

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ КІБЕРБЕЗПЕКИ ТА ЗАХИСТУ
ІНФОРМАЦІЇ
КАФЕДРА УПРАВЛІННЯ КІБЕРБЕЗПЕКОЮ ТА ЗАХИСТОМ
ІНФОРМАЦІЇ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: “МОДЕЛЮВАННЯ ПРОЦЕСІВ ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ТА
МЕТОДІВ ЇЇ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ”

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 125 Кібербезпека
освітньої програми Управління інформаційною та кібернетичною безпекою

*Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на
відповідне джерело*

(підпис) Роман МАЙСУЗЕНКО
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ здобувача

Виконав: здобувач вищої освіти гр. УБД-41

Роман МАЙСУЗЕНКО
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Керівник: Віталій ТИЩЕНКО
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Рецензент: _____
Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

Київ 2025

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Навчально-науковий інститут кібербезпеки та захисту інформації

Кафедра управління кібербезпекою та захистом інформації

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність 125 Кібербезпека

Освітня програма Управління інформаційною та кібернетичною безпекою

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри УКБЗІ

_____ Світлана ЛЕГОМІНОВА

“ _____ ” _____ 2025 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

Майсузенку Роману Віталійовичу
(прізвище, ім'я, по батькові здобувача)

1. Тема кваліфікаційної роботи “ Моделювання процесів поширення дезінформації та методів її нейтралізації ”,

керівник кваліфікаційної роботи ТИЩЕНКО Віталій,

(ПРИЗВИЩЕ, Ім'я, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від “07” березня 2025 р. №195.

2. Строк подання кваліфікаційної роботи “25” травня 2025р.

3. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: *фейкові акаунти, боти та координовані інформаційні кампанії; моделі поширення дезінформації в соціальних мережах; методи машинного навчання та штучного інтелекту для виявлення та нейтралізації дезінформаційного контенту; нормативно-правова база України та міжнародні стандарти в галузі інформаційної безпеки.*

4. Перелік питань, які мають бути розроблені:

4.1. Проаналізувати та дослідити ефективність процесів поширення

4.2. Дослідити вплив дезінформації на суспільство та державу.

4.3. Запропонувати рішення протидії дезінформації на національному рівні. Розробити практичні рекомендації.

5. Перелік ілюстративного матеріалу: *презентація PowerPoint*

6. Дата видачі завдання “22” лютого 2025 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Етапи кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапів роботи	Примітка
1.	Визначення об'єкту, предмету, мети та завдань дослідження.	18.03.2025	
2.	Збір та аналіз літератури.	29.03.2025	
3.	Дослідження історичного контексту виникнення «дезінформації».	08.04.2025	
4.	Аналіз практичного створення та застосування сучасних моделей, інструментів для поширення дезінформації.	15.04.2025	
5.	Вивчення інструментів, методів та практик нейтралізації дезінформації.	22.04.2025	
6.	Формулювання висновків за результатами проведеного дослідження.	29.04.2025	
7.	Оформлення роботи.	06.05.2025	
8.	Оформлення презентації.	09.05.2025	
9.	Отримання рецензії на роботу.	12.06.2025	
10.	Захист в ЕК.	__ .06.2025	

Здобувач вищої освіти

(підпис)

Роман МАЙСУЗЕНКО

(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

Керівник

кваліфікаційної роботи

(підпис)

Віталій ТИЩЕНКО

(Ім'я, ПРІЗВИЩЕ)

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ КІБЕРБЕЗПЕКИ ТА ЗАХИСТУ
ІНФОРМАЦІЇ**

**ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

Направляється здобувачка Майсузенко Р.В. до захисту кваліфікаційної роботи
(прізвище та ініціали)
за спеціальністю 125 Кібербезпека
(код, найменування спеціальності)
освітньої програми Управління інформаційною та кібернетичною безпекою
(назва)
на тему: “Моделювання процесів поширення дезінформації та методів її нейтралізації”
Кваліфікаційна робота і рецензія додаються.

Директор ННІКБЗІ _____
(підпис)

Євгенія ІВАНЧЕНКО
(Ім'я, ПРИЗВИЩЕ)

Висновок керівника кваліфікаційної роботи

Здобувач МАЙСУЗЕНКО Роман у валіфікаційній роботі здійснив комплексне дослідження проблеми поширення дезінформації в цифровому середовищі. У межах роботи проаналізовано механізми поширення фейкової інформації, роль фейкових акаунтів і бот-мереж, а також сучасні підходи до моделювання та нейтралізації дезінформації із застосуванням методів аналізу даних і штучного інтелекту.

МАЙСУЗЕНКО Роман продемонстрував розуміння предметної області, здатність до критичного аналізу наукових джерел, володіння сучасними методами дослідження та навички практичного застосування теоретичних моделей. У ході виконання роботи здобувач зарекомендував себе як відповідальний та дисциплінований виконавець. Результати дослідження були апробовані на наукових конференціях.

Все це дозволяє оцінити кваліфікаційну роботу здобувача МАЙСУЗЕНКА Романа на оцінку “_____” та присвоїти йому кваліфікацію бакалавра з кібербезпеки за освітньою програмою Управління інформаційною та кібернетичною безпекою.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(підпис)

Віталій Тищенко
(Ім'я, ПРИЗВИЩЕ)

“___” _____ 2025 року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота розглянута. Здобувач Майсузенко Р.В. допускається до захисту даної роботи в Екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедри
управління кібербезпекою та
захистом інформації

(підпис)

Світлана
ЛЕГОМІНОВА
(Ім'я, ПРИЗВИЩЕ)

ВІДГУК РЕЦЕНЗЕНТА на кваліфікаційну бакалаврську роботу

здобувача вищої освіти МАЙСУЗЕНКА Романа
на тему “Моделювання процесів поширення дезінформації та методів її
нейтралізації.”

Актуальність. У сучасному інформаційному суспільстві проблема поширення дезінформації є надзвичайно актуальною, особливо з огляду на активне використання соціальних мереж як каналів маніпулятивного впливу. Робота присвячена важливому науково-прикладному завданню — моделюванню інформаційних хвиль дезінформаційного характеру та розробці підходів до їх виявлення й нейтралізації. Це завдання має велике значення для підвищення рівня інформаційної безпеки як у державному, так і в приватному секторі.

Позитивні сторони.

1. У роботі розглянуто сучасні теоретичні підходи до вивчення дезінформації, проаналізовано типові моделі її поширення.

2. Автор опрацював значну джерельну базу: публікацій, в тому числі англomовних.

3. Запропоновано власну модель, що враховує поведінкові аспекти користувачів та особливості мережевих структур.

4. Практичне значення результатів підтверджується можливістю застосування моделі для виявлення та попередження інформаційних атак.

Недоліки. Доцільним було б глибше проаналізувати механізми адаптації дезінформаційних стратегій до змін у поведінці аудиторії, а також приділити більше уваги валідації моделі на реальних кейсах із відкритих джерел.

Однак, вищезгадані зауваження не впливають на загальну позитивну оцінку кваліфікаційної роботи.

Висновок: Кваліфікаційна робота виконана на належному науково-методичному рівні і заслуговує оцінки “_____”, а здобувач МАЙСУЗЕНКО Роман заслуговує присвоєння кваліфікації бакалавра з кібербезпеки за освітньою програмою Управління інформаційною та кібернетичною безпекою.

Рецензент:

підпис

Ім'я, ПРІЗВИЩЕ

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота присвячена дослідженню дезінформації як суспільно-політичного явища, особливо в контексті сучасного інформаційного простору, цифрових технологій та гібридної війни проти України. Робота складається зі вступу, трьох розділів, що містять 6 рисунків, висновків і списку використаних джерел із 49 найменувань. Загальний обсяг роботи становить 74 аркуші, з яких 6 аркушів займають перелік умовних скорочень та список використаних джерел.

Метою роботи є комплексний аналіз дезінформації як суспільно-політичного явища, дослідження методів її поширення та розробка підходів до протидії дезінформації.

Об'єктом дослідження є дезінформація як соціально-політичне явище, що впливає на громадську думку та становить загрозу національній безпеці.

Предмет дослідження – механізми створення та поширення дезінформації, а також методи її виявлення й нейтралізації в українському інформаційному середовищі.

Методи дослідження. У роботі застосовано теоретичний та порівняльний аналіз, а також систематизацію отриманих даних для формування висновків і практичних рекомендацій.

У результаті дослідження проаналізовано сутність дезінформації, її історичні корені та роль у політичному впливі. Розглянуто моделі поширення через соціальні мережі, досліджено сучасні методи та стратегії протидії, зокрема розвиток медіаграмотності, контрнарративів і використання технологій штучного інтелекту. Запропоновано рекомендації щодо формування комплексної національної стратегії протидії дезінформації.

Галузь застосування. Отримані результати можуть бути використані в системах державної політики, національної безпеки, освіти, кібербезпеки, а також у діяльності громадських організацій, що займаються протидією дезінформації.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ДЕЗІНФОРМАЦІЯ, ІНФОРМАЦІЙНА БЕЗПЕКА, ПОЛІТИЧНИЙ ВПЛИВ, ПРОПАГАНДА, СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ, КОНТРНАРАТИВИ, МЕДІАГРАМОТНІСТЬ, НАЦІОНАЛЬНА БЕЗПЕКА, ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА.

ABSTRACT

The bachelor's qualification work is dedicated to the study of disinformation as a socio-political phenomenon, particularly in the context of the modern information space, digital technologies, and the hybrid war against Ukraine. The work consists of an introduction, three chapters containing 6 figures, conclusions, and a reference list with 49 sources. The total volume of the work is 74 pages, including 6 pages devoted to abbreviations and the list of references.

The aim of the research is a comprehensive analysis of disinformation as a socio-political phenomenon, the study of its dissemination methods, and the development of approaches to counteract disinformation.

The object of the research is disinformation as a socio-political phenomenon that influences public opinion and poses a threat to national security. The subject of the research is the mechanisms of creation and dissemination of disinformation, as well as the methods of its detection and neutralization in the Ukrainian information environment.

Research methods. The study employs theoretical and comparative analysis, as well as data systematization to formulate conclusions and practical recommendations.

As a result of the study, the essence of disinformation, its historical origins, and its role in political influence have been analyzed. Models of dissemination through social networks have been examined, and modern methods and strategies of counteraction have been studied — including the development of media literacy, counter-narratives, and the use of artificial intelligence technologies. Recommendations have been proposed for the formation of a comprehensive national strategy to combat disinformation.

Field of application. The obtained results can be used in government policy systems, national security, education, cybersecurity, and by civil society organizations engaged in countering disinformation.

KEYWORDS: DISINFORMATION, INFORMATION SECURITY, POLITICAL INFLUENCE, PROPAGANDA, SOCIAL MEDIA, COUNTER-

NARRATIVES, MEDIA LITERACY, ARTIFICIAL INTELLIGENCE, NATIONAL SECURITY, PUBLIC POLICY.

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ І СКОРОЧЕНЬ	11
ВСТУП.....	12
РОЗДІЛ 1. ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЦЕСІВ ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ.....	14
1.1 Теоретичні підходи до вивчення феномену поширення дезінформації	14
1.2. Структура і функції дезінформації в системі інформаційного впливу.	18
1.3. Дослідження поширення дезінформації в Україні.....	27
Висновки до першого розділу.....	32
РОЗДІЛ 2. ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ	33
2.1. Дезінформація як інструмент геополітичного впливу	33
2.2 Теоретико-аналітичні моделі поширення дезінформації в інформаційному середовищі	36
2.3. Механізми та динаміка поширення дезінформації в соціальних мережах	45
Висновки до другого розділу	48
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИ ТА СТРАТЕГІЇ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ.....	51
3.1 Сучасні механізми протидії поширенню дезінформації	51
3.2 Освітні стратегії формування медіаграмотності суспільства	54
3.3. Формування українського інформаційного простору як механізм запобігання та протидії поширенню дезінформації	60
Висновки до третього розділу.....	64
ВИСНОВКИ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	69

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ І СКОРОЧЕНЬ

SIR	Susceptible-Infected-Recovered - Сприйнятливий-Інфікований-Відновлений у контексті епідеміологічних моделей поширення дезінформації
IBMs	Individual-Based Models - Моделі на основі індивідуальних агентів.
PR	Public Relations - зв'язки з громадськістю.
SEIR	Susceptible-Exposed-Infected-Recovered – Сприйнятливий-Підданий впливу-Інфікований-Відновлений у контексті епідеміологічних моделей поширення дезінформації.

