські офіси час від часу публікували аналітичні доповіді з елементами дезінформації (псевдодослідження), а також поширювали офіційні звернення, що меседжували «звірства України» (наратив «розп'ятої України» відомий саме завдяки таким повідомленням). За допомогою PR-служб Кремль також інструменталізував західні медіаорганізації, що мали проросійський ухил.

У таблиці нижче узагальнено основні організаційно-структурні інструменти та приклади їхнього використання:

Таблиця 6. Типи та приклади застосування організаційного інструменту 2014–2022 рр.

| Тип організаційного інструменту | Приклади застосування (2014–2022) |
|---------------------------------|---|
| Ботоферми і тролі | Сотні автоматизованих акаунтів у соціальних мережах і коментарях - скоординоване розміщення коментарів та ретвітів для створення ілюзії «народної підтримки» чи «соціального протесту»; алгоритмічна накрутка трафіку і популярності проросійських тем (створення трендів). |

| | |
|-----------------------|---|
| Підконтрольні канали | Захоплені окупантами місцеві ЗМІ транслюють вказівки окупаційної влади (місцеве телебачення і радіо у Криму/Донбасі випускали сюжети, схвалювані Кремлем); «спонсоровані» українські медіа - власники з проросійськими зв'язками, які змінили формат на користь рф; при цьому на державному рівні рф фінансує мережі іноземних ЗМІ з вигідними йому наративами. |
| «Експертні» платформи | Відео- та сайти з «аналітичними статтями» - псевдонаукові доповіді та сюжети, які підкріплюють фейки (наприклад, «репортажі» про провокації України в Криму чи «секретні документи НАТО»), часто беруть участь фігури з фальшивими науковими титулами. На таких майданчиках розміщуються фейкові «дослідження» з посиланнями на підроблені джерела. |
| PR-служби і агенції | Спеціалізовані відомства рф («Россия Сегодня», прес-служби Міноборони/МЗС рф) - готують і поширюють офіційну пропаганду (заяви про «загрозу» з боку Заходу, «підрив миру» в Україні тощо); координують дезінформаційні кампанії (наприклад, розробляли наративи про «захист миротворців» чи «сутінкові змови» та організували спеціальні випуски новин). |

укладено автором на основі [25].

Таким чином, технічні і організаційні інструменти працювали як єдина система. Наприклад, під час анексії Криму у 2014 році російські телеканали та сайти формували дискурс «волевиявлення народу» й демонізували українську владу, одночасно бот-мережі вкидували відповідні меседжі в соцмережі. Після катастрофи МН17 проросійські ЗМІ й інтернет-ресурси масово поширювали хибні версії про те, що літак збито українськими військовими або силами НАТО, звільняючи рф від будь-якої провини. У 2022 році масштаби пропаганди ще більше зросли: у телефірі й онлайн-контенті Кремль щоденно озвучував ключові тези («денацифікація України», «загроза НАТО», «захист братніх народів»), а бот-мережі штучно збільшували кількість переглядів і коментарів під такими повідомленнями.

Таким чином комплексне застосування розглянутих інструментів дозволяло Кремлю виправдовувати власну агресію в очах свого населення та міжнародної спільноти, а також формувати штучний інформаційний фон

підтримки дій РФ в Україні. Ці інструменти забезпечили проросійську присутність у всіх медіа-каналах і створили наскрізний наратив гібридної війни (від «Русского міра» в Криму до «спеціальної операції» 2022 року).

Висновки до другого розділу

У другому розділі дипломної роботи було здійснено комплексний аналіз еволюції, методів та інструментів російської пропаганди в Україні у 2014-2022 роках. Розгляд ключових наративів, механізмів інформаційного впливу, цільових аудиторій та технологій поширення дезінформації дозволив системно дослідити трансформацію російської пропагандистської діяльності в умовах гібридної війни. Аналіз продемонстрував, що інформаційний компонент став невід'ємною складовою воєнної агресії РФ проти України, виконуючи функції легітимізації окупаційних дій, деморалізації українського суспільства та формування вигідної Кремлю картини реальності як усередині Росії, так і на міжнародній арені.

У підрозділі 2.1 було проаналізовано особливості застосування російської пропаганди в Україні у 2014–2022 рр. Встановлено, що пропагандистські кампанії супроводжували всі ключові етапи російської агресії - від анексії Криму та війни на Донбасі до повномасштабного вторгнення 2022 року. Було з'ясовано, що основні наративи мали чітко визначену цільову аудиторію - населення південно-східних регіонів України, мешканців окупованих територій, громадян РФ, а також міжнародну спільноту. Встановлено тенденцію до еволюції пропагандистської тактики: від масованої телевізійної кампанії у 2014–2015 рр. до активного використання цифрових технологій, соціальних мереж, бот-мереж і маніпулятивних онлайн-платформ у наступні роки.

У підрозділі 2.2 було досліджено методи впливу російської пропаганди в Україні. Було встановлено, що пропаганда активно застосовувала технології інформаційного перевантаження («інформаційний шум»), фільтрацію та

замовчування невігідних фактів, створення фейкових інформаційних приводів, а також емоційне маркування опонентів. Дослідження показало, що методи впливу адаптувалися до конкретних регіонів і соціальних груп, враховуючи їхні історичні, мовні та культурні особливості.

У підрозділі 2.3 було проаналізовано інструменти поширення російської пропаганди в Україні у 2014–2022 рр. Встановлено, що пропагандистська система поєднувала технічні та організаційно-структурні інструменти. Аналіз показав, що ці інструменти функціонували як єдина багаторівнева система, забезпечуючи повторюваність меседжів у різних каналах та створюючи ілюзію їхньої масової підтримки й достовірності.

