

УДК 327.88(470:477)
DOI [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1\(77\)-17](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-1(77)-17)

Галина ПЕТРИШИН

кандидат політичних наук, доцент кафедри філософії та суспільних наук,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка,
pgr190364@tnpu.edu.ua
ORCID: 0000-0003-3428-8789

ІНФОРМАЦІЙНА ВІЙНА РОСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ: ЕВОЛЮЦІЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ, МЕТОДІВ ТА ДИНАМІКА НАРАТИВІВ

У статті розглянуто особливості інформаційної війни росії проти України, починаючи з 2000-х років до нині, в контексті використання країною-агресором основних засобів, методів інформаційного впливу та динаміки ключових російських наративів. Показано, що інформаційна війна з РФ має декілька вимірів: інформаційний простір власне України, внутрішній інформаційний простір РФ та світовий інформаційний простір, в межах яких Кремль здійснює свій маніпулятивний інформаційний вплив, тісно поєднуючи дезінформацію з пропагандою. Проаналізовано еволюцію застосування російською інформаційною машиною методів та засобів маніпулятивного впливу у вказаних інформаційних просторах, посиляючись на результати сучасних наукових і прикладних досліджень в цій царині. З'ясовано, що до початку повномасштабної війни в Україні головними засоби російського пропагандистського впливу були Інтернет-ресурси, візуальні й звукові носії інформації, новинні портали, кіберхакерські атаки на інформаційні системи та інформаційні холдинги. На основі аналізу результатів вітчизняних досліджень щодо особливостей ведення інформаційної війни росії проти України в соціальних мережах, доведено, що з початком і впродовж війни в Україні, ключову роль в інформаційному протиборстві Росії проти України стали відігравати платформи соціальних мереж та месенджери, блоги, дезінформаційні мережі та технології штучного інтелекту. Також розглянуто основні зміни структури спеціальних заходів в інформаційній сфері Кремля під час повномасштабної війни в Україні. Щодо методів інформаційного впливу, то їх використання є традиційним впродовж досліджуваного періоду і більш «вишуканим» з плином часу: психологічний тиск, залякування, пропаганда та ін.

На основі аналізу ключових російських наративів зроблено висновки, що до початку повномасштабної війни в Україні основною ціллю російського пропагандистського впливу було сформувати ґрунт для виправдання військового вторгнення росії в Україну, а під час війни основними цілями стали дестабілізація та дезорієнтація населення всередині українського суспільства. Щодо інформаційного простору країн Європи та США, то головними напрямками дезінформування є питання збройного вторгнення росії в Україну, підризу міжнародного авторитету до України, критика та викривлення образу і дій української влади та українських військових. Також окреслено основні напрями змін в системі російського пропагандистського впливу в країнах Європи та США, зумовлені зміною політики США щодо України та росії.

На основі порівняльного аналізу ключових російських наративів, починаючи з 2000-х до нині, виявлено залежність змісту російських наративів від інтересів і цілей держави-агресора в інформаційних просторах України, європейських країн та США. Показано, як ключові наративи російської дезінформації адаптуються до актуальних подій та є дієвими у впливі на свідомість частини населення. Тому необхідним є постійний моніторинг діяльності пропагандистської російської машини з метою ефективної протидії її впливу.

Ключові слова: інформація, інформаційна війна, інформаційне протистояння, дезінформація, пропаганда, методи, засоби, наративи, фейки, мемі.

Halyna Petryshyn. RUSSIAN INFORMATION WAR AGAINST UKRAINE: EVOLUTION OF KEY TOOLS, METHODS, AND NARRATIVE DYNAMICS

The article examines the evolution of the main means, methods and narrative dynamics in Russian information war against Ukraine, starting from the 2000s to the present in the context of the aggressor's use of the key means and methods of information influence and the dynamics of key Russian narratives. It is shown that the information war with the Russian Federation has several dimensions: the information expanse of Ukraine, the internal information expanse of the Russian Federation, and the global information influence, within which the Kremlin exercises its manipulative information campaign, closely combining misinformation with propaganda. Based on the results of scientific and applied research in the field, the article analyses the evolution in the methods and means of information manipulation impact on Ukrainian society and the international community. The research demonstrates that before the start of the full-scale war in Ukraine, the main means of Russian propaganda influence were Internet resources, visual and audio media, news portals, cyber-hacker attacks on information systems and information holdings. Based on the analysis of the results of domestic investigation on the features of Russian information war against Ukraine in social networks, it is proven that social network platforms and messengers, blogs, misinformation networks and artificial intelligence technologies has been playing a key role in Russia's information confrontation against Ukraine since the beginning and throughout the war. The article also considers the main changes in the structure of special measures in the Kremlin's information campaign during the full-scale war in Ukraine. As for the methods of information influence, their use is traditional during the period under study and has become more "sophisticated" over time, including psychological pressure, intimidation, propaganda, etc.

Based on the analysis of key Russian narratives, it was concluded that before the start of the full-scale war in Ukraine, the main goal of Russian propaganda was to justify Russia's military invasion in Ukraine, while during the war, the main goals are destabilization and disorientation within Ukrainian society.

As for the European and US information expanse, the main areas of misinformation include the Russian armed invasion in Ukraine, undermining the Ukrainian international image, criticism and distortion of the image and actions of the Ukrainian authorities and the Ukrainian military. The article also outlines the main changes in the system of Russian propaganda influence on European countries and the USA, caused by the change in US policy towards Ukraine and Russia.

Based on a comparative analysis of key Russian narratives from the 2000s to the present, the research demonstrates how the content of Russian narratives depends on the interests and goals of the aggressor state in the information expanses of Ukraine, European countries, and the USA. It is shown how key narratives of Russian misinformation adapt to the current events and effectively influence the consciousness of certain people. Therefore, it is necessary to monitor Russian propaganda closely to counteract its influence effectively.

Key words: information, information war, information confrontation, disinformation, propaganda, methods, means, narratives, fakes, memes.

Вступ. Сьогодні в інформаційно-комунікаційному просторі існує величезна кількість засобів, які дозволяють отримувати ті чи інші повідомлення.

Питання полягають в тому, яку інформацію за якістю ми отримуємо, чи є вибір цієї інформації свідомим і хто сприяє нашій впевненості в тому, що цей вибір ми зробили самі. Тому так важливо розуміти механізми впливу інформації на сприйняття людиною подій, явищ або процесів суспільного життя та мету, яку переслідує розповсюджувач інформації. Особливо це розуміння нам потрібне в умовах війни, оскільки «... стрижневою конструкцією будь-якої війни» є інформаційна війна [27].