ВСТУП

Актуальність теми. В епоху стрімкого розвитку цифрових технологій та глобалізації комунікацій, інформація перетворилася на один із найважливіших ресурсів впливу. Зокрема, дезінформація — свідоме поширення неправдивих або спотворених відомостей — стала потужним інструментом політичної боротьби, засобом маніпуляції суспільною свідомістю та загрозою національній безпеці. Особливо актуально це питання постає для України, яка перебуває в умовах постійної інформаційної агресії в межах гібридної війни.

З огляду на зазначене, дослідження дезінформації як суспільно-політичного явища, її механізмів, каналів поширення та ефективних стратегій протидії є важливим і актуальним науковим завданням.

Мета роботи полягає у комплексному аналізі дезінформації, вивченні методів її поширення та розробці підходів до протидії, з урахуванням українського контексту.

Об'єкт дослідження — дезінформація як соціально-політичне явище, що впливає на формування громадської думки.

Предмет дослідження — механізми створення та поширення дезінформації, а також існуючі й перспективні стратегії її виявлення та нейтралізації.

Для досягнення мети в роботі необхідно виконати такі завдання:

1. Проаналізувати теоретичні основи дезінформації.
2. Дослідити канали поширення дезінформації, зокрема соціальні мережі.
3. Вивчити вплив дезінформації на суспільну свідомість.
4. Проаналізувати ефективні методи протидії дезінформації.
5. Сформулювати практичні рекомендації для розробки національної стратегії протидії дезінформації.

Методи дослідження. У роботі використано методи історичного, теоретичного, контент- та порівняльного аналізу, а також систематизацію даних з метою формування висновків і рекомендацій.

Практичне значення одержаних результатів. Результати дослідження можуть бути використані для удосконалення державної політики у сфері інформаційної безпеки, розробки освітніх програм з медіаграмотності, підвищення кіберстійкості, а також у практичній діяльності організацій, що протидіють дезінформації.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи відбулася на Всеукраїнській науково-практичній конференції “Стратегії кіберстійкості: управління ризиками та безперервність бізнесу” 27 лютого 2025 року.

РОЗДІЛ 1. ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ТА ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОЦЕСІВ ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

1.1 Теоретичні підходи до вивчення феномену поширення дезінформації

Дезінформація — це явище, яке супроводжує людство протягом усієї його історії. З розвитком технологій та засобів комунікації, методи та масштаби поширення неправдивої інформації зазнавали значних змін. В сьогоденні кожна людина має можливість перевірити правдивість інформації, наприклад, звернутися за офіційним коментарем до того чи іншого міністерства, структури, організації, установи, а якщо інформація споживається через медіа, або соціальні мережі, то є можливість звернутися до першоджерела, аби перевірити достовірність інформації.

За весь час існування дезінформації змінювались підходи та технології поширення дезінформації, проте цілі та методи їх досягнення не зазнали суттєвих змін. Раніше, як і зараз дезінформація використовувалась для досягнення політичних, соціальних або комерційних цілей. Наприклад, вигадкування героїчних подвигів для створення позитивного іміджу, демонізація політичних опонентів та ворогів, підняття бойового духу солдатів та цивільного населення, деморалізація ворога шляхом поширення неправдивих відомостей про втрати, методи цензури в тому числі контроль над поширенням інформації для приховування невдач. Якщо проводити паралелі, то в давнину так і сьогодні держави використовують ці способи для впливу на інші країни на зовнішньополітичній арені.

Сьогодні важливо створювати те, що впливає на суспільство, тому дезінформація часто використовується як інструмент управління та впливу, що може переслідувати нас повсюди.

Найчастіше дезінформацію використовують держави та окремі інституції, яким притаманна політика «Жорсткої сили». Наприклад, дослідження Ланса Гантера виявило, що авторитарні режими значно частіше поширюють

дезінформацію через соціальні мережі [1]. Як правило, такі держави зазвичай мають розвинуті механізми контролю над ЗМІ, інтернетом та іншими каналами комунікації, це дозволяє їм легше поширювати вигідну інформацію та придушувати альтернативні точки зору.

Зазвичай держави використовують дезінформацію для досягнення політичних, зовнішньополітичних та економічних цілей.

Український професор Георгій Почепцов стверджує, що найголовнішими поширювачами дезінформації є самі люди [2]. Людина, як об'єкт дезінформації, є мішенню інформаційних атак. Внаслідок цього людина може перетворитися в суб'єкт поширення дезінформації, якщо стане переконаною в її правдивості. Часто люди поширюють дезінформацію не через власні істинні переконання, а свідомо заради психологічних потреб, соціальних мотивів або матеріальної вигоди.

Лаура Джойнер у своїй докторській дисертації зазначає, що для посилення дезінформації, дописи мають бути привабливими для користувачів, які бачать їх першими, а алгоритми рекомендацій дають змогу показувати іншим користувачам релевантний контент на основі їхньої попередньої активності [3].

Дезінформація є інструментом для досягнення різних цілей. Починаючи від соціальних, до економічних, що можуть охоплювати навіть інші країни [4].

Сьогодні тема дослідження дезінформації та методів її поширення є невід'ємною складовою здорового інформаційного суспільства, адже дезінформація несе загрозу нації, яка під впливом масштабних кампаній може деградувати та втратити зв'язок з реальністю. Це може нести реальну загрозу державності, адже є підвищена загроза впливу на єдність суспільства та знижувати здатність держави до мобілізації в кризових ситуаціях.

Для дослідження процесів поширення дезінформації необхідно класифікувати та дослідити явища, що можуть мати ознаки дезінформації, або тісно перетинаються з нею. Це допоможе зрозуміти роль певних процесів у поширенні дезінформації, та визначити структуровані моделі впливу на суспільство.

Варто зазначити, що медіаграмотність українського суспільства за останні роки значно зросла, це підтверджує «Детектор медіа», які кожного року досліджують індекс медіаграмотності українців та порівнюють його динаміку з попередніми роками [5]. Автор вважає, що в контексті дослідження процесів поширення дезінформації варто зосередитися на класифікації, адже розуміння всього інструментарію, який може застосовуватися для впливу на суспільству, необхідне для формування правильних стратегій та тактик протидії поширенню дезінформації.

Директорка дослідницької організації First Draft, яка займається боротьбою з дезінформацією виділила у своєму звіті три типи інформаційних порушень на рисунок 1.1., що тісно пов'язані з дезінформацією [6]:

- Дезінформація (disinformation) – навмисно неправдивий вміст, призначений завдати шкоди.
- Місінформація (misinformation) – оманлива інформація, що поширюється без наміру ввести в оману.
- Малінформація (malinformation) – справжня інформація, яка поширюється з наміром завдати шкоди.

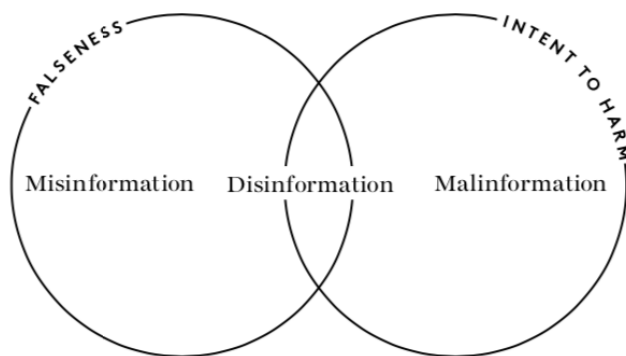


Рис 1.1 Три типи інформаційних порушень за версією First Draft.

Межі між цими інформаційними порушеннями часто бувають розмитими, наприклад, коли дезінформація може маскуватися під місінформацію, а малінформація може бути використана для посилення дезінформації, створюючи інформаційний шум, у якому важко відрізнити правду від брехні.

Дезінформація не є явищем, яке просто існує, або виникає саме по собі. Її поширення завжди пов'язане з іншими формами інформаційних впливів, серед них:

- дезінформація як інструмент пропаганди;
- дезінформація в гібридній війні / ІПСО;
- дезінформація як політична технологія;

Та інші напрями, які можуть стосуватися державного управління, мас-медіа або журналістики.

У сучасному світі поширення дезінформації перестало бути просто поширенням брехні. Сьогодні це системний інструмент впливу, який може впроваджуватися в державну пропаганду, стратегічні наративи, інформаційні кампанії та психологічні операції. На практичному прикладі це спостерігається у контексті гібридної війни, зокрема з боку російської федерації, яка використовує дезінформацію як один із ключових елементів своїх інформаційних впливів. Дезінформація інтегрується в пропаганду як метод емоційного тиску, створення образу ворога, виправдання агресивних дій або делегітимації опонента. Це стосується не тільки умов ведення інформаційної війни проти України, але й проти Чечні, Абхазії та Сирії.

Сьогодні дезінформація рідко функціонує ізольовано. Її вбудовують у наративи, адже за роки ведення російської агресивної інформаційної політики щодо України, вибудувався фундамент, що заснований на викривленій історії, правдивій інформації, але поданій під «потрібним кутом» та самої дезінформації, яку так часто можна побачити в пропаганді. Наприклад, наративи про «занепад Заходу», «зовнішнє управління» та «братні народи». Це лише частина інформаційних конструкцій, у які систематично вшивається дезінформаційний зміст. Такі наративи повторюються у ЗМІ, соцмережах, політичних виступах, в культурних продуктах, створюючи у населення викривлене, але стійке сприйняття реальності.

У цьому контексті дезінформація — не випадкова брехня, а інструмент стратегічного конструювання свідомості. Її мета — не лише ввести в оману, а й

закріпити певні моделі мислення, поляризувати суспільство та паралізувати критичне мислення.

Дезінформація часто маскується під «альтернативну точку зору», «сенсацію» або «викриття», що робить її привабливою для недовіряючої або розчарованої частини суспільства.

Дезінформація впроваджується не напряму, а через підконтрольні або сумнівні джерела інформації. Наприклад, анонімні телеграм-канали, псевдомедіа або за рахунок інфлюенсерів, тому практично кожна людина може бути розповсюджувачем дезінформації. Варто зазначити, що зазвичай люди поширюють саме місінформацію. Поширювачі місінформації не мають на меті ввести в оману. Дослідження показують, що зазвичай ця інформація відповідає їхнім поглядам, або підтверджує їх, адже в умовах постправди об'єктивні факти стають менш значущими для формування громадської думки, ніж апеляція до емоцій та особистих переконань [7]. Особи, які поширюють подібний тип інформації, часто впевнені в її достовірності [8]. Вони рідко об'єктивно оцінюють інформацію, що може призводити до викривлення змісту через хибне сприйняття і згодом розповсюдження, що суттєво впливає на характер переданої інформації.

Для мінімізації випадків хибного сприйняття інформації рекомендується використовувати загальноновживану та зрозумілу для цільової аудиторії лексику [9]. У певних ситуаціях доцільним є утримання від додаткових коментарів, щоб уникнути неоднозначності та двозначного сприйняття інформації.

1.2. Структура і функції дезінформації в системі інформаційного впливу

У контексті гібридної війни, яку росія здійснює проти України, питання дезінформації набуває стратегічного значення. Дезінформація розглядається не лише як складова гібридної війни, а й як потужний інструмент психологічного впливу, спрямованого на дестабілізацію внутрішньої ситуації, підрив суспільної довіри до інституцій та маніпулювання міжнародною думкою.

Вивчаючи поширення дезінформації, ми фактично аналізуємо механізми реалізації пропагандистських стратегій, що функціонують через систематичне формування та поширення маніпулятивних повідомлень. Центральною одиницею цих схем виступає наратив, який виконує функцію структурної платформи та може містити в собі окремі фрагменти дезінформації.

Взаємодія відбувається через створення або нав'язування пропагандою необхідних для впливу на суспільство наративів, які завжди вигідні конкретним політичним або ідеологічним силам. В свою чергу дезінформація може бути як частиною наративу так і створювати нові. Дезінформація може використовуватися для підсилення вже існуючих наративів, наприклад, роблячи їх більш радикальними або маніпулятивними.

Розглянемо ці інструменти інформаційного впливу у контексті застосування в Україні. Не дивлячись на відмінність за своїми ролями в системі (пропаганда – стратегія, наратив – форма/платформа, дезінформація – тактика), всі три — є інструментами інформаційного впливу різних рівнів та взаємодіють одне з одним, де ієрархічно нижчий інструмент повинний дотримуватися правил вищого. Фактично, пропаганда це системна діяльність, що спрямована на формування суспільної думки. Вона задає загальні цілі і меседжі, породжує наративи у вигляді структурованих історій, які доносять певні ідеї. Наративи — це розповіді, що формують світогляд за рахунок меседжів визначених пропагандою. Вони трансформуються у пов'язані історії зі своїми героями, причинами, мотивами та наслідками. Наративи можуть бути правдивими, спотвореними або повністю фейковими. Вони є підґрунтям для масового сприйняття. В свою чергу дезінформація використовується для підсилення наративів або створення нових. Вона може бути вбудована в наративи як «факт» або «доказ», проте відрізнити її від правди може бути важко через емоційність або переконливість. Вона може бути спотвореною, а не повністю сфабрикованою.