РОЗДІЛ 3. РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДИСТСЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІСЛЯ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ В УКРАЇНУ

Російська інформаційна політика в умовах повномасштабної війни

Початок повномасштабного вторгнення російської федерації в Україну 24 лютого 2022 року став також початком нового етапу російської інформаційної політики як складової частини військової стратегії держави. В умовах війни інформаційна сфера перестала виконувати виключно функцію формування громадської думки та набула ознак інструменту ведення бойових дій у межах концепції гібридної війни, що зумовило централізацію управління інформаційними потоками, посилення державного контролю над медіапростором та інтеграцію пропагандистських механізмів у загальну систему національної безпеки росії.

Інформаційна політика російської федерації у період після 24 лютого 2022 року характеризується високим рівнем інституціоналізації, що проявляється у чіткій координації діяльності державних органів, медійних структур та афілійованих організацій. Ключову роль у формуванні та реалізації інформаційної політики відіграють Адміністрація президента рф, Міністерство оборони, Міністерство закордонних справ, а також медіахолдинги. Важливим елементом цієї системи є також законодавче забезпечення інформаційного контролю, яке значно посилилося після початку повномасштабної війни.

Зокрема, у 2022 році у російській федерації було ухвалено низку нормативно-правових актів, спрямованих на обмеження свободи слова та встановлення жорсткої цензури в інформаційному просторі. Законодавство передбачає кримінальну відповідальність за поширення інформації, що суперечить офіційній позиції держави щодо війни, яка офіційно визначається як «спеціальна військова операція». Таким чином, інформаційна політика набуває репресивного характеру, що дозволяє державі повністю контролювати внутрішній інформаційний дискурс.

Важливою особливістю російської інформаційної політики в умовах повномасштабної війни є її стратегічна спрямованість на досягнення як внутрішньополітичних, так і зовнішньополітичних цілей. У внутрішньому вимірі основними завданнями є мобілізація населення, підтримка лояльності до політичного керівництва та легітимація воєнних дій. У зовнішньому вимірі інформаційна політика спрямована на формування сприятливого іміджу Росії, дискредитацію України на міжнародній арені та вплив на громадську думку в інших країнах.

У контексті стратегічного планування інформаційна політика Росії базується на принципах централізації, ієрархічності та синхронізації. Це означає, що ключові інформаційні меседжі формуються на найвищому рівні політичного керівництва та траншуються через усі доступні канали з метою забезпечення їх максимальної уніфікації. Такий підхід дозволяє мінімізувати альтернативні інтерпретації подій та забезпечити домінування офіційного дискурсу.

Окрему увагу слід приділити цифровому виміру інформаційної політики Росії. Після початку повномасштабної війни спостерігається активізація використання цифрових технологій для управління інформаційними потоками. Це включає створення та розвиток національних платформ, обмеження доступу до іноземних соціальних мереж, а також використання технологій моніторингу та аналізу інформаційного простору. Таким чином, формується так звана «суверенна інформаційна екосистема», яка дозволяє державі ефективно контролювати інформаційні процеси всередині країни.

Важливим компонентом інформаційної політики є також її інтеграція з військовими структурами. У сучасних умовах інформаційні операції розглядаються як невід'ємна складова військових дій, що спрямована на досягнення стратегічних переваг без прямого застосування сили. Це проявляється у координації дій між військовими та інформаційними структурами, що дозволяє забезпечити узгодженість інформаційного супроводу бойових операцій.

Для кращого розуміння структурних елементів російської інформаційної політики в умовах повномасштабної війни доцільно представити їх у вигляді узагальнюючої таблиці.

Таблиця 7. Ключові елементи інформаційної політики Російської Федерації після 24.02.2022

| Елемент | Характеристика |
|---------------|--|
| Інституційний | Централізоване управління через державні органи та афілійовані структури |
| Правовий | Посилення цензури, криміналізація «альтернативної» інформації |
| Стратегічний | Орієнтація на внутрішню мобілізацію та зовнішній вплив |
| Технологічний | Використання цифрових платформ і систем моніторингу |
| Військовий | Інтеграція інформаційної політики у воєнну стратегію |

укладено автором на підставі [14; 35].

Зазначена структура свідчить про комплексний характер інформаційної політики Російської Федерації, яка охоплює різні сфери державного управління та функціонує як цілісна система.

Слід також зазначити, що російська інформаційна політика в умовах війни характеризується високим рівнем адаптивності. Вона здатна оперативно реагувати на зміну ситуації, коригуючи інформаційні стратегії відповідно до актуальних викликів. Це забезпечується за рахунок постійного моніторингу інформаційного простору та використання аналітичних інструментів для оцінки ефективності інформаційного впливу.

Інформаційна політика Російської Федерації в умовах повномасштабної війни також характеризується формуванням довгострокових рамок інтерпретації подій, які закладаються на рівні офіційного дискурсу та підтримуються державними інституціями. Такий підхід дозволяє створювати стабільне інформаційне середовище, у якому будь-які події трактуються відповідно до визначених політичних цілей. Це сприяє зниженню рівня критичного сприйняття інформації серед населення та забезпечує відтворення заданих моделей інтерпретації реальності.

Суттєвою характеристикою є також уніфікація інформаційної політики на всіх рівнях державного управління. Центральні органи влади задають

загальні орієнтири, які далі транслюються регіональними структурами, освітніми установами, культурними інституціями та іншими суб'єктами публічного простору. Така вертикальна інтеграція забезпечує узгодженість інформаційного впливу та мінімізує ризики виникнення альтернативних позицій у публічному дискурсі.

Паралельно відбувається інтенсивне впровадження інформаційної політики у сферу освіти та культури, що дозволяє формувати відповідні світоглядні установки у довгостроковій перспективі. Освітні програми, навчальні матеріали та публічні культурні практики адаптуються до загальної логіки державної інформаційної стратегії. Це створює передумови для формування лояльності до державної політики серед різних соціальних груп, включаючи молодь.