Останніми десятиліттями стрімкий розвиток інформаційних технологій, що впливають на свідомість і почуття людей, недостатній рівень розвитку методів забезпечення захисту національних інформаційних просторів та свідомості населення виводить інформаційне протистояння на якісно новий рівень і робить його одним із найефективніших засобів досягнення зовнішньополітичних та внутрішньополітичних цілей. Будь-яке інформаційне протистояння під час війни спрямоване, насамперед, на дестабілізацію ситуації всередині країни-супротивника завдяки внесенню у суспільну та індивідуальну свідомість населення шкідливих ідей, формування вигідної для країни-агресора реальності та дискредитацію іміджу держави на міжнародній арені через посилення пропагандистського впливу на політиків та уряди країн світу. Тому тема обраного нами дослідження є надзвичайно актуальною, особливо в умовах російської збройної агресії проти України.

Мета і завдання дослідження. Метою статті є розкрити особливості використання системою російської пропаганди і дезінформації основних засобів і методів інформаційного впливу на свідомість населення України та зарубіжну аудиторію в інформаційній

війні проти України впродовж 2000-х років і до нині; проаналізувати змістовний та сутнісний аспекти російських наративів відповідно до подій та соціально-політичної, соціально-економічної ситуації, які мали місце в українському суспільстві та поза межами України в означений період.

Основні завдання статті: окреслити основні засоби і методи, які використовує росія в інформаційній війні проти України; розкрити зростання рівня агресивності російської пропаганди та дезінформації у зв'язку з необхідністю інтерпретації ситуацій відповідно до основних цілей інформаційної війни країни-агресора; здійснити порівняльний аналіз найбільш використовуваних російською пропагандою та дезінформацією наративів та показати їх призначення в інформаційній війні проти України в динаміці подій.

Методи дослідження. Методологічною основою дослідження є системний підхід та метод порівняльного аналізу, які дозволили розкрити зміну засобів, методів та наративів російської пропаганди та дезінформації у зв'язці з основними цілями інформаційної війни проти України.

Аналіз досліджень і публікацій. На сьогодні у вітчизняній науці дослідженням різних аспектів інформаційної війни та застосування спеціальних інформаційних засобів і технологій на формування свідомості людини загалом і в умовах ведення війни зокрема, займаються вчені, котрі представляють різні напрями соціально-гуманітарного знання. Так, питання ідеологічної складової російської інформаційної війни є предметом аналізу В. Виздрика [2]. Проблему розширення лексичного складу «мови ворожнечі» під час російсько-української війни досліджує В. Гнатюк [4]. Основні аспекти та інструменти різних форм війни в контексті російсько-українського протистояння є предметом дослідження О. Гордійчука [5]. Особливості маніпулятивної й просвітницької російської

пропаганди в сучасних умовах повномасштабної війни в Україні та аналіз риторики російської пропаганди досліджують вітчизняні вчені В. Лизанчук і М. Павлюх [14, 19]. Інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України та моделі ведення інформаційної війни в соціальних мережах є предметом аналізу Ю. Данько, Н. Семен, Д. Прімакової та М. Комової [6, 25, 21]. Сучасна інформаційна війна в глобальному масштабі з позиції її правової регламентації є предметом аналізу І. Жаровської та Н. Ортинської [8]. Особливої уваги заслуговують дослідження теоретичних, методологічних та практичних аспектів інформаційної війни РФ проти України А. Худолій, аналіз динаміки наративів в умовах російської гібридної агресії Г. Яворської, дослідження наративів російсько-української інформаційної війни здійснене А. М. Романишин, С. В. Черевичним та О. П. Остапчук; дослідження впливу російської дезінформації через рекламу у Facebook, здійснене Центром стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки й Центром демократії та верховенства права в березні-листопаді 2023 року; дослідження NewsGuard щодо діяльності найбільших чат-ботів, які повторюють інформацію поширювану російською мережею Pravda; дослідження VoxCheck, які презентують базу російської пропаганди в європейських країнах [30, 32, 27, 10, 23, 29].

Результати дослідження. Сучасна інформаційна війна – це війна за свідомість людей та їхнє мислення, основою якої є «зіткнення смислів і примноження невизначеності». Вітчизняна дослідниця Є. Кузіна стверджує, що «...дезорієнтація людини, кардинальна зміна її оцінок та вподобань, переформування світогляду з корисливою метою» є одними з головних напрямів діяльності, що є корисними для організатора інформаційного впливу [13].

Інформаційна війна росії проти України розпочалася ще задовго до відкритого військового конфлікту. З моменту проголошення незалежності України, російські канали супутникового мовлення та російські ЗМІ транслювали передачі, насичені ідеологією «руського мира», що була спрямована на маніпулювання мовними і релігійними питанням, нагнітання міжетнічної ненависті, переписування української історії та дезінформацією про події в Україні, вибудовані на окремих прикладах з негативними наслідками, які позиціонують як загальнонаціональну тенденцію. Наприклад, конфліктні ситуації, що виникають з питань мови та культури національних меншин, означаються російськими

медіа як переслідування або відмова владою у праві на власну культуру та мову національним меншинам в Україні. Зокрема, зусиллями російської пропаганди штучно створювалася проблема дискримінації російськомовного населення в Україні, що знайшло відображення, наприклад, у меседжі: «В Україні правлять фашисти та націоналісти, які пригнічують російськомовне населення». Для поширення дезінформації та пропаганди на початку 2000-х років Росія активно використовує Інтернет-ресурси, візуальні й звукові носії, промови, пресу та ін.

Інтенсивність спеціальних інформаційних операцій РФ проти України особливо почала зростати з 2005 року, коли у РФ було створено державний інформаційний холдинг «Russia Today». Меседжі, що поширювалися цим ресурсом, дискредитували не лише українську державу, а й увесь демократичний світ, розпалювали ворожнечу до країн Заходу та міжнародних організацій. Наприклад, поширеними були наступні меседжі: «Захід прагне зруйнувати Росію зсередини, нав'язуючи чужі цінності».

У 2010-х роках меседжі, що поширювалися цим ресурсом, почали активно просувати російсько-українську кризу як боротьбу Росії та Західного світу на кшталт: «Захід експлуатує Україну та є деструктивним для світового порядку». 100 брехливих російських наративів про російсько-українську війну [27].

У цей же період активно поширюється наратив про непереможну могутність і велич російської армії у Другій світовій війні, паразитуючи в такий спосіб на перемозі над нацизмом і виключаючи внесок інших країн і народів: «Війна була виграна насамперед за рахунок ресурсів російської федерації». Цей наратив активно поширювався через ЗМІ, фільми, офіційні повідомлення про події. Присвоєння росією Дня Перемоги над фашизмом, готувало ґрунт для мілітаризації та потенційної перемоги над Україною всередині російського суспільства.

З метою пропаганди та формування громадської думки, вигідної для росії, використовувалися інтернет-ресурси України, Європи, США. Особливу роль у цьому процесі відігравала команда офіційних тролів під назвою «Тролі з Ольгіна». Найняті коментатори розміщували неправдиву інформацію і провокативні коментарі в соціальних мережах, що стало однією зі складових інформаційної війни росії проти України.