Одним із найпотужніших інструментів інформаційно-психологічного впливу є фреймінг — процес подачі інформації в певній рамці (фреймі), яка акцентує увагу на окремих аспектах події чи явища. Фрейм визначає як людина

інтерпретує цю інформацію. Що вважає важливим, що ігнорує та які емоції переживає. Фреймінг — це спосіб керувати емоціями, переконаннями та поведінкою суспільства. Зазвичай фрейми роблять акцент на емоційність, наприклад:

- страх;
- гнів;
- жертовність;
- національна гордість.

Кожен з фреймів має на меті викликати конкретну емоцію: тривогу або паніку, обурення або агресію, жалість або емпатію та гордість.

Механізми емоційного впливу через фреймінг — це способи, за допомогою яких медіа чи інфлюенсери навмисно чи ненавмисно подають інформацію так, щоб викликати певні емоційні реакції, змінити сприйняття фактів та сформувати бажану поведінкову відповідь (див. табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Опис механізмів емоційного впливу через фреймінг

Механізм	Опис
Селективний добір фактів	Подання фактів, які викликають бажану емоцію. Інші замовчуються.
Лінгвістична маніпуляція	Використання емоційно заряджених слів — «злочинна влада», «зрадники», «герої».
Поляризація	Фрейми часто розділяють світ на «добрих» і «поганих».
Апеляція до базових інстинктів	Використання фреймів, які апелюють до базових інстинктів людини — безпека, виживання, ідентичність.
Емоційне повторення	Постійне повторення одних і тих самих емоційних фреймів формує стійку когнітивну схему, що автоматично активується при згадуванні теми.

Аналіз дезінформації як елемента сучасного інформаційного простору неможливий без урахування її візуальної та символічної природи. У цьому контексті концепція «спектаклю» Гі Дебора надає нові інтерпретаційні рамки для розуміння того, як формується сприйняття реальності через масові образи.

Гі Дебор — французький революціонер, історик та режисер, відомий своєю книгою «Суспільство спектаклю» стверджував, що в сучасному світі домінує «спектакль» — візуальне уявлення життя та соціальне відношення яке опосередковане певними образами. У своїй теорії він називав два основних типи спектаклю:

- Розпилений спектакль — тип спектаклю, на думку Дебора, був характерний для країн «капіталістичного Заходу». Він характеризувався домінуванням товарного культу, де суспільство було поглинуте безкінечним потоком товарів і образів, створюючи ілюзію свободи вибору та індивідуальності, в той час як люди керувалися логікою ринку.

- Концентрований спектакль — тип спектаклю, на думку Дебора, був характерний для країн з тоталітарним режимом правління, таких як росія та Китай. Він характеризувався централізованим контролем над інформацією і пропагандою, де держава використовувала репресивний апарат для підтримки своєї влади. В таких суспільствах ідеї «спектаклю» зводились до нав'язування єдиної ідеології та придушення будь якого інакомислення [10].

Різниця між «спектаклями» полягає у способах впливу на суспільство, в першому випадку через маніпулювання бажаннями та потребами, в іншому — через репресії та контроль над інформацією. Сьогодні ці два «спектаклі» часто перетинаються між собою і такі країни як Іран, Китай та росія ведуть змішану зовнішню та внутрішню інформаційну політику.

В Україні «розпилений спектакль» проявляється через вплив західної мас-культури, реклами, соціальних мереж та споживчого суспільства. Він створив ілюзію «успішного життя», де щастя пов'язане з матеріальними благами та ілюзорною індивідуальністю. «Західні» стандарти підривають розвиток власної культури, люди споживають те, що їм нав'язує суспільство, здавалось, те, що

вчора було неприйнятним, сьогодні є суспільною нормою. Прикладами цього є «марші рівності», що переслідують свої політичні та матеріальні цілі, сприйняття війни як фону з гарними кадрами та постійними звітами, які найчастіше подаються без контексту, що не дає усвідомити реальний масштаб трагедії.

«Концентрований спектакль» відіграв не менш важливу роль у формуванні української культури та державних інституцій, сформувавши сучасну ідентичність України та її суспільства, оскільки довгий час саме він спіткав українців через війни, окупації та репресивні ідеології. Українське суспільство, як послідовник радянського режиму має можливість боротися з вибудованою тоталітарною машиною, яка до сьогодні має вплив на найважливіші аспекти соціуму, в якому формуються діти та держава. Прикладом цього є наслідки «каральної психіатрії», яка стала відомою в ХХ ст. В Україні «каральна психіатрія» залишила особливий відбиток, де методи лікування залишилися застарілими, а люди, позбавлені дієздатності не можуть ініціювати процес поновлення своєї дієздатності [11]. Також, яскравим прикладом слугують провокації на масових акціях, де може відбуватися штучне створення конфліктів чи інцидентів, щоб виправдати силовий розгін або дискредитацію учасників.

Кіберпростір уже давно не просто місце для обміну інформацією. Сьогодні це одна з головних арен, де ведеться боротьба за вплив. У цьому середовищі активно використовують дезінформацію та інформаційно-психологічні операції для тиску на суспільства та політичні еліти. Все це відбувається непомітно для більшості людей, але має значний вплив на настрій у суспільстві. Інструменти інформаційного впливу (див. табл. 1.1) увійшли в масову свідомість, адже вони описують механізми, які щоденно впливають на формування поглядів та поведінки суспільства.

Взаємозв'язок та роль у системі інформаційного впливу

Критерій	Пропаганда	Наратив	Дезінформація
Сутність	Ідеологічно вмотивована стратегія впливу на масову свідомість	Структурована історія або інтерпретація подій, що задає рамку сприйняття	Навмисне поширення неправдивої або маніпулятивної інформації
Функція	Формування й закріплення масових переконань	Формування смислового поля для сприйняття інформації	Маніпуляція «фактами» для досягнення бажаного психологічного чи соціального ефекту
Форма реалізації	Кампанії, інформаційні операції, повторювані меседжі	Ключові формули, символічні образи, смислові лінії, історії	Фейкові повідомлення, напівправа, підміна джерел, провокативні заголовки
Тривалість впливу	Довгострокова, стратегічна	Тривала, адаптивна до контексту	Короткострокова, часто вбудовується в наратив або пропаганду
Цільова аудиторія	Широка масова аудиторія	Ідеологічно або соціально визначені групи	Уразливі соціальні групи, зокрема ті, що схильні до конспірологічного або емоційного мислення
Зв'язок між поняттями	Використовує дезінформацію як інструмент; реалізується через наративи	Є рамкою для поширення дезінформації та формування пропагандистського світогляду	Служить засобом підсилення чи легітимації наративів і пропаганди
Приклад	Меседжі, що виправдовують вторгнення в Україну	«Боротьба з нацистським режимом» як легітимізаційний наратив	Фейкові твердження: «фашистські батальйони», «вбивства мирного населення», «утиски російськомовного населення»

Незважаючи на значну увагу держави до медіаграмотності та кібергігієни, проблема поширення дезінформації досі залишається недостатньо дослідженою. Сучасні інформаційні виклики формують потреби у глибшому вивченні методів протидії та нейтралізації дезінформації, адже такі навички як медіаграмотність

та кібергігієна не можуть охопити все суспільство в короткий проміжок часу, тому значна частка населення залишається вразливою до дезінформації.

Актуальність дослідження викликана потребою протидії поширенню дезінформації, яка використовується як інструмент інформаційного впливу з боку росії. Її мета — маніпулювати суспільною свідомістю та підривати довіру до державних інституцій, а можливість формування наративів за допомогою дезінформації створює сприятливі умови для когнітивного впливу на суспільство.

Сторітелінг відіграє важливу роль у структурі дезінформаційних кампаній завдяки здатності формувати емоційно насичені наративи, які впливають на сприйняття, пам'ять та поведінку аудиторії [12]. Ефективність сторітелінгу зумовлена здатністю створювати цілісні смислові структури, в яких події, персонажі та конфлікти подаються в причинно-наслідковому порядку.

Одним із ключових механізмів емоційного впливу є когнітивна ідентифікація аудиторії, тобто, коли людина переживає історію не як зовнішній спостерігач, а як учасник подій. Це активізує емпатичні реакції, які знижують рівень критичного осмислення інформації та підвищують вразливість до маніпуляцій.

Сторітелінг також використовує архетипові структури (герой, жертва, ворог), що апелюють до базових емоційних сценаріїв. Це створює ефект «внутрішньої правди», коли сприйняття правдоподібності ґрунтується не на фактах, а на емоційній логіці. Внаслідок цього інформація, навіть неправдива, може закріплюватися у свідомості як достовірна.

Залучення елементів персонального досвіду або гіперболізація складних соціальних процесів до простих моральних сюжетів сприяють створенню так званих когнітивно-комфортних моделей реальності. Це дозволяє аудиторії уникати складного аналізу та приймати емоційно привабливу, хоча й дезінформуючу, картину світу.

Таким чином, сторітелінг як форма дезінформації функціонує не лише як засіб передачі змісту, але як інструмент емоційного впливу, який формує упереджені

оцінки, спонукає до дій і підсилює соціальні наративи, що відповідають інтересам маніпулятора.

У соціальному контексті дезінформація розглядається як суттєва суспільна проблема, що сприяє роз'єднанню громадян і зменшенню соціальної згуртованості. В контексті інформаційних операцій дезінформація постає як інструмент досягнення конкретних оперативних цілей. У межах пропагандистської діяльності дезінформація виступає як складова частина інформаційного впливу, яка доповнює інші форми маніпулятивного впливу на свідомість цільової аудиторії.

Одним із стратегічних прийомів поширення дезінформації серед мас є візуальні образи. Їх застосування має на меті виклик у глядача сильних емоцій, маніпулюючи його сприйняттям, пам'яттю та поведінкою [13]. Основними механізмами є:

- активація базових емоцій [14] (кадри зруйнованих міст → викликають страх або гнів);
- когнітивна економія [15] (люди легше запам'ятовують зображення ніж текст, фото закарбовується швидше);
- фреймінг (одна й та сама подія може зображатися як героїчна або злочинна. Образ формує рамку інтерпретації) [16];
- монтаж і викидання з контексту (фото або відео можуть бути справжніми, проте використані у хибному контексті) [17];
- стереотипи та колективна травма (зображення можуть розпалювати ворожнечу, опираючись на національні або історичні образи) [18];
- маніпуляція естетикою (використання чорно-білого фільтру для створення настрою тривоги або ностальгії, стилізовані образи під «документальні», що надає відчуття достовірності) [19].

Такі прийоми розраховані на миттєві емоційні реакції, які викликаються автоматично, ще до того, як людина встигає критично осмислити побачене. Така емоційна реакція стимулює імпульсивні дії, наприклад поширювати контент [20].

На сучасному етапі розвитку інформаційного суспільства дезінформація вивчається як міждисциплінарна дисципліна, що поєднує підходи з соціології, психології, політології, кібербезпеки, комунікаційних наук, тощо. Ефективність дезінформації значно зростає у разі її комбінування з іншими інструментами впливу, такими як фейкові новини, маніпулятивна риторика, візуальний контент, соціальні медіа та інші технології.

Вивчаючи тему поширення дезінформації, автор рекомендує звернути увагу на ключові аспекти, канали поширення, форми та цілі дезінформації (див. табл. 1.2), це допоможе сформувати цілісне уявлення про механізми дії дезінформаційних кампаній [21] та оцінити потенційні загрози. Також, розуміння цих механізмів сприяє аналізу інформаційного середовища, що в подальшому допомагає сформувати ефективні стратегії та тактики протидії деструктивним інформаційним впливам.