У межах сучасних трансформацій інформаційної політики також простежується тенденція до поєднання традиційних підходів із новими управлінськими практиками. Використання аналітичних центрів, експертних спільнот та спеціалізованих дослідницьких структур дозволяє підвищити ефективність планування інформаційних стратегій. На основі отриманих даних здійснюється коригування інформаційної політики відповідно до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі.

Інформаційна політика Росії в умовах війни демонструє також ознаки високого рівня ресурсного забезпечення. Значні фінансові, кадрові та технологічні ресурси спрямовуються на підтримку функціонування інформаційної системи, що забезпечує її стабільність навіть в умовах тривалого конфлікту. Це дозволяє державі зберігати контроль над інформаційним простором та підтримувати заданий рівень інтенсивності інформаційного впливу.

Зокрема, одним із показових прикладів реалізації російської інформаційної політики після 24 лютого 2022 року стало поширення фейків про так звані «американські біолабораторії» на території України. У російських офіційних заявах та медіа стверджувалося, що Україна нібито

розробляє біологічну зброю за підтримки США. Цей наратив активно транслиювався через державні ЗМІ РФ, дипломатичні канали та соціальні мережі, зокрема Telegram. Його метою було не лише дискредитувати Україну на міжнародній арені, але й сформувати образ глобальної загрози, яка нібито виходить з української території. Незважаючи на численні спростування з боку міжнародних організацій, цей фейк продовжував циркулювати, що свідчить про ефективність стратегії багаторазового повторення дезінформації.

Таким чином, російська інформаційна політика після початку повномасштабної війни в Україні являє собою складну, багаторівневу систему, інтегровану у загальну стратегію держави. Вона характеризується високим рівнем централізації, жорстким контролем над інформаційним простором, використанням сучасних технологій та тісною взаємодією з військовими структурами. Це дозволяє Російській Федерації ефективно використовувати інформаційний ресурс як інструмент досягнення політичних і воєнних цілей.

Форми та наративи російської пропаганди після 24.02.2022

Після початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року інформаційний простір перетворився на один із ключових театрів ведення війни. Російська пропаганда зазнала суттєвої трансформації, адаптуючись до нових умов та поєднуючи традиційні інструменти впливу із сучасними цифровими технологіями. Її головною метою стало формування вигідного для російського політичного керівництва інформаційного середовища як серед внутрішньої аудиторії, так і на міжнародному рівні, а також деморалізація українського суспільства.

У межах дослідження доцільно розмежовувати форми та наративи пропаганди. Форми визначають способи та канали поширення інформації, тоді як наративи відображають змістове наповнення пропагандистських повідомлень, тобто сукупність ідей, інтерпретацій та смислових конструкцій, які транслиуються аудиторії.

Серед основних форм російської пропаганди після 24.02.2022 виокремлюються державні медіа, соціальні мережі, месенджери та альтернативні інформаційні платформи. Державні телеканали Росії залишаються ключовим каналом трансляції офіційної позиції, де інформація подається у викривленому вигляді з використанням маніпулятивних технологій. Значна увага приділяється створенню емоційно насиченого контенту, спрямованого на формування образу ворога та виправдання військових дій.

Соціальні мережі та месенджери, зокрема Telegram, відіграють важливу роль у поширенні дезінформації. Ці платформи активно використовуються для поширення фейкових новин, напівправди та маніпулятивних повідомлень, замаскованих під надійні джерела. Головною особливістю сучасної пропаганди є її децентралізований характер: поряд з офіційними каналами діють мережі ботів, псевдоексперти та анонімні джерела.

На сучасному етапі важливою формою пропаганди є використання інфлюенсерів та псевдоекспертів, які транслюють потрібні меседжі під виглядом незалежної думки. Такі особи можуть мати реальну або штучно створену аудиторію та використовуються для підвищення довіри до інформації. Завдяки персоналізованому характеру комунікації цей інструмент є ефективним у формуванні громадської думки.

Окреме місце займає використання інформаційно-психологічних операцій як комплексної форми впливу. Вони передбачають поєднання різних каналів комунікації - медіа, соціальних мереж, месенджерів - з метою досягнення синергетичного ефекту. У межах таких операцій інформаційні повідомлення координуються за змістом і часом поширення, що дозволяє посилювати їхній вплив на цільову аудиторію.

Важливою формою є інтеграція пропагандистського контенту в розважальний і псевдоінформаційний простір. Пропагандистські меседжі можуть подаватися у вигляді гумористичних відео, блогів, інтерв'ю або навіть елементів масової культури. Такий підхід знижує рівень критичного

сприйняття інформації, оскільки аудиторія не завжди ідентифікує подібний контент як пропаганду.

Важливою складовою сучасної російської пропаганди є використання штучно створених або маніпулятивно інтерпретованих інформаційних приводів. Резонансні події, зокрема обстріли, гуманітарні кризи чи політичні заяви, використовуються для формування необхідного інформаційного ефекту. Інформація подається вибірково, з акцентом на ті аспекти, що відповідають заздальгідь сформованій позиції, тоді як альтернативні інтерпретації ігноруються або дискредитуються.

Активно застосовуються технології створення фальсифікованого контенту, включаючи дїпфейки та маніпулятивний відеомонтаж. Розвиток цифрових технологій значно спростив процес створення таких матеріалів, що ускладнює їх розпізнавання. У результаті зростає рівень довіри до неправдивої інформації, особливо в умовах інформаційного перевантаження.

Одним із ключових наративів російської пропаганди з самого початку війни є концепція «денацифікації» України. Ця наратива має на меті створити враження, що Україна перебуває під контролем радикальних націоналістів, які нібито загрожують Росії. Ця риторика викликає історичні спогади про Другу світову війну і використовується для легітимізації агресії.

Значне місце займає наратив про «захист російськомовного населення». У межах цього дискурсу росія позиціонує себе як гарант безпеки для російськомовних громадян, водночас перекручуючи інформацію про реальну ситуацію в Україні. Такий підхід використовується для виправдання військових дій як у внутрішньому, так і в міжнародному інформаційному просторі.