Друга хвиля негативного ставлення до українців пройшла в період із березня по червень 2014 року. Згідно з опитуванням служби

«Pew Research Center», у 2014 році RT стала найбільш популярним каналом у світі новин на ресурсі YouTube. Починаючи з революції на Майдані 2014 року, Україну постійно обговорювали в російському політичному дискурсі, постійно тавруючи її неонацистською «державою, що не відбулася», повною правих радикалів, що тероризують російськомовне населення. Росія намагається виступити у ролі миротворця. Заклик до боротьби з «нацистською Україною» замінив давні заклики до перемоги над нацистською Німеччиною. Російські журналісти заявляли, що Україна «кишить неонацистами і фашистами» [7].

З метою дискредитації подій на Майдані, росія створює більше 30 псевдо-українських груп і акаунтів у соціальних мережах, а також 25 «провідних англомовних» видань. Видаючи себе за простих українців, працівники російської військової розвідки вигадують новини та поширюють коментарі, метою яких є налаштувати проросійських громадян проти протестувальників.

Паралельно з цим російська пропаганда, докладає зусиль для того, щоб зобразити ЄС як, з одного боку, агресивний апарат Заходу на чолі зі США, що прагне до світового панування, а з іншого – як слабкий інститут, що переживає кризу. Меседжі: «Західне керівництво некомпетентне», «Європа – це Содом і Гоморра» активно поширюються серед російської і закордонної аудиторії.

Щодо питання анексії росією Криму, то аналіз контенту з цього питання на сайті «Правда.Ру» дозволив виокремити п'ять груп міфологем, які насаджувались аудиторії: змалювання Володимира Путіна в образі «месії», який прийде і врятує свій «братній народ» від фашистської (київської) влади; зображення росії як країни, що не може відмовити і не допомогти «своїм»; Крим сам хоче стати частиною росії; демонстрація переходу українських військовослужбовців та влади, що знаходились на території Криму, на бік росії та ін. [25, с. 13].

Інформаційні операції росії на Донбасі були в основному спрямовані на підтримку дій незаконних збройних формувань та введення на територію України угруповань ЗС росії. Серед найбільших кампаній цього періоду варто зазначити інформаційну атаку на підтримку сепаратистського руху «Русская весна»; пропагандистську кампанію щодо проведення незаконних референдумів на окупованих територіях; інформаційну кампанію з підтримки мобілізації до лав незалежних збройних формувань; інформаційний супровід псевдодержавних утворень так званих ДНР та

ЛНР; кампанії з героїзації загиблих ватажків бойовиків; кампанію з дискредитації дій ЗСУ («мародерство українських окупантів», «розстріл полонених») на Донбасі та звинувачення в жертвах серед цивільного населення; інформаційні кампанії з супроводу свят псевдодержавних утворень; загальну антифашистську кампанію; інформаційний вплив на західну аудиторію тощо. Відомими прикладами дезінформації російських державних ЗМІ в період війни на Донбасі є: сюжет про «розп'ятого хлопчика», який був показаний на Першому каналі в липні 2014 року та підроблений супутниковий знімок українського винищувача, який нібито збив над Донбасом малайзійський «Боїнг» в липні 2014 року. Державні ЗМІ росії пов'язували збиття малайзійського літака одночасно і з нападом українських винищувачів за вказівкою США, і зі спробою НАТО збити приватний літак Путіна.

У 2014 році російські пропагандисти зайнялися й активним просуванням терміну «Новоросія» щодо частково окупованої східної частини України, про що свідчать чисельні публікації у друкованих ЗМІ Донецької та Луганської областей. Метою цих публікацій стало формування «нової ідентичності». Більшість статей проводила паралелі з Другою світовою війною і представляла війну на Донбасі як напад українських «неонацистів», а самих військових України представляла у ЗМІ «карателями».

На думку А. Худолій, Кремль у цей період активно використовує інструмент «однобічності» меседжу, демонструючи ту картину, що підходить під бажану для РФ реальність: на телебаченні транслиують сюжети про «воєнні злочини», що скоєні нібито українською армією. Це дає можливість, зокрема, просувати росією наративи про необхідність захисту населення цього регіону від «нацистів» та «бандерівців, які «...проводять політику геноциду проти мешканців Донбасу» та вибудувати друга в особі Російської Федерації [30].

А. Худолій стверджує, що викривлене подання подій у східній частині України перетворюється на засіб деструктивного впливу і використовується як різновид зброї з цілком реальним руйнівним ефектом, при застосуванні якої руйнуються не фізичні об'єкти, а уявлення про дійсність [30, с. 129].

Відносно всієї України цього періоду основними ключовими напрямками в діяльності російської пропаганди були: пониження міжнародного іміджу України з метою послаблення її геополітичного значення («Україна загрожує ліберальним цінностям, просуваючи

націоналістичні ідеї», «Україну необхідно очистити від нацистів та нацистської ідеології, які становлять загрозу всьому цивілізованому світу»); формування стереотипу меншовартості українців («українці та росіяни – це один народ», «сучасна Україна – цілковите дитя радянської епохи»); посилення політичної напруги, недовіри та зневаги до української влади з боку населення; поширення ідей особливого статусу російської культури і мови; дестабілізація ситуації всередині країни через підрив морального духу українців («війна в Україні з 2014 року підтримується в інтересах і за сприяння олігархів»); психологічний вплив на військових ЗСУ (отримання українськими солдатами текстових повідомлень на телефон з погрозами проти їхніх сімей); формування в українському суспільстві недовіри до Заходу та США («Захід експлуатує Україну та є деструктивним для світового порядку», «українська влада є нелегітимною та перебуває під зовнішнім управлінням США»); обґрунтування зовнішньої загрози для росії з боку Заходу, США та України («в Україні присутні військові об'єкти та інфраструктура НАТО»); ініціювання акцій непокори та масових заворушень («Всі на майдан»); здійснення атак на інформаційну безпеку України (використання шкідливого програмного забезпечення Black Energy та TeleBots; лише в грудні 2016 року були атаковані: Державне казначейство і Міністерство фінансів, «Укрзалізниця» і електропідстанція «Північна»).

Щодо впливу на іноземну аудиторію напередодні повномасштабного російського вторгнення в Україну, саме Німеччина та Італія, згідно дослідження EUvsDisinfo, є одними з найбільш постраждалих від російської дезінформації країнами Європи. Відповідно до аналізу VoxCheck (листопад 2021 року – кінець лютого 2022 року), у списку тих ЗМІ, які републікували дезінформаційні кейси з великих російських ЗМІ, опинилися 20 німецьких та 35 італійських. В цих ЗМІ фактчекери зафіксували близько 100 фейків про «мілітаризацію України силами НАТО», про «плани української влади вирішити конфлікт на Донбасі силою» та про «підготовку Заходом війни України проти Росії». Майже 50 фейків присвячені «неонацистам та націоналістам в Україні» та майже 30 – про «дискримінацію російського населення в Україні». Все це дає підстави говорити про те, що росія напередодні повномасштабної війни вибудовувала свою інформаційну стратегію так, щоб виголошені путіним 24 лютого причини нападу на Україну були «виправданими» [33].