Таблиця 1.3

Ключові аспекти, канали, формати та цілі поширення дезінформації

Ключові аспекти дезінформації	Канали поширення	Формати поширення	Цілі поширення дезінформації
Навмисне спотворення фактів	Засоби масової інформації	Текстові повідомлення	Маніпулювання громадською думкою
Поширення неправдивої або фальшивої інформації	Соціальні мережі	Зображення	Підрив довіри до офіційних джерел
Використання емоційного впливу	Месенджери (Telegram, Viber тощо)	Відеоконтент	Поляризація суспільства, емоційне збудження, розпалювання конфліктів
Суперечливість, непослідовність посилів	Інтернет-ресурси, блоги	Аудіоматеріали	Дискредитація державних і громадських інституцій
Спрощення складних проблем, дезорієнтація	Особисте або групове спілкування	Комбіновані формати	Дестабілізація, створення інформаційного хаосу, відволікання уваги, деморалізація

В сучасному інформаційному середовищі дезінформація виступає не лише як окрема форма викривлення фактів, а як складова частина більш широких стратегій інформаційного впливу. У взаємодії з пропагандою та наративами вона утворює цілісну систему, де кожен елемент виконує свою функцію, підсилюючи інші елементи.

Таким чином, поширення дезінформації це не тільки про бажання ввести в оману, а й у конструюванні повідомлень, які впливають на когнітивні процеси людини. Дезінформація діє через механізми, які вже наявні у свідомості. Вона часто базується на фрагментах правди, вирваних із контексту, напівправді або смислових акцентах, які зміщують фокус уваги. Саме тому дезінформація і є ефективною. Вона не вступає у прямий конфлікт із переконаннями людини, а м'яко їх коригує, посилює або трансформує. У книзі «Дезінформація» Георгій Почепцов зауважував, що ціллю є атака на структури мислення людини [4].

Отже, сьогодні проблема поширення дезінформації полягає в її прихованості та здатності маскуватися під достовірну інформацію. Її зміст часто розрахований на емоційну реакцію, що значно підвищує ймовірність її подальшого поширення у вигляді репостів, коментарів або розмов, а повідомлення поступово інтегруються в сприятливе (для дезінформації) інформаційне середовище, що дозволяє формувати або змінювати уявлення про події.

1.3. Дослідження поширення дезінформації в Україні

В умовах інформаційного середовища, в якому доступ до джерел знань майже необмежений, особливу роль у процесі поширення дезінформації починають відігравати інформаційні впливи — як конструктивного так і деструктивного характеру. Одним із найбільш загрозливих явищ у цьому контексті є систематична дезінформація, яка трансформує уявлення окремих груп населення про їхнє минуле, сьогодення та майбутнє. Дезінформація яка направлена проти України, частково спрямована на трансформацію уявлення, вона має наступні ключові цілі:

- викривлення або заперечення ключових подій української історії. Наприклад заперечення Голодомору та Революції Гідності;

- дискредитація національних символів та культурних постатей. Наприклад виставляючи українських героїв злочинцями, викривляючи факти та апелюючи до емоцій. Таким чином формуються сумніви: кого вважати героями, а кого ні.

- Поляризація суспільства. Через створення уявних «внутрішніх ворогів», «західні» та «східні», «україномовні» та «російськомовні».

Найбільш вразливими до такого роду впливів є ті прошарки населення, які залишаються поза рамками активного інформаційного споживання або ж навпаки — є занадто зануреними в емоційно насичене але часто маніпулятивне інформаційне середовище. Вони не завжди мають або застосовують інструменти для критичної оцінки почутого, прочитаного чи побаченого.

Однією з ключових загроз інформаційній безпеці, особливо в період до повномасштабного вторгнення, є діяльність так званих агентів впливу — осіб, які цілеспрямовано просувають інтереси ворожої держави в межах політичного, медійного та культурного простору. Така активність не обмежується поширенням дезінформації, а часто має ознаки системної підривної діяльності, що впливає на суспільні настрої, політичну орієнтацію окремих груп населення та формування суспільної думки.

Типовою рисою таких суб'єктів є використання публічного образу експертів, журналістів або активістів для прикриття просування ворожих наративів. Часто вони позиціонують себе як «альтернативні» або «незалежні» джерела інформації, які нібито здійснюють об'єктивну критику влади чи подій у державі. Водночас у змісті поширюваних ними повідомлень домінують тези, що збігаються з інформаційною політикою країни-агресора: дискредитація Збройних Сил, делегітимація революційних змін, підрив довіри до міжнародних партнерів України.

Особливо небезпечною є стратегія демонстративного «нейтралітету», яка маскує відверто пропагандистську діяльність. Такий підхід дозволяє уникати прямої ідентифікації з агресором і водночас створювати в суспільстві враження,

що ці повідомлення є об'єктивною думкою. Це сприяє поширенню проросійських наративів у легітимізованій формі, посилює суспільну дезорієнтацію та може спричинити зниження стійкості до зовнішніх інформаційних впливів.

У результаті систематичного впливу таких агентів, спотворені повідомлення або відверта дезінформація здатні трансформуватися в частину суспільного дискурсу, ускладнюючи формування об'єктивної картини подій та створюючи передумови для внутрішньої нестабільності.

Подібні їм особи, своєю діяльністю (зазвичай інформування суспільства під вигідним кутом) мають вплив на маси, відповідно, поширення певних наративів в таких умовах може легітимувати проросійські погляди, або саму дезінформацію, яка внаслідок цих дій може стати думкою частини суспільства.

Вирішення проблеми поширення дезінформації потребує комплексного підходу — одночасної роботи на рівні держави, медіа, громадськості й особистої відповідальності. В першу чергу особиста відповідальність породжує як залученість громадськості так і може мати вплив на державні ініціативи. Отже, необхідно свідомо обирати що саме читати та слухати. Оточення також відіграє роль. Спілкування з людьми, які поділяють подібні цінності, допомагає формувати стійке середовище, де фейки та маніпуляції швидко виявляються та не поширюються далі.

Це можна віднести і до громадянської позиції, яка сьогодні має бути активною, адже має велике значення. Важливо пояснювати суспільству як розрізняти правдиву інформацію від ворожої пропаганди.

На державному рівні важливо розвивати медіа освіту не як проект за власним бажанням, а як невід'ємна частина інформаційної культури, вводити її в освітні програми шкіл, коледжів та університетів. Окрім рекомендацій, держава повинна робити вирішальні для нашої культури кроки, наприклад, підтримувати незалежні платформи, мотивувати людей до проявів власних ініціатив та підтримувати їх.

В умовах гібридної війни, створення в Україні власного сприятливого інформаційного середовища має стати не лише реактивним механізмом захисту від дезінформації а й проактивною стратегією розвитку національної інформаційної стійкості. Відсутність структурованого та україноцентричного інформаційного простору призводить до того, що частина населення потрапляє під вплив зовнішніх наративів — проросійських, деструктивних або таких, що просувають зневіру та розкол суспільства.

Насамперед, варто звернути увагу на створення українського платформеного середовища в цифровому просторі. Боротьба за аудиторію повинна йти не лише через блокування ворожих ресурсів, а й через розвиток альтернативних українських медіаплатформ, блогерів, інфлюенсерів та громадських ініціатив. Однією із ключових проблем в Україні є децентралізоване медіасередовище, де залежність від іноземних технологічних гігантів несе низку ризиків. Україна фактично не контролює платформи, що створює вразливість перед цензурою чи блокуванням контенту, які можуть впливати на видимість важливої інформації. Ці сервіси часто стають полем діяльності для ботів, фейкових акаунтів та ворожих інформаційних кампаній, які складно оперативно відстежувати та нейтралізувати. З однієї сторони деякі платформи формально знаходяться в партнерських стосунках з Україною, вони протидіють проросійським наративам та видаляють частину контенту. Проте з іншої сторони, платформи, які створювалися для бізнес-цілей, виявилися майже безсилими перед дезінформацією та пропагандою, адже, якщо теоретично видалити весь деструктивний контент, то це може призвести до значних збитків, адже це середовище, в якому ключовий актив — інформація.

В першу чергу необхідно забезпечити системну підтримку національних медіа та контенту, який базується на правдивій інформації та водночас є цікавим, динамічним та конкурентним у порівнянні з деструктивними джерелами. Український користувач має отримувати доступ до контенту, який не лише інформує, а й формує світогляд, ґрунтований на реаліях сучасної України, її історії, культури, боротьбі та цінностях. Це може передбачати державні грантові

програми, інформаційно-культурні проекти, наявність власних платформ у соціальних мережах та формування привабливої національної медіаідентичності [22].

По-друге, необхідно розвивати медіаграмотність як складову загальної освіти не лише як інструмент боротьби з дезінформацією, а як частину формування національного інформаційного імунітету. Впровадження медіаосвіти в усі рівні освіти дозволить підвищити загальну стійкість суспільства до маніпуляцій та створить фундамент для довгострокового культурного самозахисту.

По-третє, критично важливим є формування довіри до державних інституцій. Прозорість комунікації, оперативне реагування на інформаційні атаки та їх запобігання дозволяють підвищити легітимність інформаційного продукту. Варто звернути увагу, що деякі існуючі механізми формування довіри до державних інституцій в Україні, що включають в себе залучення державних експертів до брифінгів та роз'яснень є сумнівним рішенням. Це підтверджують різні дослідження, зокрема Київського міжнародного інституту соціології (КМІС). КМІС зазначає, що в грудні 2023р., телемарафону довіряли 43%, не довіряли — 38%. Станом на початок лютого 2024р., частка тих, хто довіряє, знизилася до 36%, натомість до 47% зросла частка тих, хто не довіряє [23].

На думку автора, довіра українців до телемарафону «Єдині новини» пов'язана з періодичною появою сумнівних осіб, що називаються експертами, проте не завжди є такими. Безумовно, сама ініціатива — телемарафон «Єдині новини» є одним із найкращих механізмів комунікації з суспільством, проте, реалізація потребує значних допрацювань.

Висновки до першого розділу

Дезінформація завжди була частиною життя людства, змінюючись разом із розвитком засобів комунікації. Сьогодні ми спостерігаємо не просто нові форми, а цілісні системи поширення неправдивої інформації, які часто важко відрізнити

від звичайної інформації, яка може бути частиною пропаганди, гібридної війни, політичних технологій або просто способом впливу на думку людей через соціальні мережі.

Основна ідея залишається незмінною — поширення дезінформації для досягнення стратегічних цілей. Це може бути політичний тиск, створення вигідного образу, дискредитація опонентів або підриг довіри до держави. Досвід останніх років, зокрема у контексті війни росії проти України, показує, наскільки потужним інструментом вона може бути в руках держави.

Варто звернути увагу і на те, що поширюють дезінформацію не лише спеціально створені структури. Найчастіше це роблять самі люди — іноді несвідомо, іноді через власні переконання або емоції. Така інформація може поширюватись через телеграм-канали, соцмережі або знайомих, і саме тому важливо вміти розрізняти, де правда, а де маніпуляція.

Сьогодні проблема не тільки в самій дезінформації, а й у тому, що вона переплітається з правдивими фактами або видається за «альтернативну думку», через що її ще важче викрити, проте дослідження показують, що українське суспільство демонструє зростання рівня медіаграмотності.

РОЗДІЛ 2. ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ

2.1. Дезінформація як інструмент геополітичного впливу

У сучасному світі дезінформація стала важливим інструментом у руках держав та інших суб'єктів, які мають вплив на міжнародній арені. Її використовують для того, щоб дестабілізувати ситуацію в інших країнах, вплинути на громадську думку, створити хаос або втручатися в політичні й соціальні процеси. Часто мета таких дій — отримати певні стратегічні переваги чи послабити опонента.

Одним із малопомітних для внутрішнього споживача інструментів впливу є пропаганда, яка є стратегічним інструментом для досягнення впливу. Пропаганда завжди активно спирається на вже зафіксовані уявлення населення, намагаючись їм не суперечити [24]. Розподіл пропаганди може відбуватися за ключовими критеріями, що допомагають зрозуміти її цілі, аудиторію та зміст:

- за цілями (внутрішня та зовнішня пропаганда) (табл 2.1).
- за методами та формами впливу (вербальна, візуальна, аудіовізуальна, прихована);
- за темами чи напрямками (політична, ідеологічна, соціальна, військова);
- за аудиторією (масова або цільова пропаганда);
- за часом дії (тривала та короткочасна).

Внутрішня пропаганда орієнтована на вплив на громадян власної держави з метою формування бажаних установок, переконань і поведінкових моделей, що відповідають ідеологічним або політичним цілям суб'єкта впливу. Незважаючи на наявність спільних елементів із комунікаційними практиками, такими як публічні зв'язки (PR), важливо розмежовувати ці поняття.