Суттєву роль відіграє наратив про «колективний Захід» як головного противника. Війна проти України подається як протистояння Росії з НАТО та західними державами, що нібито прагнуть послабити або знищити російську державність. Це дозволяє мобілізувати населення та пояснювати соціально-економічні труднощі впливом зовнішніх факторів.

Важливим елементом пропагандистської стратегії є делегітимізація української влади. Систематично поширюються твердження про її нелегітимність, корумпованість і відсутність підтримки серед населення. Такі повідомлення спрямовані на підрив довіри до державних інституцій.

Таблиця 8. Основні наративи російської пропаганди після 24.02.2022

| Наратив | Зміст | Цільова аудиторія | Мета |
|------------------------|--|------------------------------------|---------------------|
| Денацифікація | Формування образу України як «нацистської держави» | Населення рф, міжнародна аудиторія | Легітимізація війни |
| Захист російськомовних | Твердження про необхідність «захисту» | Населення рф, окуповані території | Виправдання агресії |
| Колективний Захід | Протиставлення Росії та НАТО | Внутрішня аудиторія рф | Мобілізація |
| Делегітимізація влади | Дискредитація українського керівництва | Українці, міжнародна спільнота | Підрив довіри |
| Економічний крах | Песимістичні економічні прогнози | Україна, Захід | Деморалізація |

укладено автором на підставі [23].

Після початку повномасштабного вторгнення особливого поширення набули конкретні пропагандистські кейси, які ілюструють зміст і функціонування основних наративів. Одним із ключових став наратив «денацифікації України», відповідно до якого російська агресія подавалася як нібито необхідна боротьба з «нацистським режимом» у Києві. Цей меседж систематично повторювався у виступах російських політичних лідерів, державних ЗМІ та Telegram-каналах, формуючи спрощену чорно-білу картину світу.

Іншим прикладом є поширення фейків про те, що Україна нібито продає західну зброю на «чорному ринку». Такі повідомлення активно з'являлися в російських медіа та соціальних мережах і були спрямовані на підрив довіри західних партнерів до України та зменшення обсягів військової допомоги.

Також широкого розповсюдження набули повідомлення про «зраду української влади», «втечу керівництва» або «неминучий колапс держави», які

використовувалися для деморалізації населення та посилення панічних настроїв у перші місяці війни.

Використовується тактика інформаційного перевантаження, що полягає у створенні великого обсягу суперечливої інформації. Це ускладнює процес перевірки та сприяє виникненню плутанини. За таких обставин одержувачі часто втрачають здатність критично оцінювати повідомлення.

Важливу роль відіграє емоційний вплив. Інформаційні матеріали часто містять елементи страху, агресії або співчуття. Поширюються повідомлення про нібито злочини української армії або перебільшені втрати серед цивільного населення, що має на меті викликати сильні емоційні реакції.

Сприйнятливність аудиторії до пропагандистського впливу зростає в умовах невизначеності, стресу та інформаційного перевантаження. За таких обставин знижується рівень критичного мислення, що полегшує поширення маніпулятивних повідомлень і сприяє закріпленню нав'язаних наративів.

Широко використовується візуальний контент - фотографії, відео та інфографіка. Такі матеріали мають високий рівень впливу та швидко поширюються в інформаційному просторі. Нерідко застосовуються застарілі або змонтовані матеріали, які подаються як актуальні.

Пропаганда активно експлуатує історичні та культурні наративи. Поширюється ідея «єдиного народу», що заперечує існування окремої української ідентичності. Це спрямовано на підрив національної самосвідомості.

Здійснюється диференційований вплив на різні соціальні групи. Повідомлення адаптуються залежно від цільової аудиторії: для внутрішнього споживача домінують мобілізаційні та патріотичні меседжі, тоді як для міжнародної аудиторії - риторика миру та критики Заходу. Такий підхід забезпечує більшу ефективність інформаційних кампаній.

Економічні питання мають велике значення. Поширюються повідомлення про нібито крах української економіки, неефективність санкцій та ослаблення підтримки з боку міжнародних партнерів. Мета цього -

поширити песимістичні очікування та підірвати впевненість у зовнішній підтримці.

Міжнародний вимір пропаганди передбачає активну роботу з іноземною аудиторією. Інформаційні ресурси поширюють вигідні інтерпретації подій різними мовами, формуючи сумніви щодо підтримки України та послаблюючи єдність західних країн.

Після 24.02.2022 спостерігається посилення координації між різними елементами пропагандистської системи. Інформаційні кампанії мають комплексний характер і поєднують різні канали поширення інформації, що підвищує їх ефективність. Пропаганда швидко адаптується до змін у інформаційному середовищі.

Ефективність російської пропаганди значною мірою зумовлена поєднанням різних форм і наративів, а також швидкістю адаптації до змін інформаційного середовища. Використання емоційного впливу, повторюваності повідомлень і багатоканального поширення забезпечує високий рівень охоплення аудиторії та закріплення потрібних інтерпретацій подій.

Отже, російська пропаганда після початку повномасштабної війни проти України характеризується багатоканальністю, високим рівнем адаптивності та використанням широкого спектра форм і наративів. Поєднання традиційних і сучасних методів забезпечує ефективний вплив на різні аудиторії та сприяє досягненню стратегічних цілей у межах інформаційної війни [28; 20–24].

3.3 Форми та методи поширення російської пропаганди після

Після початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації в Україну 24 лютого 2022 року інформаційний простір набув статусу одного з ключових вимірів ведення війни. У цих умовах російська пропаганда зазнала істотної трансформації, поєднавши традиційні механізми інформаційного впливу з сучасними цифровими технологіями та мережевими формами комунікації. Її функціонування спрямоване на формування контрольованого

інформаційного середовища, яке забезпечує підтримку політичного курсу російського керівництва, вплив на міжнародну аудиторію та створення деморалізаційного ефекту в українському суспільстві.