Отже, до початку повномасштабної війни в Україні основною ціллю російського пропагандистського впливу було сформувати ґрунт для виправдання військового вторгнення росії в Україну та обґрунтувати свою «історичну місію» – об'єднання «російських земель». Початок інтервенції в Україну росія виправдовує меседжами на кшталт: «Якби Російська Федерація не напала на Україну, Україна напала б на Донбас і Росію», «Ми не хочемо війни, але підступний ворог не залишив нам вибору», «Українці чекають на звільнення від «київського режиму» і т. ін. Стрижневим посилом кремля стала теза, що так звана «спецоперація» є превентивним заходом для самозахисту та захисту світу від «коричневої чуми нацизму» [20].

З початком вторгнення РФ в Україну в лютому 2022 року, інформаційна війна кремля стає дедалі більш агресивною, а потік пропаганди після нападу росії на Україну багато дослідників називають «безпрецедентним». В інформаційній сфері рашистів відбувається перебудова всієї структури спеціальних заходів, що проводяться. Ця структура включає чотири рівні: стратегічні інформаційні операції; спецпропаганда (дискредитація лідерів противника, розкладання противника, підрив політичної стабільності); фейки (створення паніки з метою відволікання сил та засобів противника на непридатний об'єкт); оперативні ігри (з олігархами, готовими заради особистого порятунку на все; «переговори про мир» тощо).

Російські інтернет-преса та блоги розпочинають безпрецедентну кампанію виправдання російського вторгнення за допомогою створення хибної картини України як захопленої ультраправими екстремістами. Створивши міф про визвольну місію російських військових від неофашистів, на початку вторгнення росії в Україну в 2022 році, у ЗМІ агресора активно поширюється наратив про те, що лише праві українські формування намагаються чинити опір російським військам. Супроводжують цей наратив меседжі, як сили РФ безперервно «знищують», «ліквідують» чи беруть у полон українських «націоналістів», «неонацистів» та «бандерівців». Військові безчинства росії на тимчасово окупованих українських територіях та знищення сіл і міст України отримують виправдання в контексті боротьби з нацизмом. З метою приховування звірств російської армії на українських територіях, російська пропаганда пропонує своїй аудиторії декілька версій однієї події або поширює декілька неправдивих повідомлень одночасно. Або всю відповідаль-

ність за наслідки дій «визволителів» пов'язує з «агресивністю» дій України. В російських ЗМІ поширеними стають такі меседжі: «Україна сама обстрілює міста та мирне населення, а звинувачує у цьому Росію», «Україна несе відповідальність за гуманітарну катастрофу та жертви під час війни». Використовуючи ці меседжі щодо нашої держави, кремль намагається переконати світ, що сучасна Україна є аналогом нацистської Німеччини. Проте кричущі факти з Бучі та інших звільнених від окупантів населених пунктів свідчать, що це були підготовлені репресивні акції армії РФ. Цілком очевидно, що «денацифікація» як спосіб позбавитися «українських нацистів» перетворилася на фактичний геноцид українського народу.

Одним з основних напрямів діяльності російської пропаганди початку війни є інформаційна кампанія на тимчасово окупованих територіях України, метою якої є зниження спротиву російській окупації. Її медіа-супроводом є, наприклад, наративи: «Херсон – це вже не Україна», «Україна покинула Херсон напризволяще» тощо. А російськими каналами на окупованих територіях ведеться активна агітація за «русский мир» та всілякі псевдо референдуми [20]. Так, зокрема, 23–27 вересня 2022 року тимчасовою окупаційною владою РФ в окупованих росією областях України були проведені нелегітимні референдуми, мета яких – опитування населення щодо «приєднання» окупованих територій до росії. Ці «референдуми» не мають нічого спільного з вільним, демократичним волевиявленням людей та порушують українське й міжнародне законодавство.

Щоб насаджувати свій наратив на захоплених землях та впливати на свідомість українських громадян, росіяни використовують місцеві ЗМІ. Наприклад, перейменувавши радіо «Азовська хвиля» на «Свободний Бердянск», вони поширюють цим каналом російську дезінформацію. «Рекомунізацію» публічного простору окупанти називають «відновленням історичної справедливості» [2]. Носії «русского мира» повертають топоніми радянських часів та демонтують споруди, що утворюють історичну українську героїку та боротьбу за незалежність. На початок серпня 2022 р. зафіксовано 450 епізодів воєнних злочинів росії проти українських об'єктів культурної спадщини та закладів культури. Найбільше постраждали Харківська, Донецька та Київська області. З метою показати прихильність до дій ЗС росії на тимчасово окупованих українських землях, кремлівська пропаганда активно тиражує образ української пенсі-

онерки з червоним прапором, що вийшла нібито вітати російських «визволителів».

Важливо відзначити, що росія також активно займається вербування дітей на окупованих українських територіях за допомогою русифікації освіти та переписування української історії. Так, у новому підручнику з історії, виданому в росії для старших класів, у розділі про війну РФ проти України стверджується, що США є «головним бенефіціаром» війни, а окуповані українські території є «новими регіонами» Росії.

Одним з основних напрямів діяльності російської пропаганди стає також поширення всіляких дописів у соціальних мережах про українських біженців за кордоном, метою яких є створити соціальний розбрат у країнах, які їх приймають. Щоби налаштовувати жителів країн Європи проти України, Росія знаходить різні способи. Зокрема використовує групи підтримки та допомоги українським переселенцям, які залишили домівки через повномасштабне вторгнення росії. До українців намагаються прив'язати образ «нахабних нероб, які мандрують у пошуках високих соцвиплат». Українців зображають тягарем для економіки країн, що їх приймають. Також українців намагаються змалювати не втікачами від війни, а туристами, які переїжджають із країни до країни, шукаючи, де вищі суми соціальної допомоги. Факт виїзду великого числа українців на початку війни за кордон рашисти використовують для формування наративу про зникнення через кілька сотень років української нації як такої. Активно в соцмережах Європи поширюється також наратив про начебто невдячність українців європейцям. Метою поширення таких антиукраїнських дописів є зменшення підтримки України й українців. Найбільш масово на початку широкомасштабної війни росії проти України російські наративи просувають у групах допомоги українцям у Німеччині на платформах Facebook, Telegram та YouTube [24].

Поширення російської дезінформації за кордоном мали й інші напрями впливу на громадську думку.