Як зазначає дослідник інформаційних процесів Георгій Почепцов, ключова відмінність полягає в меті комунікації: публічні зв'язки передбачають досягнення взаєморозуміння між організацією та її цільовою аудиторією на

основі діалогу, тоді як пропаганда, навпаки, фокусується на односторонньому формуванні або нав'язуванні певної системи поглядів, нерідко із використанням маніпулятивних технологій [24]. У цьому контексті пропаганда виступає інструментом не комунікації, а впливу, часто позбавленого зворотного зв'язку. Внутрішня пропаганда — це систематичний вплив на свідомість громадян власної країни, з метою сформувати бажані політичні, ідеологічні або соціальні установки. Її використовують для зміцнення влади, підтримки політики держави або легітимації дій уряду. У країнах з тоталітарним або авторитарним режимом внутрішня пропаганда може повністю витіснити незалежну інформацію, створюючи «інформаційну бульбашку», де існує лише офіційна версія подій.

Зовнішня пропаганда діє через міжнародні канали — телеканали, сайти, соц. мережі чи впливових блогерів. Вона часто маскується під незалежну журналістику або експертну думку. Однією із ключових її особливостей є використання наративів, вигідних державі-ініціатору.

Таблиця 2.1

Характеристика внутрішньої та зовнішньої пропаганди

Критерій	Внутрішня пропаганда	Зовнішня пропаганда
Аудиторія	Населення власної держави	Іноземна аудиторія: закордонне суспільство, політичні еліти, міжнародні інституції
Основна мета	Підтримка легітимності влади, мобілізація населення, утвердження ідеологічної єдності	Формування позитивного іміджу, розширення зовнішньополітичного впливу, делегітимація опонентів
Канали впливу	Національні ЗМІ, система освіти, культурні інституції, релігійні організації, соціальні мережі	Міжнародні медіа, цифрові платформи, публічна дипломатія, соціальні мережі
Типові теми	Патріотизм, загроза ззовні, історична велич і національна єдність	Захист «істинних цінностей», створення образу жертви, просування альтернативної реальності
Інструменти впливу	Телебачення, радіомовлення, освітні програми, ідеологічні наративи	Проплачені експерти, дезінформація, іноземні ЗМІ, міжнародні аналітичні платформи
Моральна стратегія	Одностороннє нав'язування національного бачення, створення культів	Завуальована маніпуляція сприйняттям, апеляція до демократичних чи гуманітарних цінностей
Тривалість впливу	Безперервна або активізується під час кризових періодів і збройних конфліктів	Кампанійна або довгострокова стратегічна інформаційна діяльність

Через когнітивні упередження в суспільстві, зокрема тих, що формуються під впливом пропаганди, будь-яка критика внутрішнього політичного устрою, політичних чи соціальних рішень може сприйматися як ворожа або неправдива. Водночас у іншому суспільстві, з іншими когнітивними упередженнями, наявність дезінформації у пропаганді іншої країни може бути очевидною.

Сьогодні ми маємо можливість аналізувати як дезінформація вплинула на різні верстви суспільства у різні часи.

У дослідженнях визначено, що всі попередні злочини росії та її представників проти інших держав мають спільні інформаційно-стратегічні аспекти, серед яких:

- дезінформація та пропаганда, спрямовані на виправдання агресії та формування необхідної суспільної думки;
- створення ілюзії потреби у «допомозі»;
- підтримка сепаратистських рухів;
- ініціювання та підтримка «заморожених конфліктів»;
- штучне створення образу ворога.

Це свідчить про систематизованість підходів та ідентичність за методами для реалізації російської зовнішньої агресивної геополітики.

Протягом останнього десятиліття неможливо було не помітити велику кількість дезінформаційних операцій та кампаній направлених в сторону нашої держави. Ми часто могли чути, або бачити наступні наративи:

«Україна — нацистська держава», «російськомовне населення України зазнає утисків», «української нації не існує» та інше.

Саме ці наративи використовувала російська федерація при вторгненні в Україну 20 лютого 2014 року та до сьогодні. Значний вплив ці та схожі наративи здійснили на самих росіян та особливо військовослужбовців рф, багато з яких діють під впливом міфологізованих наративів [14]. Ці та подібні їм інформаційні наративи є інструментом легітимації агресивних дій російської федерації, створюючи у внутрішньому та міжнародному інформаційному просторі ілюзію загроз або порушень, які були штучно сконструйовані самою державою-агресором.

2.2 Теоретико-аналітичні моделі поширення дезінформації в інформаційному середовищі

Теоретико-аналітичні моделі поширення дезінформації мають на меті інтегрувати знання з комунікаційної теорії, когнітивної психології, теорії мереж і соціальної інформатики. Такий міждисциплінарний підхід дозволяє краще зрозуміти, як інформаційні викривлення не лише циркулюють у медійному середовищі, а й закріплюються на рівні індивідуальних та колективних переконань. У цьому контексті доцільно розглянути основні теоретичні моделі, що пояснюють логіку та динаміку поширення дезінформації.

Модель комунікації Шеннона-Вівера, запропонована в 1948 році [25], спочатку була створена для аналізу технічної передачі сигналів у телекомунікаційних системах (рис. 2.1.), але з часом її адаптували для розуміння міжособистісної та масової комунікації.

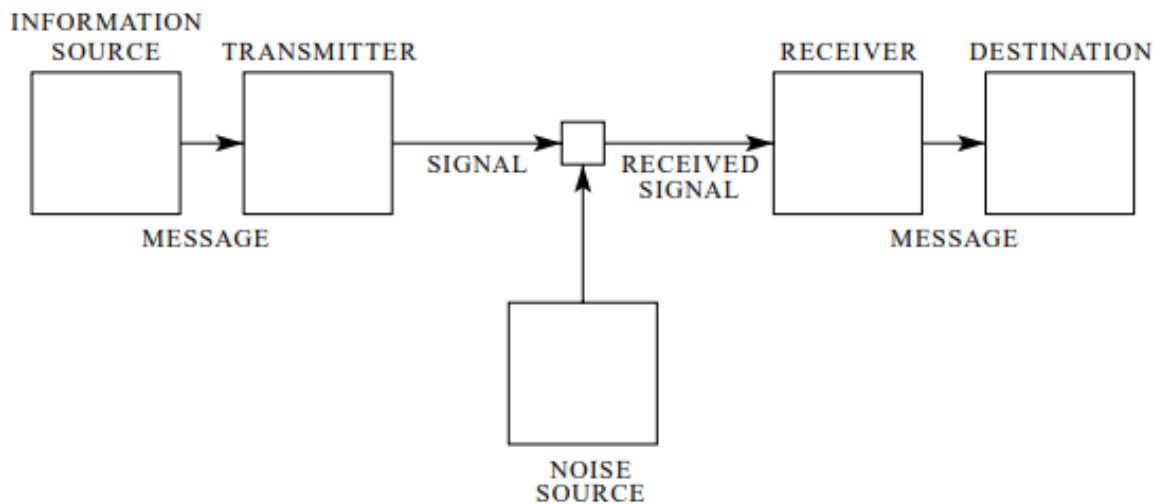


Рис 2.1. Схематична діаграма загальної комунікаційної системи Клода Шеннона[17]

У центрі цієї моделі лежить ідея, що будь-яке повідомлення, створене джерелом, проходить через процес кодування, передається через певний канал і декодується одержувачем. Однак між цими етапами може виникати явище, яке називають «шумом» [25].

Спочатку «шум» у моделі розумівся як будь-яке технічне спотворення сигналу. Наприклад, перешкоди на телефонній лінії або зниження якості звуку.

У сфері соціальних комунікацій і особливо в умовах сучасного інформаційного простору, шум — це не тільки випадкове, а й навмисне втручання в комунікацію. У цьому контексті «шум» може бути використаний як інструмент дезінформації. Наприклад, джерело може свідомо сформулювати повідомлення так, щоб ввести в оману. Через емоційне забарвлення, напівправду або маніпулятивний заголовок. Коли таке повідомлення проходить через канал, наприклад, соціальні мережі — його можуть підсилювати або поширювати боти, що створює додатковий шум і збільшує ймовірність його сприйняття як правди. Декодування також відбувається в умовах шуму. Людина, яка отримує повідомлення, вже може бути під впливом попередньої дезінформації або упереджень, що змінює розуміння сенсу.

Епідеміологічні моделі — це базові моделі, які використовуються для опису поширення інфекційних захворювань, наприклад модель SIR (Susceptible-Infected-Recovered) [26], що означає Сприйнятливий-Інфікований-Відновлений.

У цьому випадку модель адаптовано до умов інформаційного простору, де фейкова інформація поширюється подібно до вірусу.

Кожна «інфікована» особа передає неправду далі, поки не «одужає» — тобто не припинить у неї вірити. Такий підхід дозволяє використовувати математичні рівняння для прогнозування динаміки поширення дезінформації залежно від параметрів «зараження» та «одужання».

Приватна компанія Wolfram Research, яка спеціалізується на виробництві математичного програмного забезпечення, виділяє у моделі залежні та незалежні змінні та диференційні рівняння [21]:

У моделі SIR незалежною змінною є t (час, у днях):

$$In[] := Clear[t] \quad (2.1)$$

Залежними змінними є S (кількість сприйнятливих осіб у момент часу t), I (кількість інфікованих осіб у момент часу t) та R (кількість одужалих осіб у момент часу t).

Для спрощення диференціальних рівнянь використовуються масштабовані версії змінних S , I та R . Масштаб змінюється від 0 (нульова чисельність популяції) до 1 (повна чисельність популяції):

$$In[] := Clear[s, i, r] \quad (2.2)$$

Сприйнятливості популяції починається близько 1, коли майже всі є сприйнятливими. З часом вона зменшується. Інфікована популяція починається з невеликого позитивного значення, близького до 0. Відновлена популяція починається з 0, коли ніхто не одужав.

У будь-який момент часу, $s+i+r=1$,

оскільки сума представляє повну чисельність популяції, яка дорівнює 1. Вважається, що кожна інфікована особа щодня поширює свою хворобу на b нових осіб. Якщо b велике, то хвороба поширюватиметься швидше:

$$In[] := Clear[b] \quad (2.3)$$

Дріб k представляє частку інфікованого населення, яка одужує кожного дня. Наприклад, якщо хвороба триває 14 днів, то k дорівнює $1/14$:

$$In[] := Clear[k] \quad (2.4)$$

Перше диференціальне рівняння описує як сприйнятлива популяція змінюється з часом. Оскільки ми починаємо з чисельності сприйнятливої популяції, яка з часом зменшується, ми можемо припустити, що темп змін буде від'ємним. Крім того, темп змін пропорційний кількості контактів b . Крім того, швидкість змін пропорційно залежить від поточної чисельності сприйнятливого та інфікованого населення (але не від чисельності одужалого населення).

$$\begin{aligned} In[] &:= equationS = s' == -bs[t]i[t] \\ Out[] &= s'[t] == -bi[t]s[t] \end{aligned} \quad (2.6)$$

Друге рівняння описує, як інфікована популяція змінюється з часом. Воно складається з двох умов. Перший доданок такий самий, як і права частина попереднього рівняння, за винятком того, що знак тепер є додатним. Він відображає приріст інфікованого населення. Другий доданок є від'ємним, оскільки відображає зменшення кількості інфікованих (людей, які одужали):

$$\begin{aligned} In[] &:= equationI = i'[t] == bs[t]i[t] - ki[t] \\ Out[] &= i'[t] == -ki[t] + bi[t]s[t] \end{aligned} \quad (2.7)$$

Третє рівняння описує, як відновлена популяція змінюється з часом. Права частина рівняння співпадає з останньою умовою попереднього рівняння. Вона відображає перехід від інфікованих випадків до одужалих:

$$\begin{aligned} In[] &:= equationR = r'[t] == -ki[t] \\ Out[] &= r'[t] == ki[t] \end{aligned} \quad (2.8)$$

Перш ніж розв'язувати диференціальні рівняння, необхідно задати параметри b та k . Припустимо, що в середньому кожна інфікована людина передає свою «хворобу» одній людині кожні два дні:

$$\begin{aligned} In[] &:= b = 0.5 \\ Out[] &= 0.5 \end{aligned} \quad (2.9)$$

Далі ми припускаємо, що середній час одужання становить 14 днів, що означає, що в середньому одужує 1/14 частина інфікованого населення:

$$\begin{aligned} In[] &:= k = 1/14.0 \\ Out[] &= 0.0714286 \end{aligned} \quad (2.10)$$

Початкове значення для сприйнятливої, інфікованої та відновленої популяції: $t=0$

Необхідне невелике ненульове значення для початкової інфікованої популяції, тому його встановлено на 0.0001.

Встановлене початкове значення для сприйнятливої популяції 0,9999. Початкове значення популяції, що одужала = 0.