У нових умовах інформаційного протистояння особливого значення набули форми поширення пропаганди, які забезпечують швидкість, масштабність та ефективність трансляції інформаційних повідомлень. Використання різноманітних каналів комунікації дозволяє охоплювати різні цільові аудиторії та адаптувати зміст повідомлень відповідно до специфіки інформаційного середовища.

ЗМІ, що перебувають під контролем уряду, відіграють ключову роль у різних формах російської пропаганди, виступаючи основним засобом поширення офіційних позицій. Телебачення, інформаційні агентства та контрольовані онлайн-ресурси забезпечують цілеспрямоване поширення узгоджених повідомлень. Водночас активно використовуються цифрові платформи, зокрема соціальні мережі та месенджери. Це дозволяє ефективно охоплювати вітчизняну та міжнародну аудиторію.

Альтернативні інформаційні платформи, серед яких анонімні Telegram-канали, блоги та псевдонезалежні медіа, створюють ефект неофіційності джерела. Це підвищує рівень довіри до поширюваної інформації та сприяє її сприйняттю як альтернативної точки зору. У результаті пропагандистські повідомлення поширюються більш ефективно та мають значний вплив на аудиторію.

Соціальні мережі забезпечують швидке та масове розповсюдження інформації, що суттєво розширює можливості інформаційного впливу. Контент поширюється у різних форматах - текстовому, візуальному та відео, що дозволяє адаптувати повідомлення до різних категорій користувачів. Алгоритми платформ сприяють просуванню матеріалів із високим рівнем взаємодії, що створює умови для активного поширення маніпулятивного контенту.

Важливою формою поширення пропаганди є використання алгоритмічних механізмів соціальних платформ, які сприяють просуванню контенту з високим рівнем взаємодії. Провокативні та емоційно насичені повідомлення отримують більше поширення, що дозволяє пропагандистським матеріалам швидко досягати широкої аудиторії. У таких умовах навіть недостовірна інформація може набувати значного впливу.

Суттєвим методом поширення є сегментація аудиторії, що передбачає адаптацію інформаційних повідомлень до різних соціальних груп. Різні наративи та форми подачі використовуються залежно від віку, політичних поглядів або інформаційних уподобань аудиторії. Це підвищує ефективність пропаганди та дозволяє точково впливати на окремі групи населення.

Месенджери, зокрема Telegram, стали одним із ключових каналів поширення інформації в умовах війни. Такі канали, як «Рыбарь», «Военкор Котенок», «Соловьёв Live», систематично публікують повідомлення, що містять елементи дезінформації або маніпуляції. Через них поширюються як офіційні наративи Кремля, так і неформальні інтерпретації подій, що створює ефект «альтернативної правди».

Характерною особливістю таких каналів є поєднання новинного контенту з емоційно забарвленими оцінками, використання псевдоекспертних коментарів та швидке реагування на події. Це дозволяє формувати у користувачів відчуття оперативності та достовірності інформації, навіть якщо вона є викривленою або неправдивою. Вони забезпечують оперативність передачі повідомлень та можливість створення анонімних каналів. Такий формат ускладнює ідентифікацію джерел і знижує відповідальність за достовірність інформації. Формування закритих спільнот сприяє поширенню повідомлень без зовнішнього контролю та посилює їхній вплив.

Використання інфлюенсерів і лідерів думок дозволяє поширювати пропагандистські повідомлення у більш персоналізованій формі. Завдяки довірі аудиторії такі суб'єкти здатні ефективно впливати на формування громадської думки. Інформація подається у вигляді особистих оцінок або

коментарів, що знижує рівень критичного сприйняття та підвищує переконливість повідомлень.

Масове тиражування інформації забезпечується за допомогою ботів та автоматизованих мереж. Вони використовуються для поширення коментарів, створення ефекту активного обговорення та підтримки певних позицій. Такий підхід сприяє формуванню штучного інформаційного середовища та впливає на сприйняття подій іншими користувачами.

Візуальний контент, зокрема відеоматеріали та меми, виступає ефективним інструментом швидкого донесення інформації. Завдяки простоті сприйняття такі матеріали швидко поширюються та охоплюють широку аудиторію. Водночас вони можуть містити елементи маніпуляції, що підсилює їхній вплив. Використання мемів дозволяє інтегрувати пропагандистські ідеї у розважальний контент, що підвищує їхню популярність.

Поряд із різноманітними формами комунікації суттєве значення мають методи поширення пропаганди, які визначають механізми її впливу на аудиторію. Вони спрямовані на забезпечення ефективного засвоєння інформаційних повідомлень, формування стійких переконань та закріплення необхідних інтерпретацій подій.

Одним із основних методів є повторення певних новин. Регулярне повторення однієї й тієї ж інформації на різних новинних каналах допомагає закріпити її у свідомості аудиторії. Навіть за відсутності достовірних доказів повторення вселяє впевненість і підвищує довіру до інформації. Ця техніка активно використовується для формування єдиного розуміння політичних подій та суспільних процесів.

Іншим поширеним методом є інформаційне перевантаження, яке полягає у надмірному насиченні інформаційного простору великою кількістю повідомлень. У таких умовах аудиторія не має можливості критично аналізувати кожне повідомлення, що призводить до поверхневого сприйняття інформації. Це створює сприятливі умови для поширення маніпулятивного

контенту та ускладнює відокремлення достовірної інформації від недостовірної.

Маніпуляція фактами є одним із найбільш поширених методів впливу. Вона передбачає вибіркове використання інформації, її викривлення або подання без необхідного контексту. Окремі факти можуть перебільшуватися або, навпаки, замовчуватися, що формує хибне уявлення про реальність. У результаті аудиторія отримує неповну або спотворену картину подій.