Підтвердженням цьому є поява у міжнародних ЗМІ публікацій і коментарів щодо шкідливості санкцій для країн, які їх запровадили; локального характеру українсько-російського «конфлікту», який не матиме серйозного впливу на глобальні процеси; покладання вини за розв'язування агресії проти України на США та Європу та ін. Особливо популярними в межах тієї чи іншої країни були такі російські наративи: у Польщі тема «хитрого плану» польської влади щодо окупації захід-

них регіонів України; у Словаччині у фокусі пропагандистів була теза про «український фашизм», завдяки якій намагалися виявити стереотипні образи українців, що присутні в колективній пам'яті певної частини населення Словаччини; в угорських ЗМІ поширювали дезінформацію про начебто численні мітинги європейців проти надання підтримки Україні; в італійських ЗМІ простежується теза про те, що росія воює саме з країнами НАТО, США чи загалом умовним колективним Заходом, а не Україною; у німецькому інфопросторі часто з'являлися повідомлення про те, що українці використовують західну зброю не за призначенням або, що зброя не здатна переломити хід війни. Дезінформаційні наративи, які росія поширює в Європі впродовж повномасштабної війни, залежать в основному від ситуації на фронті, в економіці та на дипломатичній арені.

Згідно з результатами дослідження, проведеного командою VoxCheck (база даних складається з 5000 кейсів), найбільше – чверть з усіх дезінформаційних наративів – поширили у польських медіа. Автори дослідження зафіксували 1384 випадків дезінформації у Польщі. На другому місці за кількістю дезінформації – Угорщина (869 випадків), на третьому – Чехія (787 випадків). У Німеччині та Словаччині знайшли 709 та 592 кейсів дезінформації відповідно. Пік російської дезінформації припав на грудень та січень 2022–2023 року. Тематика російських наративів змінювалася впродовж війни росії проти України [29].

Щоб пояснити затяжний характер «спеціальної операції», російська влада вдається до чергового вкидання дезінформації у власний інформаційний простір на кшталт: «НАТО вступило у проксі-війну з Росією», «Росія воює з усім світом, який ополчився проти неї» тощо. А спротив, який чинить український народ окупантам, спонукає пропагандистську машину Росії змінити свою риторику з «денаціфікації України» на її «денаціоналізацію», метою якої є знищити Україну як державу, знищити українську еліту та культуру.

Ключову роль в інформаційному протистоянні Росії проти України впродовж війни відіграють платформи соціальних мереж та месенджери, які є могутніми інструментами для анонімного поширення та обміну інформацією. Це спрощує процес маніпулювання аудиторією. За Ю. Данько серед основних моделей ведення інформаційної війни в соціальних мережах доцільно виділити модель мережових атак, модель із залученням добровільних користувачів і модель тотального блокування. [6, с. 58]. Зауважимо, що з метою

інформаційного впливу в глобальному масштабі в російських силових структурах створено спеціальні підрозділи для ведення інформаційної боротьби в Інтернеті, діяльність яких сфокусована на двох напрямках: суто пропагандистський (пропаганда та контрпропаганда) та суто оперативний, метою якого є відключити увагу противника або поширити недостовірну інформацію.

З поміж усіх, особливе місце в цьому контексті посідають такі соціальні мережі та месенджери, як Facebook, Twitter, Instagram. Наприклад, у «Facebook ключовим інструментом просування шкідливого контенту є реклама. Дослідження впливу російської дезінформації через рекламу у Facebook, проведене Центром стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки і Центром демократії та верховенства права в березні-листопаді 2023 року (проаналізовано 596 рекламних повідомлень з 396 профілів, таргетованих на українську аудиторію Facebook), дозволило виявити певні закономірності застосування інструментів реклами для розміщення шкідливих повідомлень у мережі Facebook: автоматизоване створення сторінок під розсилку реклами, відпрацювання визначеного переліку тем, узгодження меседжів із поточним напрямком російської пропаганди, обов'язкове використання візуального контенту. У рамках дослідження було виявлено рекламні повідомлення, таргетовані на аудиторію в Ізраїлі, Польщі, Угорщині, Словаччині, Німеччині та інших державах. Для ілюстрування публікацій використовувалися фото, меми, карикатури, інфографіка та відео. З метою введення читача в оману використовувалися назви українських медіа, компаній чи патріотичні сторінки. Ключовими темами повідомлень за вказаний період стали такі: ситуація в зоні бойових дій з акцентом на меседжах «програної битви ЗСУ», «катастрофічні втрати» ЗСУ; спекуляції на тему мобілізації; дискредитація української влади («представники влади свідомо знищують населення України та вчиняють інші злочини», «українська влада розкрадає західну допомогу»); формування антизахідних настроїв («Захід роздратований постійними проханнями Києва про підтримку»), «деморалізація» українського суспільства («радість мешканців окупованих територій через прихід росіян», «військові загрози для цивільних»); якість і недостатня кількість зброї на фронті («український військово-промисловий комплекс не здатний забезпечити потреби ЗСУ»); «турбота» про військових («влада кидає напризволяще поранених бійців»); звинувачення мешканців оку-

пованих територій у тотальному зрадництві; спекуляції на регіональних та мовних відмінностях («куплю росіянам», «продам українцям»), людські втрати України через війну, небажання біженців повертатися з-за кордону, низький бойовий дух ЗСУ та ін. [10].

Автори дослідження вказують, що з виявленого масиву повідомлень найбільша кількість присвячена ситуації на фронті (виявлено 136 повідомлень, для яких ця тема була основною, і вони склали майже 23 % від загального масиву). Друга за кількістю група в масиві повідомлень – публікації, спрямовані на формування антизахідних настроїв в аудиторії (складає 18 % від загальної кількості повідомлень). Значна частина повідомлень спрямована на зрив мобілізації в Україні (13,8 % від загального масиву повідомлень). Тема «корупції» посідає четверте місце за кількістю публікацій (11,7 % від загального масиву повідомлень). Серед найбільш поширених меседжів цих трьох напрямів пропаганди через рекламу, автори дослідження виділяють такі: «держави-сусіди мають територіальні претензії до України»; «Україна перебуває під зовнішнім управлінням Заходу»; «катастрофічні втрати» ЗСУ; «українська влада розкрадає західну допомогу» та ін. Важливим напрямом російської пропаганди стала також дискредитація української влади та військово-політичного керівництва країни з допомогою різноманітних претензій та обвинувачень. Серед найбільш поширених меседжів у мережі Facebook, автори дослідження виділяють: некомпетентність влади, відсутність патріотизму у владі, внутрішню конфліктність у владі [10].

Щодо месенджеру Telegram, то на початку війни ціллю російської моделі пропаганди стали російськомовні українці, а також ті, хто перебуває на тимчасово окупованих РФ територіях. Підтвердженням цього є велика кількість сайтів та рейкових медіа на окремих російських доменах, що мають на меті нормалізувати присутність росії на територіях України та підтримати цілі «спеціальної воєнної операції». У своїх матеріалах вони дискредитують українську армію та владу, висвітлюють російське вторгнення у позитивному контексті, фокусуючись на «миротворчій меті» РФ. У такий спосіб росія презентує власну картину конфлікту для міжнародної спільноти.