Диференційні рівняння та початкові значення передані до NDSolve, запросимо розв'язок для $t=100days$:

$$\begin{aligned} In[] &:= solution = NDSolve[{equationS, equationI, equationR, s[0] == \\ 0.9999, i[0] == 0.0001, r[0] == 0.0000}, \{s, r, i\}, \{t, 100\}] \end{aligned} \quad (2.11)$$

Далі отримуємо рішення для S, I та R:

$$\begin{aligned} In[] &:= solutuonS = First\left[\frac{s}{.solution}\right]; \\ solutionI &= First\left[\frac{i}{.solution}\right]; \end{aligned}$$

$$solutionR = First[\frac{r}{solution};$$

(2.12)

Таке моделювання дає змогу оцінити динаміку поширення дезінформації залежно від таких параметрів як інтенсивність «зараження» та «одужання»

За допомогою програмного забезпечення (ПЗ) NetLogo, ми візуально змодельовали поширення вірусу через мережу (рис. 2.2.), де кожен вузол представлений як комп’ютер. Епідемія поширюється відповідно SIR моделі зі стандартними для цього ПЗ значеннями.

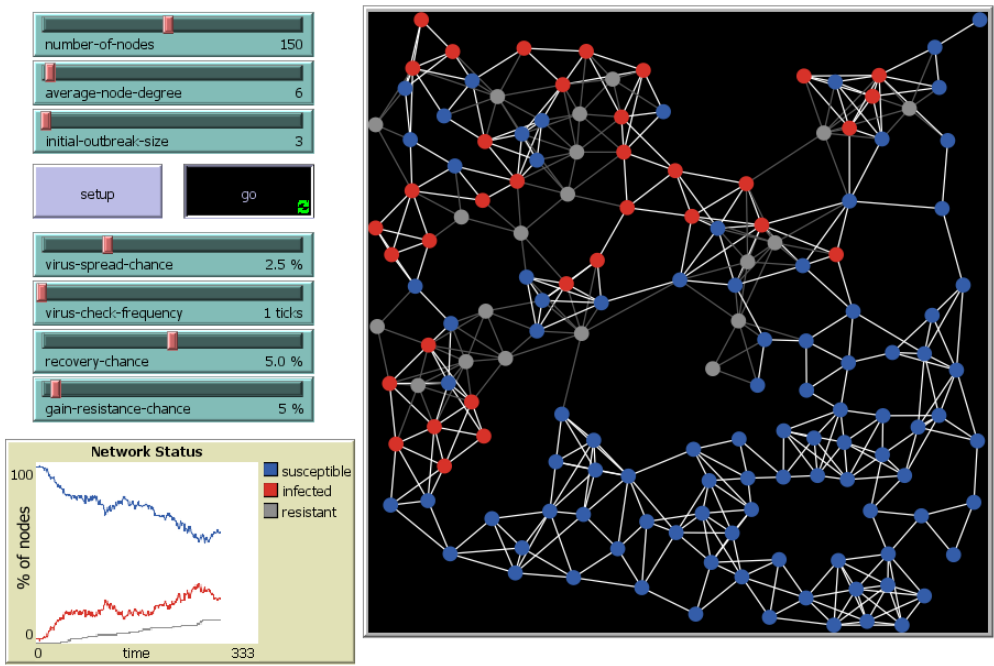


Рис. 2.2. Візуальне представлення моделі SIR за допомогою ПЗ NetLogo

Модель SEIR (Susceptible–Exposed–Infectious–Removed) — це концептуальна епідеміологічна модель, яка адаптована для опису процесу поширення дезінформації у соціальних мережах або інформаційних системах. Вона дозволяє моделювати, як «інфекційна» інформація поширюється серед користувачів (див. табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Таблиця визначення параметрів моделі SEIR

Параметр	Визначення
S(t)	Сприйнятливі. Користувачі, які можуть отримувати повідомлення.

Продовження таблиці 2.2.

$E(t)$	Піддані впливу. Користувачі, які приймають повідомлення через групу.
$I(t)$	Заражені. Користувачі, які повірили і поділилися повідомленням.
$R(t)$	Відновлені. Користувачі, які більше не взаємодіють з дезінформацією.
π	Швидкість залучення нових користувачів в групу.
μ	Користувачі, які покидають групу.
β	Швидкість переходу від $S(t)$ до $E(t)$
σ	Швидкість переходу від $E(t)$ до $R(t)$
α	Швидкість переходу від $E(t)$ до $I(t)$
r	r Швидкість переходу від $I(t)$ до $R(t)$

Аналогія з епідеміологічними моделями дає змогу описати поширення дезінформації як динамічний процес, що включає фази інкубації, пікового розповсюдження та згасання. Це дозволяє застосовувати епідеміологічні моделі для аналізу динаміки фейкових повідомлень у соціальних мережах [26].

Згідно з цією моделлю, масштаби та швидкість поширення дезінформації залежать від низки факторів, зокрема від структури комунікаційної мережі, рівня критичного мислення аудиторії, а також від впливу ботів, які можуть значно пришвидшувати розповсюдження.

Модель також має прикладне значення для розробки стратегій протидії. Наприклад, підвищення рівня медіаграмотності сприяє зменшенню кількості «сприйнятливих» користувачів (S), тобто тих, хто потенційно може прийняти дезінформацію як достовірну. Водночас ефективні механізми фактчекінгу сприяють швидшому переходу повідомлень або користувачів до категорії «видалених» (R).

Зазвичай, при застосуванні моделі SEIR, користувачів розділяють на чотири класи (див. рис. 2.3.). Взаємодія між класами відбувається наступним чином:

- $S \rightarrow E$ сприйнятливі люди стикаються з дезінформацією через контакт із інфікованими (I) або зовнішніми джерелами. Чим більше інфікованих людей, тим більше шансів у S перейти в E .

- $E \rightarrow I$ люди, які перебувають в інкубаційному періоді, після обробки інформації, вони починають активно її поширювати.
- $I \rightarrow R$ активні розповсюджувачі, які «одужують» від дезінформації (усвідомлюють її хибність, втрачають інтерес).
- $S \rightarrow \mu$ люди, які виходять з інформаційного поля.
- $E \rightarrow \mu$ люди, які виходять з інформаційного поля до того, як стали інфікованими або одужалими.
- $I \rightarrow \mu$ активні розповсюджувачі, які виходять з інформаційного поля (блокування, повна пасивність).
- $R \rightarrow \mu$ люди, які були одужавшими, виходять з інформаційного поля.
- $\pi \rightarrow S$ постійне поповнення інформаційного поля новими сприйнятливими людьми.
-

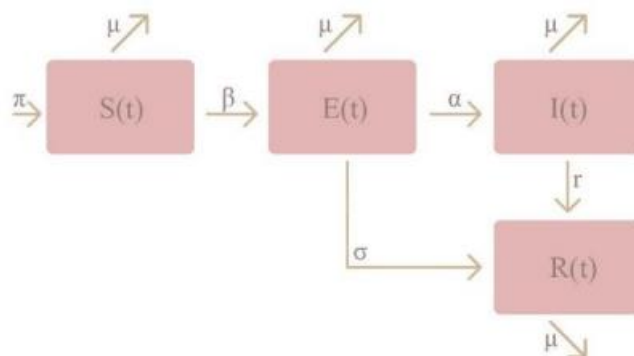


Рис. 2.3. Візуалізація взаємодії класів у моделі SIER

[28]

Моделі на основі індивідуальних агентів (Individual-Based Modeling) — підхід до моделювання, в якому основна увага приділяється окремим агентам та їхнім характеристикам, вони мають власні правила поведінки та можливості приймати рішення на основі свого локального сприйняття середовища та взаємодії з іншими агентами. Поведінка всієї системи виникає як результат сукупності індивідуальних дій та взаємодій.

У контексті поширення дезінформації агенти можуть представляти собою окремих користувачів соціальних мереж, а характеристики та властивості агента можуть включати його рівень довіри до різних джерел інформації.

Реакцію агента на отриману інформацію визначають правила поведінки, наприклад чи агент довіряє певній інформації, чи поширює її та чи перевіряє. А взаємодія з іншими агентами відбувається за рахунок обміну повідомленнями.

Уявімо декілька джерел, які виробляють неправдиву інформацію. Коли агент отримує цю новину, він її обробляє відповідно до своїх внутрішніх налаштувань: рівень довіри, критичне мислення, емоційна реакція та соціальні зв'язки. Далі агент вирішує чи поширювати цю новину своїм контактам. Ймовірність цього залежить від його схильності до поширення, та від того наскільки інформація «зачепила» агента. Агенти, які отримали фейк і повірили в нього можуть стати новими розповсюджувачами, передаючи новину далі своїм контактам, таким чином дезінформація розповзається мережею, як вірус.

За допомогою ПЗ NetLogo, ми створили середовище, де є 60 віртуальних агентів (ботів) та одна справжня людина, якою в рамках середовища може керувати користувач. За замовчуванням в середовищі знаходиться 0 інфікованих агентів (див. рис. 2.4.), у яких всі параметри є однаковими. В рамках цієї моделі ми маємо можливість регулювати декілька параметрів, наприклад: кількість агентів, зараження будь якого агента в середовищі, шанс зараження (з яким шансом при взаємодії інфікованого та здорового агентів, здоровий буде інфікований), та налаштування агентів, в якому вони можуть переслідувати або уникати справжню людину, змодельовану в середовищі.

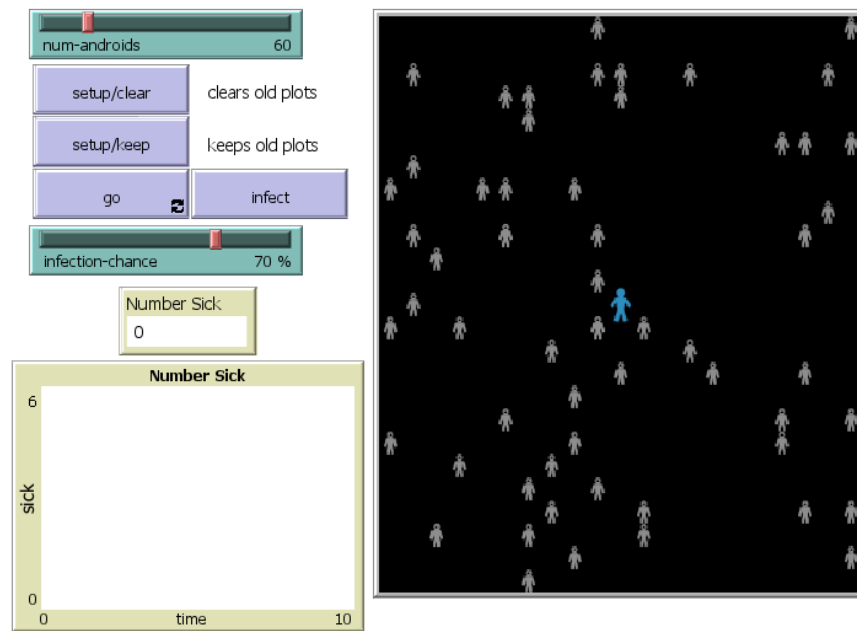


Рис. 2.4. Візуалізація «здорових» агентів у рамках середовища, змодельованим за допомогою NetLogo

Якщо інфікувати будь якого агента (бот або справжня людина), значення інфікованих = 1. Для запуску процесу необхідно натиснути GO, тоді всі агенти починають переміщатися в рамках середовища у довільному порядку. Коли будь який агент взаємодіє з іншим (візуально наближається до іншого), то у зараженого агента існує ймовірність інфікувати здорового (див. рис. 2.5.).

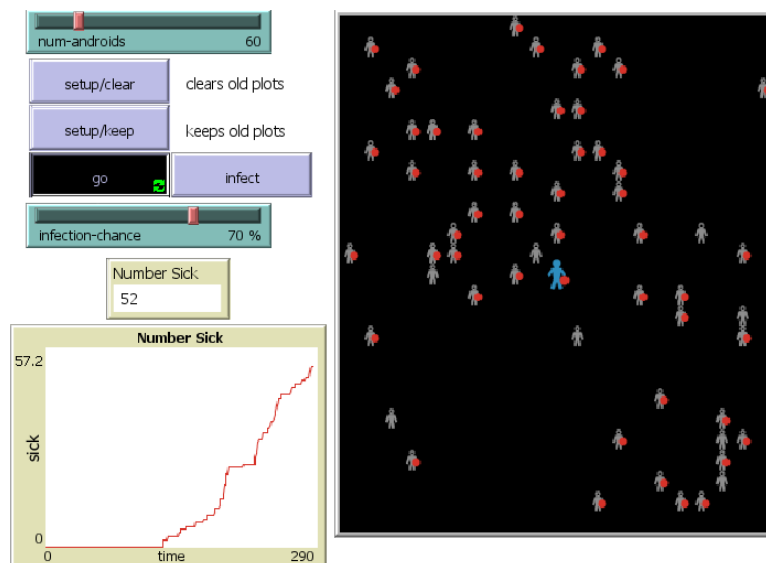


Рис. 2.5. Візуалізація запущеного процесу взаємодії агентів між собою

Після того, як один з агентів стає інфікованим, то через певний проміжок часу, стають інфікованими інші (залежить від параметру *infection-chance*). Процес закінчується зараженням усіх агентів в середовищі.