Значний вплив здійснюється через використання емоційного компоненту. Інформаційні повідомлення часто містять елементи страху, обурення, тривоги або співчуття, що викликає сильні емоційні реакції. У такому стані знижується здатність до раціонального аналізу, що полегшує сприйняття нав'язаних інтерпретацій. Емоційно насичений контент поширюється швидше та має більший вплив на аудиторію.

Важливим методом є забезпечення високої швидкості поширення інформації. Оперативність дозволяє першими сформувавши інтерпретацію події, яка згодом закріплюється у свідомості аудиторії. Навіть у випадку подальшого спростування первинне повідомлення продовжує впливати на сприйняття ситуації. Такий ефект особливо помітний в умовах кризових подій, коли інформація споживається у прискореному режимі.

Використання фейкових джерел є ще одним поширеним методом поширення пропаганди. Створення псевдоновинних ресурсів, анонімних каналів та підроблених акаунтів дозволяє маскувати походження інформації. Це ускладнює перевірку її достовірності та підвищує ймовірність довіри з боку аудиторії. У багатьох випадках такі джерела імітують стиль і структуру авторитетних медіа.

Поширеним прийомом є змішування правдивої та неправдивої інформації. Достовірні факти поєднуються з вигаданими або викривленими даними, що створює ілюзію правдивості всього повідомлення. Такий підхід ускладнює розпізнавання маніпуляцій і сприяє більш глибокому закріпленню пропагандистських тез у свідомості аудиторії.

Суттєвого значення набуває таргетинг аудиторії, який передбачає адаптацію інформаційних повідомлень до конкретних соціальних груп. Зміст і форма подачі інформації змінюються залежно від віку, політичних поглядів або інформаційних уподобань аудиторії. Це дозволяє підвищити ефективність впливу та забезпечити більш точне досягнення поставлених комунікаційних цілей.

Ефективність зазначених методів зумовлена їх комплексним застосуванням. Поєднання повторюваності, емоційного впливу, швидкості поширення та маніпулятивних технік створює потужний інформаційний вплив, який складно нейтралізувати. У таких умовах пропаганда набуває системного характеру та здатна суттєво впливати на формування громадської думки.

Показовим є приклад масового поширення фейкових повідомлень про «тотальну мобілізацію» або «закриття кордонів», які активно циркулювали в українському інформаційному просторі через анонімні Telegram-канали. Такі інформаційні вкиди спрямовані на створення паніки серед населення та дестабілізацію внутрішньої ситуації в країні, що є характерною ознакою інформаційно-психологічних операцій.

Таблиця 9. Форми та методи поширення російської пропаганди після 24.02.2022

| Форма поширення | Метод впливу | Характеристика | Результат впливу |
|------------------------|-----------------------------|------------------------------------|----------------------------------|
| Державні медіа | Повторюваність | Системне відтворення однакових тез | Формування стійких переконань |
| Соціальні мережі | Швидкість поширення | Миттєве розповсюдження інформації | Закріплення першої інтерпретації |
| Месенджери | Інформаційне перевантаження | Велика кількість повідомлень | Зниження критичного мислення |
| Інфлюенсери | Емоційний вплив | Персоналізована подача інформації | Підвищення довіри |

| | | | |
|--------------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|
| Боти | Імітація підтримки | Масове поширення коментарів | Формування «думки більшості» |
| Візуальний контент | Маніпуляція фактами | Викривлені або неповні дані | Спотворення сприйняття |
| Фейкові ресурси | Маскування джерел | Імітація новинних платформ | Підвищення довіри до фейків |
| Комбіновані канали | Змішування правди і брехні | Частково достовірна інформація | Ускладнення розпізнавання фейків |
| Цифрові платформи | Таргетинг аудиторії | Адаптація під різні групи | Точковий вплив |

укладено автором на підставі [25].

Отже, форми та методи поширення російської пропаганди після 24.02.2022 характеризуються високим рівнем адаптивності та комплексністю застосування. Використання як традиційних медіа, так і цифрових платформ дозволяє забезпечити широке охоплення аудиторії та оперативне поширення інформаційних повідомлень. Поєднання різних каналів комунікації сприяє формуванню цілісного інформаційного впливу, який охоплює як внутрішню, так і зовнішню аудиторію.

Застосування маніпулятивних методів, зокрема повторюваності повідомлень, емоційного впливу, інформаційного перевантаження та вибіркового подання фактів, забезпечує ефективне закріплення пропагандистських тез у свідомості аудиторії. Висока швидкість поширення інформації, використання фейкових джерел і змішування правдивих і неправдивих даних ускладнюють процес критичного аналізу та сприяють формуванню викривленого сприйняття реальності.

Комплексне поєднання форм і методів поширення пропаганди створює потужний інформаційний вплив, який важко нейтралізувати в умовах сучасного цифрового середовища. Це свідчить про системний характер інформаційних операцій та їхню спрямованість на довготривалий вплив на громадську думку і соціально-політичні процеси.

Висновки до третього розділу

У третьому розділі було досліджено особливості російської пропагандистської діяльності після початку повномасштабного вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року. Встановлено, що на сучасному етапі пропаганда стала невід'ємною складовою воєнної стратегії Російської Федерації та функціонує як інструмент інформаційно-психологічного впливу як на внутрішню, так і на зовнішню аудиторію.

З'ясовано, що російська інформаційна політика в умовах війни характеризується високим рівнем централізації, інституціоналізації та інтеграції з державними й військовими структурами. Вона базується на жорсткому контролі інформаційного простору, використанні законодавчих обмежень, цифрових технологій та багатоканальному поширенні однакових меседжів, що забезпечує домінування офіційного дискурсу.

Було також визначено основні форми та наративи сучасної російської пропаганди, ключовими серед яких є наративи «денацифікації», «захисту російськомовного населення», протиставлення «колективному Заходу» та делегітимізації української влади.

Окрему увагу приділено методам і каналам поширення пропаганди, серед яких ключову роль відіграють соціальні мережі, месенджери, та виявлено, що сучасна пропаганда характеризується децентралізованістю, високою швидкістю поширення інформації та активним використанням цифрових технологій, що значно ускладнює її ідентифікацію та протидію.