Месенджер Telegram російські спецслужби також активно використовують для вербування українських підлітків з метою підпалів автомобілів Збройних Сил України та будівель територіальних центрів комплек-

тування; створюють мережі ботів і каналів, де під виглядом швидкого заробітку пропонують неповнолітнім виконати небезпечні завдання. Сьогодні Telegram став ключовою зброєю прокремлівських акаунтів для поширення дезінформації, спрямованої на підірив підтримки України та поширення російських наративів за кордоном. Наприклад, поширеними є наративи, про те що «не все так однозначно» у цій війні», «Україна програє війну», що «спеціальна операція» є єдиною можливою стратегією деескалації у регіоні, що становить для росії геополітичну зацікавленість [15].

Масово поширює неправдиву інформацію в Інтернеті московська дезінформаційна мережа під назвою Pravda (запущена у квітні 2022 року і поширена сьогодні у 49 країнах світу), яка намагається впливати на результати чат-ботів зі штучним інтелектом. Мережа Pravda не створює власного контенту, а агрегує матеріали з російських державних ЗМІ та прокремлівських блогерів, посилюючи їхній вплив. Аналіз організації NewsGuard провідних чат-ботів на основі штучного інтелекту показав, що у 33 % випадків вони повторювали помилкові повідомлення, що розповсюджуються мережею «Pravda» [23].

За даними американського проєкту Sunlight, мережею Pravda в 2024 році було опубліковано 3,6 мільйона статей. Зі 150 сайтів у мережі Pravda приблизно 40 є російськомовними сайтами, що публікують інформацію під доменними іменами, націленими на певні міста та регіони України, включаючи News-Kiev.ru, Kherson-News.ru та Донецьк-News.ru. Приблизно 70 сайтів націлені на Європу та публікуються такими мовами, як англійська, французька, чеська, ірландська та фінська. Приблизно 30 сайтів націлені на країни Африки, Тихоокеанського регіону, Близького Сходу, Північної Америки, Кавказу та Азії, включаючи Нігер, Канаду, Японію і Тайвань. Інші сайти розділені за тематикою з такими назвами як NATO. News-Pravda.com, Trump.News-Pravda.com та Macron.News-Pravda.com [9, 29].

Для просування дезінформації в США кремлем активно використовується мережа під назвою Doppelganger («Двійник»). Doppelganger відома тим, що використовує мережу несправжніх акаунтів-ботів для поширення посилань на фейкові версії справжніх новинних сайтів. У минулому мережа видавала себе за такі різноманітні сайти, як Le Monde у Франції та Fox News у США.

Особливий інтерес сьогодні викликає в російських пропагандистів тема мирних ініціатив Дональда Трампа. Моніторинг росій-

ських наративів показує, що пропагандисти кремля намагалися підігнати заяви Трампа під зручний для росії сценарій. Коли Дональд Трамп заговорив про мир в Україні, у кремлівських ЗМІ й телеграм-каналах почався ідейний шторм. Пропагандисти намагалися підігнати його заяви під зручний для кремля сценарій: «Трамп змусить Захід здати Україну».

Протягом березня 2025 року однією з основних тем російських ЗМІ стало питання 30-тиденного перемир'я і подальшого досягнення постійного миру. Згідно міркувань Лідії Смоли, сьогодні росія в українському інфополі «...застосовує тактику, яку можна назвати «втомою металу». Це сподівання, що психологічно та емоційно виснажене українське суспільство на якомусь етапі прийме факт замороження війни і погодиться на втрату території». Усю відповідальність за ситуацію, яка склалася щодо закінчення миру, російська пропаганда намагається перекласти виключно на українську владу [3].

Також знову бачимо уже знайомі наративи про те, що «фактична влада в Україні перебуває в руках націоналістичних формувань на кшталт «Азова». Тому незрозуміло, з ким підписувати документи і яку силу вони мають, позаяк завтра прийдуть інші керівники. Всі ці спроби кремля мають за мету підважити легітимність керівництва України. У зв'язку з цим російськими медіа поширюється ідея про необхідність запровадження зовнішнього управління в Україні. Варто вказати, що схожу ідею, тільки про зовнішнє управління України країнами НАТО і США впродовж війни, ми вже мали нагоду чути з різних інформаційних російських каналів. Хоча тепер у риторичі путіна з'явилася нова смислова конструкція – «куратори України з Європи» [31].

Посилення антиєвропейських наративів демонструють заголовки в російських медіа ТАСС, «Аргументи і факти». Наприклад, декілька заголовків у російських медіа звучать так: «Путін нагадав противникам росії, чим закінчився похід Наполеона», «Якщо Європа продовжить протистояти рішенням США, то першою буде покарана Польща» [22].

Російська пропаганда також нав'язує аудиторії власні образи європейських лідерів. Наприклад, президента Франції Макрона зображає як слабкого та хаотичного лідера, використовуючи історичні паралелі з Наполеоном, якого в російській пам'яті асоціюють із загарбником, приреченим на поразку. Водночас його підтримку України та заяви про можливість відправлення військ НАТО в Україну пропагандисти перекручують, подаючи як

загрозу війни з Росією. У такий спосіб формується наратив, що Захід сам провокує ескалацію, а Росія нібито лише «захищається» [22]. Подібні «фейки» легко стають вірусними через їхню сенсаційність та емоційний вплив.

Крім просування дезінформації, війна виявила ще одне призначення фейків – приховане керування противником. Шляхом відтворення фейків на українському телебаченні та в електронних ЗМІ фейки забезпечують повторення, тиражування та поширення російської пропаганди, доведення дезінформації та шкідливих ідеологічних установок до аудиторії. Крім того, захоплюючись викриттям фейків, ми забуваємо про те, що у фейках може бути закодована послідовність команд, що управляють підсвідомістю людини безпосередньо, непомітно для неї. Вкидання фейків щоразу модифікує свідомість людини новими «ін'єкціями» шкідливої інформації та «веде» її до тих висновків та оцінок, які вигідні пропагандистам. Таким чином фейки стають інструментом нейролінгвістичного програмування. Зазначимо, що цей механізм поширення фейків не новий і повністю відповідає основному принципу спеціальних інформаційних розвідувальних операцій: противника треба стимулювати лише один раз; все інше він повинен зробити сам – власними руками «завалити» свою ж таємну операцію, розкрити свою агентуру і бути при цьому абсолютно впевненим у тому, що він все робить правильно, тому що іншого виходу він не має.

На початку 2024 року кремль мобілізував ресурси щодо посилення кремлівської пропаганди в Італії. Наприклад, на 20 січня 2024 року в місті Модена на півночі Італії було заплановано відкриття російської виставки-конференції «Маріуполь. Відродження після війни». Але, на звернення української сторони, мерія італійського міста Модена відкликала дозвіл на проведення пропагандистської виставки, організатором якої була «Російська культурна асоціація Емілія Романья».