Не дивлячись на те, що така модель є спрощенням реальності, їхня здатність імітувати ключові аспекти людської поведінки та моделювати взаємодію між великою кількістю автономних агентів робить їх цінним інструментом в руках розповсюджувачів дезінформації.

2.3. Механізми та динаміка поширення дезінформації в соціальних мережах

Сьогодні соціальні мережі стали потужним інструментом комунікації, але також вони стали найбільш сприятливим середовищем для швидкого розповсюдження дезінформації, в якому використовуються як технологічні можливості платформ так і психологічні вразливості користувачів.

Український віртуальний простір почав зазнавати значного впливу з початку 2000-х років. У 2014 р. було вже сформоване певне віртуальне українське суспільство, оскільки саме на цей період (2000-2014рр.) припав швидкий розвиток технологій: поширення комп'ютерів, доступність інтернету та поява на внутрішньому ринку смартфонів, які в свою чергу давали можливість людям спілкуватися у віртуальному середовищі: на форумах, інтернет-майданчиках та соціальних мережах. Після початку війни у 2014р., спостерігалось суттєве зменшення активності українських користувачів у російських соціальних мережах. Згодом і у 2017р., внаслідок запровадження Україною санкцій проти росії з метою зміцнення національної інформаційної безпеки. З того часу на заміну російським соціальним мережам прийшли Instagram, Facebook та Telegram, вони і до сьогодні користуються популярністю.

Попри заперечення власників Telegram про співпрацю з російськими спец. службами, варто зазначити що велику частину інформації про користувача Telegram все ж збирає, а завдяки відкритим сервісам, що централізують

інформацію та розповсюджують її, можна дізнатися номер телефону користувача, чати в яких є користувач та його повідомлення у цих чатах, список інтересів, тобто список тем, якими цікавився користувач, E-Mail, паспортні дані, найчастіші геолокації та адресу реєстрації, або проживання. Іншими словами, це відкритий майданчик для збору та обробки інформації.

Завдяки мікротаргетингу дезінформація може поширюватися на основі даних про наші інтереси, демографію та поведінку в мережі (див. табл. 2.4). Самі алгоритми можуть показувати нам дезінформацію, спеціально адаптовану під наші схильності та упередження, це робить її більш переконливою, оскільки вона створює ілюзію відповідності нашим поглядам.

Таблиця 2.3

Методи та процеси поширення дезінформації в соціальних мережах

Генерація контенту	Розповсюдження	Психологічний вплив
Фабрикація новин, статей, зображень, відео або аудіозаписів	Використання механізмів поширення для охоплення аудиторії	Використання контенту, що викликає сильні емоції
Маніпуляція контекстом, що змінює значення інформації	Використання інфлюенсерів для поширення дезінформації	Робота з аудиторією, яка вже має упередження та отримує «підтвердження» точки зору, навіть якщо вона є неправдивою
Використання ботів для поширення контенту.	Просування дезінформації певним групам користувачів на основі демографічних даних, інтересів та поведінки	Створення відчуття терміновості та дефіциту, не даючи часу на критичне осмислення
Викривлення, або перебільшення реальних подій, вибіркоче подання інформації	Одночасне поширення наративу, що створює враження масової підтримки	Посилання на фейкові експертні думки або авторитетні джерела
Діпфейки	Алгоритми, що підвищують видимість контенту в стрічках новин	Ефект натовпу – створення враження, що багато людей вірять у певну інформацію, що спонукає інших приєднатися

Факти дезінформації, або дезінформаційних кампаній [23] не говорять про те, що проблем немає, навпаки, вони її підкреслюють. Вони говорять про те, що проблемна тема є доволі чутливою, а її цілеспрямоване розхитування противником сприяє досягненню інформаційно-психологічного впливу, що, в свою чергу, може призводити до зростання суспільної напруги та дестабілізації соціально-політичної ситуації.

«Інформаційний сендвіч» — один із методів маніпуляції увагою та впровадження неправдивої інформації шляхом її подання між двома правдивими або нейтральними повідомленнями. Це ефективна тактика серед пропагандистів, оскільки правдива інформація на початку та в кінці може створювати ілюзію достовірності всього повідомлення, знижуючи критичне сприйняття фейкової частини посередині.

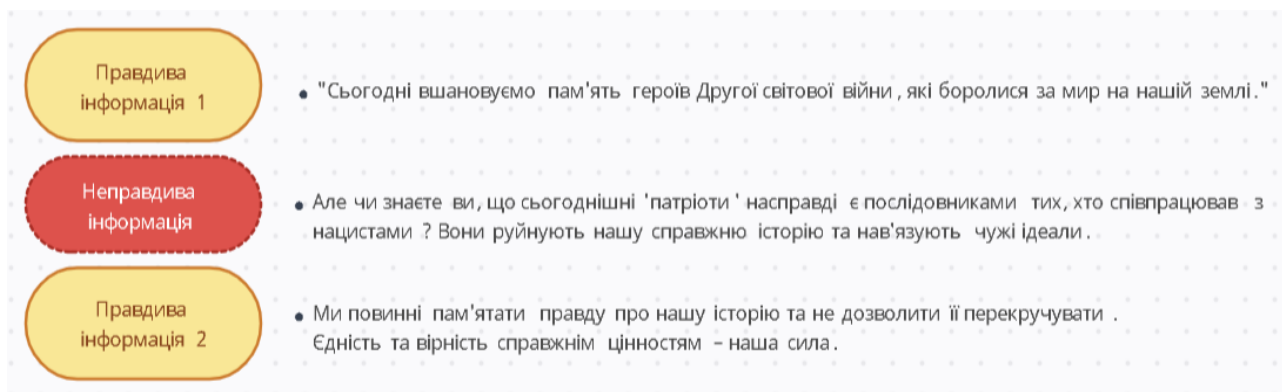


Рис. 2.6. Модель застосування тактики «інформаційний сендвіч».

Поширення дезінформації в соціальних мережах рідко є справою окремих людей. Найчастіше за цим стоять організовані групи, які мають певні цілі. Серед зацікавлених груп можуть бути політичні актори та партії, пропагандистські організації, комерційні організації та маркетологи, особи або групи, що діють з фінансовою мотивацією.

«Фабрики тролів» — організовані групи людей, які зазвичай працюють в офісі та отримують заробітну плату за поширення певних наративів, думок та дезінформації в інтернеті. Зазвичай це великі комерційні або державні організації, які наймають велику кількість людей для створення фейкових

акаунтів в соціальних мережах та масового поширення заздалегідь підготовлених повідомлень та коментарів.

Однією з найвідоміших «фабрик тролів» — російська «Агенство інтернет-досліджень», яка розташована в Санкт-Петербурзі. Вони використовують ботів та фейкові акаунти для поширення дезінформації, фейків та розпалювання конфліктів. Російська «фабрика тролів» активно втручалася у президентські вибори США 2016 року, використовуючи Facebook, Twitter, Instagram для поширення пропаганди, а їхні дії були спрямовані на підтримку кандидата Дональда Трампа та дискредитацію Гіллари Клінтон. Ними ж було проплачено низку політичних мітингів, а комітет з розвідки Палати представників США опублікував копії проплачених постів у Facebook, створених з метою вплинути на вибори. Спецпрокурор Роберт Мюллер обвинуватив у своєму заключенні 13 росіян на чолі з Є. Пригожиним про втручання у вибори президента США [24].

Сьогодні соціальні мережі стали не лише потужним інструментом комунікації, але й найсприятливішим середовищем для поширення дезінформації, яка становить серйозну загрозу національній безпеці України. Поширення дезінформації відбувається не лише вертикально (від «центру» до мас), а й горизонтально — серед користувачів, які підсвідомо стають ретрансляторами чужих меседжів. А з урахуванням алгоритмів таргетування, дезінформація може бити по вразливих місцях окремих груп населення — наприклад, ветеранів, молоді, переселенців або жителів прифронтових регіонів.

Висновки до другого розділу

Аналіз показав, що держави та інфлюенсери активно використовують дезінформацію для досягнення своїх стратегічних цілей, маніпулюючи громадською думкою, підриваючи стабільність інших країн та створюючи хаос в суспільстві. Інформаційна війна росії проти України є яскравим прикладом систематичного застосування пропаганди та дезінформації протягом тривалого періоду історії, який не обмежується радянськими часами. Сьогодні ми можемо

спостерігати за впливом технологічних рішень на процеси поширення дезінформації, прикладом цього є моделі на основі агентів або використання мікротаргетингу для поширення дезінформації. У контексті українського інформаційного простору, особливо після 2014 року, спостерігається активне використання соціальних мереж як для зміцнення громадянської позиції, так і для ведення цілеспрямованих дезінформаційних кампаній.

Дезінформація стала стратегічним інструментом сучасної геополітики, який використовують держави для маніпуляції свідомістю, дестабілізації суспільств і досягнення політичних цілей як всередині країни, так і за її межами.

Поширення дезінформації відбувається не лише вертикально — від організаторів до мас, а й горизонтально — серед самих користувачів, які часто несвідомо стають ретрансляторами неправдивої інформації. Алгоритми соціальних мереж адаптують контент під інтереси, упередження та поведінку конкретних груп населення, що посилює ефективність маніпуляцій. Це створює загрозу дестабілізації суспільства, підвищення соціальної напруги та послаблення національної безпеки.

Організовані «фабрики тролів», демонструють, що дезінформація має системний та стратегічний характер, вона використовується для виправдання воєнних дій, підтримки сепаратизму, дискредитації політичних опонентів та легітимації певних політичних процесів. Такий підхід є частиною сучасної гібридної війни, де інформаційна боротьба стає невід'ємним елементом геополітичних конфліктів.

Теоретико-аналітичні моделі, зокрема адаптація епідеміологічної моделі SIR, дозволяють розглядати дезінформацію як «інфекцію», що поширюється серед населення, а агентні моделі враховують індивідуальні поведінкові особливості користувачів, їхню довіру та емоційний стан. Таке моделювання допомагає прогнозувати динаміку поширення фейкових новин і розробляти більш ефективні стратегії протидії.

Водночас, технологічний розвиток і підвищення медіаграмотності населення є ключовими елементами в боротьбі з інформаційними загрозами.

Необхідно розвивати інструменти автоматичного виявлення фейків і створювати механізми швидкого реагування на дезінформаційні кампанії, а також активізувати правове регулювання діяльності в інтернет-просторі.

РОЗДІЛ 3. МЕТОДИ ТА СТРАТЕГІЇ НЕЙТРАЛІЗАЦІЇ ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

3.1 Сучасні механізми протидії поширенню дезінформації

Протидія дезінформації потребує комплексного підходу, в якому поєднуються правові, технологічні, освітні та культурні інструменти, адже інформаційна безпека це частина національної безпеки, тому це не лише питання захисту, а й збереження довіри до інституцій, стійкості суспільства та демократичних цінностей.

Сьогодні у мережевому суспільстві потрібно будувати вплив через слабкі зв'язки, вони можуть бути малопомітними, але стратегічно важливими для мережі [24,25]. Мережеве мислення означає бачити світ як набір численних вузлів (людей, груп, інституцій, ідей), які пов'язані між собою різними зв'язками. У поєднанні з когнітивним впливом на людей це може призвести до серйозних наслідків. Замість змушувати людей прямо погодитись із новою ідеєю – ефективнішим рішенням є поширення «настрою» або «моди» серед невеликих груп і зміна буде відбуватися органічно. Інформаційні кампанії працюють через знайомих, друзів або через незнайомих блогерів, які разом створюють нову норму сприйняття.

Дезінформація буває різною, тому, аналізувати кожен інцидент необхідно окремо, відповідно, тактика реагування на кожен інцидент повинна бути найефективнішою.