Таким чином, російська пропагандистська діяльність після 2022 року є складною, адаптивною та багаторівневою системою інформаційного впливу, що поєднує традиційні та інноваційні методи маніпуляції свідомістю, а її ефективність забезпечується поєднанням централізованого управління, ідеологічної гнучкості, емоційного впливу та технологічної модернізації, що дозволяє Російській Федерації використовувати інформацію як повноцінний інструмент ведення війни.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи було здійснено комплексне дослідження методів та інструментів російської пропаганди в Україні у 2014-2025 роках, що дало змогу досягти поставленої мети та виконати визначені завдання.

У процесі дослідження було розкрито сутність пропаганди як політичного та інформаційно-психологічного явища. Встановлено, що пропаганда є цілеспрямованою формою комунікаційного впливу, спрямованою на формування, трансформацію та контроль громадської думки. Вона функціонує як інструмент управління масовою свідомістю, що реалізується через систему інформаційних повідомлень, символів та наративів. Визначено основні функції пропаганди, серед яких інформаційна, ідеологічна, мобілізаційна, маніпулятивна, легітимізаційна та дестабілізаційна. Доведено, що в умовах гібридних конфліктів пропаганда трансформується у форму інформаційної агресії, яка впливає не лише на свідомість, а й на поведінку суспільства.

Дослідження особливостей російської пропагандистської моделі дозволило встановити, що вона є складною багаторівневою системою, яка поєднує централізоване державне управління інформаційним простором із використанням сучасних цифрових технологій. Її основою є вертикаль контролю медіа, ідеологічна база концепції «русского мира», а також активне застосування емоційно-психологічних механізмів впливу. Встановлено, що формування цієї моделі в Україні відбувалося поетапно: від інформаційного домінування російських медіа у 1990-2000-х роках до активного використання інструментів інформаційної війни після 2014 року та їх інтенсифікації після повномасштабного вторгнення у 2022 році.

У процесі дослідження змісту та способів здійснення російської інформаційної агресії у 2014-2022 роках було визначено ключові наративи, серед яких «фашистська хунта», «захист російськомовних», «громадянська війна» та «зовнішнє управління Україною». Доведено, що інформаційні

операції цього періоду були системними, багатоканальними та спрямованими на створення викривленої картини реальності. Особливу роль у їх реалізації відіграло широке використання каналів поширення інформації - державних телеканалів, інформаційних агентств, інтернет-ресурсів, а також соціальних мереж і месенджерів. Встановлено, що ефективність пропаганди забезпечувалася поєднанням масового тиражування повідомлень, їх повторюваності та адаптації до різних цільових аудиторій.

Окрему увагу було приділено визначенню форм, методів і каналів поширення російської пропаганди після 24 лютого 2022 року. Встановлено, що сучасний етап характеризується значним посиленням інтенсивності інформаційного впливу, його глобалізацією та технологізацією. Основними каналами поширення стали соціальні мережі, месенджери (передусім Telegram), відеоплатформи (YouTube, TikTok), а також мережі ботів і анонімних інформаційних ресурсів. Виявлено, що пропаганда активно використовує механізми швидкого вірусного поширення контенту, інформаційного перевантаження аудиторії та створення ефекту масової підтримки через імітацію активності користувачів.

У процесі дослідження сучасних наративів російської пропаганди встановлено, що після 2022 року домінують такі смислові конструкції, як «денацифікація», «протистояння Заходу», «захист російськомовного населення» та «економічний крах України». Доведено, що ці наративи поширюються через багаторівневу систему каналів - від офіційних державних медіа до неформальних цифрових платформ, що дозволяє охоплювати різні аудиторії та формувати альтернативну інформаційну реальність. Особливістю сучасної пропаганди є поєднання інформаційного впливу з психологічними та емоційними механізмами, що знижують критичне сприйняття інформації.

Узагальнення результатів дослідження дозволяє зробити висновок, що російська пропаганда є комплексною, динамічною та адаптивною системою інформаційного впливу, яка інтегрована у ширший контекст гібридної війни. Її ефективність забезпечується поєднанням централізованого управління,

багатоканального поширення інформації, використання психологічних механізмів впливу та активного впровадження цифрових технологій.

Таким чином, російська пропаганда виступає не лише інструментом комунікації, а й стратегічним елементом державної політики, спрямованим на трансформацію інформаційного простору, вплив на суспільну свідомість та досягнення політичних і військових цілей. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває необхідність удосконалення механізмів протидії дезінформації, розвитку медіаграмотності населення та зміцнення інформаційної безпеки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Бернейс Е. Пропаганда. Київ: Наш Формат, 2020. 192 с.
2. Близняк О. А., Гуменна К. М. Інструменти інформаційної війни росії проти України під час повномасштабного вторгнення 2022–2024 рр. Політичне життя. 2024. № 2. С. 145–149. DOI: 10.31558/2519-2949.2024.2.19.
3. Вакулич В., Новородовська Н. Російська пропаганда агресії проти України (2014–2021 рр.). *Український інформаційний простір*. 2023, № 1(11), с. 119–132. URL: <https://ukrinfospace.knukim.edu.ua/article/view/279610> (дата звернення: 01.02.2026).
4. Дацюк С. Війна Росії проти України: три складові. Ї. URL: https://www.ji.lviv.ua/n79texts/Dacyuk_Try_skladovi_vijny.htm (дата звернення: 14.01.2026).
5. Джерела інформації, медіаграмотність і російська пропаганда: результати всеукраїнського опитування громадської думки : аналітичний звіт. Київ: ГО «Детектор медіа», 2019. 80 с. URL: https://detector.media/doc/images/news/archive/2016/164308/DM-KMIS_Report_05_2019_web.pdf (дата звернення: 30.01.2026).
6. Здіорук С. І. Виклики та загрози гуманітарній безпеці Української держави : збірник науково-експертних матеріалів. Київ : НІСД, 2015. 103 с. URL: https://niss.gov.ua/sites/default/files/2015-12/Druk_Zdioruk_04_02_16-c7c39.pdf (дата звернення: 30.01.2026).
7. Кулеба Д. Війна за реальність: як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ: Книголав, 2022. 384 с.
8. Кульчицький С. В., Парахонський Б. О. Новітній український державотворчий процес. У кн.: Україна і Росія в історичній ретроспективі : нариси : в 3 т. / ред. рада: В. М. Литвин та ін. ; відп. ред. В. А. Смолій ; НАН України, Ін-т історії України. Київ : Наукова думка, 2004. Т. 3. 325 с. URL: <https://irbis-nbuv.gov.ua/ulib/item/UKR0002929> (дата звернення: 30.11.2025).
9. Маклюен М. Розуміння медіа: зовнішні розширення людини. Київ: Nika-Center, 2011. 416 с.