Проте відбувся показ пропагандистського фільму про Маріуполь, де було показано «порятунок» міста росією. Силу дії в Італії російської пропаганди підтверджує статистика. За даними дослідження Європейської ради міжнародних відносин щодо громадської думки про Україну у 2023 році, 41 % італійців виступають за якнайшвидше завершення російсько-української війни, навіть за умови втрати Україною своїх територій. Опитування від Ipsos, опубліковане 1 березня 2024 року, показує, що 32 % італійців виступають за надання Україні військової допомоги від Італії, а 5 із 10 опитаних виступають проти цього.

Разом із тим, кожен другий з опитаних італійців виступає за переговори, навіть на не вигідних для України умовах, і статус-кво з окупованими росією українськими територіями [1].

Розкриття питання щодо основних засобів російської пропаганди напередодні і під час війни буде неповним, якщо оминати тему мови ворожнечі, яку посіпаки кремля активно використовують з метою демонізації українців і її збройних сил, підбурення до насильства та розпалювання ненависті в українському суспільстві поміж різними географічними частинами України та поза її межами, щодо її мешканців та влади. За О. Гордійчуком, використання мови ворожнечі російською пропагандою воєнного часу доводить агресивний потенціал рашистської ідеології до максимуму [5, с. 63]. Активно мову ворожнечі проти українців російська пропаганда почала використовувати у Криму під час Майдану, щоб анексія півострова пройшла «найбільш ефективно та легко», та з метою демонізації всіх проукраїнських громадян. Так, з початком війни 2014 року в середовищі російської пропаганди поширювалися образливі назви-неологізми щодо представників проукраїнської позиції та щодо української держави в цілому: «укри», «укрофашисти», «укропи», «Хахляндія» та ін.

Традиційними прикладами застосування мови ворожнечі напередодні повномасштабної війни є використання таких лексем-асоціацій з боку РФ проти України: українці – це бандерівці, «вовки в овечій шкурі», карателі, маріонетки Заходу, нацистська хунта». Мова російських ЗМІ переповнена українофобськими меседжами, на кшталт: в Україні при владі хунта; УПА – колаборанти Гітлера та ін.

Мова ворожнечі, яку активно використовують російські ЗМІ до і під час війни «... поєднується саме із закликами фізичного знищення українців, закликами до геноциду чи закликами до скоєння інших воєнних злочинів на кшталт знищення цивільної інфраструктури, знищення всіх міст, закликами бомбити Харків, бомбити всі інші території України, які не хочуть підкорятися Російській Федерації», зазначає Ірина Сєдова. За спостереженнями Олени Голуб, найбільший градус ворожнечі був протягом пів року до нападу: «Російські медіа готували своє суспільство до війни. Вони висвітлювали Україну як недонацію, українців як недолудей абсолютно з однією метою, щоб потім можна було виправдати це безжальне вбивство нашого народу» [18].

Одним із найпоширеніших інструментів російської пропаганди в контексті мови

ворожнечі стали меми. Вони викликають сильні емоції та легко відтворюються будь-яким користувачем мережі. Російські пропагандисти просувають через меми кілька основних наративів: про «нацизм в Україні» (використовуючи терміни «зефюрер», «Салорейх»), загальну критику України та українців (від висміювання мови до поширення неправдивої статистики), повідомлення для західної аудиторії про корупцію в Україні та вартість війни для платників податків, звеличування росії (з відсилками до «величного минулого»). Для поширення меседжів російська пропаганда використовує фейкові обкладинки журналів і карикатури, підроблені фото графіті за кордоном, «сатиричні» телеграм-канали [28].

Інформаційна війна, це боротьба, метою якої є формування маркерів для людини чи цілого суспільства розуміти реальність. Тому боротьба за здатність людини розуміти реальність є надто важливою. Чим більше ми знаємо про технології сучасної інформаційної війни, тим більш критичними ми стаємо в оцінці інформації, яку одержуємо з різних джерел. Це особливо важливо в час, коли наша країна веде боротьбу за збереження своєї незалежності та суверенітету.

Висновки. Впродовж останніх десятиліть росія змінювала методи і способи інформаційного тиску на Україну. Ці зміни були зумовлені як розвитком технологій та каналів трансляції інформації, так і ситуаціями й подіями, які мали місце в Україні, а також головною стратегічною ціллю росії – відродження своєї імперської могутності. Головними шляхами поширення російської дезінформації і пропаганди на початку 2000-х років були Інтернет-ресурси, візуальні й звукові носії, телерадіомовні канали, фільми, новинні портали, інформаційні холдинги, кіберхакерські атаки на інформаційні системи. Починаючи з 2010-х років, до арсеналу інформаційного протистояння росії додаються нові технології ведення інформаційної війни, зокрема, розміщення дезінформації і провокативних коментарів у соціальних мережах, пов'язане з діяльністю «бл'гінських тролів»; створення псевдо-українських груп і акаунтів у соціальних мережах та англомовні видання, через які працівники російської розвідки вигадують новини та поширюють коментарі від імені українців; організація «війська інформаційних операцій», завданням яких стала контрпропаганда як всередині країни, так і за її межами; використання чат-ботів на основі штучного інтелекту. Ключову роль в інформаційному протистоянні росії проти України

впродовж війни відіграють платформи соціальних мереж, месенджери, ЗМІ та діяльність медійних корпорацій. З-поміж усіх соціальних мереж, особливе місце в цьому контексті посідають такі соціальні мережі та месенджери, як Facebook, Twitter, Instagram. Масово поширює неправдиву інформацію в Інтернеті московська дезінформаційна мережа під назвою Pravda, мережа Doppelganger та інформаційний холдинг «Russia Today». Завдяки використанню сучасних технологій вони здійснюють латентний вплив на свідомість читача з метою навіювання певних думок і вчинків та формування обрисів соціальної реальності на догоду розповсюдженню інформації. Основними техніками, спрямованими на введення споживача інформації в оману, є ігнорування або замовчування важливих фактів, перекручування інформації, її спотворення, викорис-

тання різного роду упереджень та стереотипів. Наративи, мова ворожнечі, фейки, меми – це далеко не повний перелік сучасного арсеналу в інформаційній війні, яку веде росія проти України. Динаміка наративів у інформаційній війні росії проти України показує, що їх зміст відображає інтереси і цілі держави-агресора.

Структура російських інформаційних кампаній тісно поєднує дезінформацію з пропагандою, метою яких було і є підірив легітимності української державності та довіри до українських політичних інститутів, знецінення українського спротиву та євроатлантичних прагнень, плекання довіри до російських версій подій. Вся ця машина пропаганди та дезінформації активно реагує на будь-які зміни, що мають місце в житті українського суспільства, на фронті та на міжнародній арені.