10. Ромців О. І., Харченко А. В. Методи російської інформаційної пропаганди та їх вплив на імідж України у світі. Аналітично-порівняльне правознавство. 2023. С. 190–193.
11. Смола Л. Є. Аспекти ведення інформаційної та гібридної війни в контексті застосування комунікаційних технологій. *S.P.A.C.E. Society, Politics, Administration in Central Europe*. 2016. Вип. 1. С. 48–53.
12. Світова гібридна війна: український фронт: монографія / за ред. В. П. Горбуліна. Київ: НІСД, 2017. 496 с.
13. Харук А. І. Інформаційна війна як інструмент гібридної агресії: російська пропаганда проти України (2014–2022). *Військово-науковий вісник*. 2025. Вип. 44. С. 100-113.
14. Центр протидії дезінформації при РНБО України. Інформаційні операції РФ проти України у 2022–2023 роках. Київ: Центр протидії дезінформації при РНБО України, 2023. 25 с.
15. Чалдіні Р. Психологія впливу. Харків: Клуб сімейного дозвілля, 2017. 352 с.
16. Bradshaw S., Howard P. *The Global Disinformation Order: 2019 Global Inventory of Organized Social Media Manipulation*. Oxford: Oxford University, 2019. 26 p.
17. EUvsDisinfo. Disinformation Cases Database (2015–2025) [Електронний ресурс]. URL: <https://euvsdisinfo.eu> (дата звернення: 10.11.2025).
18. Ellul J. *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. New York: Vintage Books, 1973. 320 p.
19. Freedom House. *Russia: Media Freedom and Disinformation Reports (2020–2024)* [Електронний ресурс]. URL: <https://freedomhouse.org> (дата звернення: 10.11.2025).
20. Laruelle M. *The “Russian World”: Russia’s Soft Power and Geopolitical Imagination*. Washington: Center on Global Interests, 2015.
21. Lasswell H. D. *Propaganda Technique in the World War*. New York: Alfred A. Knopf, 1927. 233 p.

22. Lucas E., Pomerantsev P. *Winning the Information War: Techniques and Counter-Strategies to Russian Propaganda in Central and Eastern Europe*. Washington: Center for European Policy Analysis, 2016. URL: <https://www.lse.ac.uk/iga/assets/documents/arena/archives/winning-the-information-war-full-report-pdf.pdf> (дата звернення: 30.01.2026).

23. NATO Strategic Communications Centre of Excellence. *Russian Information Campaign Against Ukrainian State and Defence Forces*. Riga: NATO

S

t

r

a

t

o

h

R

h

O

,

2

16.

2

16.

16.

(дата звернення: 10.11.2025).

24. Ognyanova K. Careful What You Say: Media Control in Putin’s Russia – Implications for Online Content. *International Journal of E-Politics*. 2010. Vol. 1, No. 2. P. 1–15. DOI: 10.4018/jep.2010040101.

25. Paul C., Matthews M. *The Russian “Firehose of Falsehood” Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It*. Santa Monica: RAND Corporation, 2016. 15 p. DOI: 10.7249/PE198. URL: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html> (дата звернення: 30.01.2026).

26. Pomerantsev P. *This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality*. London: Faber & Faber, 2019. 256 p.

27. Pomerantsev P. *Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia*, 2014. London: Faber & Faber.

28. Snyder T. *The Road to Unfreedom: Russia, Europe, America*. New York: Tim Duggan Books, 2018. 368 p.

[Електронний ресурс]. URL:

ДОДАТКИ

Додаток А



CERTIFICATE of participation

Anna Deshko

took part in the 8th International Scientific and Practical Conference

**«GLOBAL DIRECTIONS IN SCIENTIFIC RESEARCH
AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT»**

24 Hours of Participation
(0,8 ECTS credits)



Head of the
organizing committee
Margo Shevchenko



EOSS-26/0406-062

April 6-8, 2026, Valencia, Spain



Додаток Б



ЧЕРНІГІВСЬКИЙ ОБЛАСНИЙ ІНСТИТУТ
ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ОСВІТИ
ІМЕНІ К.Д. УШИНЬСЬКОГО



СЕРТИФІКАТ

ПК 02139222/002127-26
засвідчує, що

Дешко Анна Сергіївна

взяла участь у роботі Всеукраїнської науково-практичної конференції
**«VI УШИНСЬКІ ЧИТАННЯ. УКРАЇНЬСЬКА ОСВІТА ТА КУЛЬТУРА В
ІСТОРИЧНОМУ РОЗВИТКУ ТА В УМОВАХ ВИКЛИКІВ
ГЛОБАЛІЗОВАНОГО СУСПІЛЬСТВА»**

Термін проведення:
29–30 квітня 2026 р.,
м. Чернігів

Обсяг програми: 15 годин
(0.5 кредиту ЄКТС)

В. о. ректора  А. ЗАЛІСЬКИЙ