Література:

1. Брайлян Є. Як працює російська пропаганда в Італії. URL: https://detector.media/propahanda_vplyvu/article/227695/2024-06-02-patsyfizm-papa-antyamerikanizm-i-polityky-yak-pratsyuiet-rosiyska-propaganda-v-italii/.
2. Виздрик В. С. Імперські концепти російської інформаційної політики. URL: <https://www.inst-ukr.lviv.ua/download.php?portfolioitemid=1031>.
3. Війна наративів: як Росія маніпулює інфопростором в Україні та Європі]. URL: <https://www.sestry.eu/statti/viyna-narativiv-yak-rosiya-manipulyuiet-infoprostorom-v-ukrayini-ta-ievropi>.
4. Гнатюк В. «Мова ворожнечі» в російсько-українській війні 2014–2015 років та національна самосвідомість українців. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2017/jun/4587/vyacheslavgnatyuk.pdf>.
5. Гордійчук О. О. Росія: основні аспекти інформаційної, гібридної та повномасштабної війни. *Політичне життя*. 2024. № 4. С. 61–68.
6. Данько Ю. Соціальні мережі як інструмент інформаційної війни РФ проти України: особливості та механізми протидії. *Сучасне суспільство*. 2023. Випуск 2 (27). С. 54–66.
7. Дослідження аудиторії американських новинних інтернет-видань Pew Research Center. URL: <https://ms.detector.media/mediadoslidzhennya/post/1389/2014-03-14-pew-research-center-opublikuvav-doslidzhennya-audytorii-amerykanskykh-novynnykh-internet-vydan/>.
8. Жаровська І., Ортинська Н. Інформаційна війна як сучасне глобалізаційне явище. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Юридичні науки». 2020. Т. 7. № 2. С. 56–60.
9. Іванницька Б., Гусєва С. «Основні методи пропаганди в російському інтернет-ЗМІ Pravda.ru». URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2019/apr/16167/ivanytska3.pdf>.
10. Інформаційні атаки в соціальних мережах: дослідження впливу російської дезінформації через рекламу в Facebook. URL: <https://spravdi.gov.ua/wp-content/uploads/2024/04/informacijni-ataky-v-soczialnyh-merezhah.-doslidzhennya-vplyvu-rosijskoyi-dezininformacziyi-cherez-reklamu-v-facebook.pdf>.
11. Калініченко Б. М. Явище інформаційної війни в українських засобах масової інформації. *Політикус : науковий журнал*. 2020. № 2. С. 88–94.
12. Комова М. В., Прімакова Д. І. Мультимедійний контент блогосфери як інструмент інформаційного впливу. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 3. С. 76–88.
13. Кузіна Є. Психологічні механізми інформаційного впливу на особистість дорослої людини. *Психологічні перспективи*. 2022. Вип. 40. С. 75–86.
14. Лизанчук В. Просвітницька і маніпулятивна пропаганда в умовах нинішньої російсько-української війни. *Теле- та радіожурналістика*. 2018. Вип. 17. С. 22–51.
15. Максим Х. Феномен інформаційної агресії в умовах повномасштабної війни Росії проти України. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія: «Юридичні науки». Т. 10. № 2(38). С. 72–78.
16. Максимович М. Медійні аспекти «путінської» аудіовізуальної пропаганди». *Теле- та радіожурналістика*. 2015. Вип. 14. С. 195–202.
17. Міхальков С. «Мирні ініціативи» Трампа. Моніторинг російських наративів. URL: <https://texty.org.ua/articles/114768/myrni-iniciatyvy-trampa-chastyna-propahandystiv-radiyevoyenkory-hochut-vijny-do-kincy-monitorynh-rosijskyh-naratyviv/>.

18. Мокрушин С., Спірідонов М. «Слова, які можуть убити». Як російські ЗМІ ведуть інформаційну війну проти України. URL: <https://ua.krymr.com/a/slova-mozhut-vbyty-informatsiyna-viyna-krymski-zmi/32996504.html>.
19. Павлюх М. В. Методи та засоби російсько-української інформаційної війни (2014–2022): міфи і риторика пропаганди. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6346/13382-1?inline=1>.
20. Петришин Г. Р. Російська пропаганда напередодні і під час широкомасштабної війни Росії проти України. *Київські філософські студії* : Матеріали V Всеукраїнської наукової конференції (м. Київ, 20 травня 2022 р.) : тези доповідей / за заг.ред. проф. Р. О. Додонова. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2022. С. 352–357.
21. Прімакова Д. І. Мультимедійний контент блогосфери як інструмент інформаційного впливу. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 3. С. 76–88.
22. Пропаганда-2025: як Кремль перемикає фокус зі США на Європу. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/propaganda-2025-yak-kreml-pereklyuchaye-fokus-iz-ssha-na-uevropu-i67185>.
23. Російська дезінформація заповнила всі популярні ШІ-чатботи – дослідження. URL: https://texty.org.ua/fragments/114626/rosijska-dezinformaciya-zapolonyla-vsi-populyarni-shi-chatboty-doslidzhennya/?src=read_next&from=112441.
24. Росія намагається дискредитувати українців у Європі. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/povnyu-pryazovu-prorahanda-rosiyi-proty-ukrayintsiv-u-uevropi/32661207.html>.
25. Семен Н. Роль соціальної мережі Instagram у популяризації журналістського контенту. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Журналістика. 2022. № 1. С. 74–79.
26. Сьогодні інформаційна війна – це стрижнева конструкція будь-якої війни. URL: <https://armyinform.com.ua/2023/02/27/sogodni-informacijna-vijna-cze-stryzhneva-konstrukciya-bud-yakoi-vijny-ganna-malyar-2/>
27. Сто брехливих російських наративів про російсько-українську війну: Збірник інформаційно-аналітичних матеріалів / А. М. Романишин, С. В. Черевичний, О. П. Остапчук та ін. Київ : НДЦ ГП ЗС України, 2023. 77 с.
28. У StopFake проаналізували, як меми служать російській пропаганді. URL: <https://disinfo.detector.media/post/u-stopfake-proanalizuvaly-iak-memy-sluzhat-rosiiskii-propahandi>.
29. Укрінфо. «Propaganda diary-2022: рік російської дезінформації в Європі» від VoxCheck. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3698816-propaganda-diary2022-rik-rosijskoi-dezinformacii-v-evropi-vid-voxcheck.html>.
30. Худолій А. Інформаційна війна 2014–2022 рр. : монографія. Острог : Вид-во НаУОА, 2022. 208 с.
31. Чому Путін марить «управлінням» Україною: дайджест пропаганди за 28–30 березня 2025 року. URL: <https://spravdi.gov.ua/chomu-putin-maryt-upravlinnyam-ukrayinoyu-dajdzhest-propagandy-za-28-30-bereznia-2025-roku/>.
32. Яворська Г. Динаміка наративів (до проблеми когнітивної опірності медійного простору). *Стратегічні комунікації в умовах гібридної війни: погляд від волонтера до науковця* : монографія / [В. Азарова та ін. ; за заг. ред. Л. Компанцевої]. Київ : НА СБУ, 2021. С. 26–36.
33. Як російська пропаганда працює в Італії та Німеччині. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/29604/2022-06-03-yak-rosiyska-propaganda-pratsyuie-v-italii-ta-nimechchini/>.