Найвідомішою типологією типів дезінформації була запропонована Клер Вардл у звітах First Draft і Ради Європи. Вона виокремлює сім типів дезінформації (див. табл. 1.5) які охоплюють як навмисне, так і ненавмисне створення та поширення дезінформації [26]. Зокрема, фактчек ресурси такі як StopFake, VoxCheck, FirstDraft та Організація Об'єднаних Націй [27], надають ряд рекомендацій для протидії дезінформації продемонстровано в таблиці 3.1.

Класифікація типів дезінформації та стратегії протидії

Тип дезінформації	Опис	Стратегія протидії
Сатира або пародія	Гумористичний або іронічний контент, що може бути помилково сприйнятий як достовірна інформація	Чітке маркування як сатиричного; пояснення змісту; публічне роз'яснення контексту
Хибний зв'язок	Заголовок не відповідає змісту матеріалу (клікбейт)	Перевірка та фактчек заголовків; корекція змісту; верифікація інформаційних джерел
Фальсифікований контекст	Автентична інформація, яка подається у викривленому або маніпулятивному контексті	Надання точного контексту; супровід достовірними поясненнями; поширення оригінальної версії
Маніпулятивний контент	Змонтовані або змінені фото-, аудіо- чи відеоматеріали, що викривлюють реальність	Проведення цифрової експертизи; аналіз метаданих; пояснення маніпуляцій; візуальні порівняння
Фабрикований контент	Повністю вигаданий зміст: події, цитати, джерела, які не мають підґрунтя в реальності	Фактчекінг; створення спростувань; інформування аудиторії про відсутність реальних джерел
Імітований контент	Використання підроблених брендів, логотипів, доменів або зовнішнього вигляду сайтів	Виявлення підробок; створення спростувань; поширення перевіреної інформації через авторитетні канали
Контент із метою шкоди	Цілеспрямована дезінформація або пропаганда, що має на меті завдати репутаційної, соціальної чи політичної шкоди	Викриття мотивації; побудова контрнарративу; юридичні або регуляторні заходи; системна інформаційна протидія

Реакція на дезінформацію — це спосіб відповіді на вже опублікований і поширений маніпулятивний контент. Коли дезінформація вже потрапила в інформаційне поле, необхідно не допустити, впливу на думки чи поведінку суспільства. В цьому випадку працюють фактчекери, медіаексперти, журналісти, аналітики — вони перевіряють твердження, знаходять джерела, викривають техніки маніпуляції й публічно пояснюють, чому та інформація є неправдивою. Ефективність реакції часто залежить від швидкості та довіри до джерела, яке її поширює. Проте проблема полягає в тому, що після поширення дезінформації, спростування не завжди доходить до всіх, хто його побачив. Люди можуть вже сформувати помилкове уявлення, і змінити його буде складно.

На відміну від цього, протидія поширенню дезінформації — це системна робота, спрямована на запобігання поширенню, як показано в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Методи протидії поширенню дезінформації в цифровому середовищі

Метод	Опис
Модерація і фільтрація контенту	Видалення та приховування фейків
Алгоритмічне обмеження охоплення	Алгоритми, які не рекомендують фейковий контент
Блокування джерел	Видалення або блокування акаунтів, сторінок, сайтів
Обмеження реклами і монетизації	Відключення доходу для сайтів, що містять дезінформацію
Регуляція і законодавство	Введення норм щодо контенту і відповідальності

Йдеться не стільки про зміст, скільки про інфраструктуру поширення. Це можуть бути дії соціальних мереж, які вбудовують механізми виявлення дезінформації, або змінюють алгоритми так, щоби дезінформація не потрапляла в стрічку новин. Це також може бути блокування акаунтів, які систематично поширюють фейки, або законодавчі обмеження щодо таких дій.

Практично, представлені методи для кожної з платформ поширення інформації в цифровому середовищі діють в межах інтересів держави, яку відповідна платформа представляє. Якщо розглядати протидію поширення дезінформації в контексті російсько-української війни, то Facebook або YouTube, блокують лише частину проросійського пропагандистського контенту, в той же час, різного роду інфлюенсери залишаються доступними для перегляду, що демонструє незацікавленість платформ у блокуванні всієї дезінформації. В свою чергу, месенджер Telegram, який користується особливою популярністю серед українського суспільства є відкритою платформою для поширення дезінформації. Він не співпрацює з українською стороною, а численною кількістю кіберфахівців, було встановлено, що російський Telegram не є безпечним для використання через відсутність шифрування та співпрацю з

російськими спецслужбами. Начальник ГУР МОУ Кирило Буданов під час інтерв'ю для «Радіо Хартія» заявив, що Telegram — це загроза національній безпеці України [28].

3.2 Освітні стратегії формування медіаграмотності суспільства

В Україні освітньо-комунікаційні стратегії формування медіаграмотності розвиваються як відповідь на масштабні атаки дезінформації, які особливо активізувалися після 2014р., та посилилися з початком повномасштабної війни.

Початком цього руху стала діяльність ініціативи «StopFake», яка ще у 2014р. почала спростовувати фейки про Україну, поширювані російською пропагандою [29]. З того часу розпочалося розбудовування інфраструктури протидії дезінформації. З'явилися аналітичні центри, фактчекінгові редакції та курси для журналістів.

Одним із найвідоміших прикладів державної ініціативи є «Дія.Освіта» — це частина загальнонаціонального проекту цифрової трансформації України. Його мета — розвивати цифрову, громадянську та інформаційну грамотність населення через онлайн-курси, серіали, тренінги та тестування. Варто зазначити, що стратегія охоплення вибрана у відповідності «розпиленому спектаклю» з теорії Гі Дебора — популярні курси, серіали та тренінги. Вони спрямовані на масовість, видимість та залучення, що однозначно є їхньою перевагою. Проте, вони не є ефективними з точки зору навчання суспільства, адже, часто носять поверхневий характер та не гарантують поглибленої рефлексії або тривалого залучення, що може вплинути на трансформацію поведінки.

Медіаграмотність — не лише освітня мета, а й компонент національної безпеки. Це підтверджує досвід країн Балтії, які мають спільний історичний та геополітичний контекст: спадок радянської дезінформації, наявність значного російськомовного населення та пріоритет когнітивної безпеки в умовах гібридних загроз, особливо після досвіду інформаційного впливу після 2014 року. Естонія, Латвія та Литва демонструють один із найбільших комплексних підходів

до розвитку медіаграмотності в Європі. Всі країни Балтії включили медіаграмотність до стратегій інформаційної безпеки, а не лише освіти. Естонія інтегрувала медіаграмотність у цифрову політику, Латвія має стратегію через медіарегулятор (NEPLP), який також займається боротьбою з дезінформацією. Литва ж реалізує стратегію через департамент стратегічних комунікацій, який входить до структури міністерства оборони. Естонія та Литва мають високий рівень впровадження медіаграмотності в освітні програми, в свою ж чергу Латвія має приклади в шкільній програмі, проте в меншій мірі, ніж у вищевказаних країнах. В кожній з країн підхід до медіаграмотності має свій стратегічний фокус, що залежить від загроз, ресурсів та політичного контексту. Естонія славиться впровадженням діджитал-освіти, що включає в себе цифрові навички, онлайн-платформи та електронне навчання. Латвія зосереджена на громадських платформах, а Литва розвиває медіаграмотність у контексті протидії дезінформації [26,27].

У Європейському Союзі медіаграмотність розглядається як ключовий інструмент для збереження демократії, захисту громадян від дезінформації та забезпечення безпечного цифрового середовища.

На політичному рівні одним із центральних документів є директива про аудіовізуальні медіа-послуги (AVMSD), яка зобов'язує членів ЄС сприяти розвитку медіаграмотності через освітні програми, інститути ЗМІ та регуляторні органи. А в межах цифрового акту про послуги (DSA) визначені обов'язки онлайн-платформ у протидії дезінформації та сприянні медіаграмотності [30,31]. У сфері освіти ЄС реалізує План дій у сфері цифрової освіти (2021–2027), який включає цілі щодо інтеграції медіаграмотності в шкільні програми.

Крім державних інституцій, у медіаосвіті активно задіяні громадські організації та професійні мережі. Наприклад, європейська обсерваторія цифрових медіа (EDMO) об'єднує аналітиків, журналістів, фактчекерів та дослідників для створення спільних ініціатив у сфері медіаграмотності.

США є децентралізованою країною, де влада розподілена між федеральним урядом і урядами окремих штатів. Кожен штат має власну конституцію, закони, уряд та систему судочинства. Це стосується і медіаграмотності, яка теж є децентралізованою і менш регульованою на федеральному рівні. Відсутність загальнонаціональної стратегії означає, що основна відповідальність за впровадження програм медіаграмотності покладається на окремі штати, громадські організації та приватні ініціативи.

На сьогодні 19 штатів прийняли закони або резолюції, які зобов'язують чи заохочують школи викладати медіа або інформаційну грамотність. Проте рівень впровадження різний, наприклад деякі штати впроваджують обов'язкові курси, а деякі вдаються тільки до рекомендацій [32].

На відміну від ЄС, фінансування програм у США часто забезпечується через гранти, спонсорські ініціативи, благодійні фонди, а не державні інституції.

Однією із головних відмінностей (див. табл. 3.3) є те, що США покладаються на децентралізовані ініціативи неурядових організацій, а ЄС розвиває медіаграмотність як частину цифрової аналітики на наднаціональному рівні (можливість прийняття рішень більшістю голосів), тоді як країни Балтії інтегрують її в освіту як елемент національної безпеки.

Таблиця 3.3

Порівняльна таблиця стратегій підвищення медіаграмотності країн Балтії, США та ЄС

Критерій	Країни Балтії (Латвія, Литва, Естонія)	Європейський Союз	США
Тип управління	Централізоване управління, державна координація	Наднаціональна координація з імплементацією на національному рівні	Децентралізована система, реалізація політик на рівні окремих штатів
Політична мотивація	Національна безпека, протидія російській дезінформації	Захист демократії, цифрова освіта, боротьба з дезінформацією	Розвиток критичного мислення, цифрової грамотності, безпека в інформаційному середовищі

Продовження таблиці 3.3.

Державна стратегія	Урядові програми, включення в цифрову політику	Через законодавчі ініціативи: AVMSD, Digital Services Act, Digital Education Action Plan	Відсутність єдиної стратегії; реалізація ініціатив на рівні штатів
Роль освіти	Інтеграція в шкільну програму, освітні ініціативи держави	Рекомендації щодо включення цифрової грамотності та медіаосвіти до навчальних планів	Переважно неформальні ініціативи; автономія навчальних закладів; роль НУО
Фокус	Протидія дезінформації, цифрова грамотність, кібербезпека	Баланс між розвитком цифрових навичок, критичного мислення і підтримкою демократії	Критичне мислення, фактчекінг, безпека в соціальних мережах
Особливості	Пострадянський досвід, висока чутливість до інформаційних атак	Системний і регульований підхід, інтеграція в ширші цифрові політики	Високий рівень свободи, участь активістів і НУО, варіативність між штатами

Споживання медіапродукту замість інтерактивного навчання репродукує саму природу інформаційної вразливості, з якою вона намагається боротися: короткі відео, швидке враження та образ замість аналізу. Таким чином, протидія дезінформації починає діяти за правилами тієї культури, що й її поширює.

Через відсутність практичного застосування рекомендацій та порад, формування культури, де критичний розвиток та медіаграмотність є пріоритетом — неможливо. Отже, це робить малоефективною стратегію залучення суспільства до самонавчання.

Варто зауважити, що самоосвітній процес в Україні має високий пріоритет, адже вона є доступнішою та гнучкішою порівняно з традиційною освітою, проте її ефективність залежить від особистої мотивації та самодисципліни, які дозволяють адаптувати освітній процес під індивідуальність.

Сьогодні існує проблема цифрового розриву. Люди похилого віку, будучи викладачами, особливо в віддалених куточках країни, повинні дотримуватись стандартів та навчати в межах освітньої програми. Для введення в освітню програму уроків медіаграмотності, в першу чергу необхідно навчати цьому

викладачів, щоб забезпечити їх відповідними знаннями та навичками. Після цього, викладачі зможуть навчати здобувачів освіти.

Формально, значна частина українського суспільства знає про важливість критичного мислення та про правила поведінки в інтернеті, проте не усвідомлює важливість практичного використання порад та рекомендацій, що деструктивно впливає на молодше та старше покоління.

Самоосвіта в медіаграмотності — це не разове зусилля, а щоденна звичка бути уважним, критичним і допитливим у взаємодії з інформацією. У світі, де новини надходять спіткають нас на кожному кроці, здатність мислити самостійно — одна із найважливіших навичок сучасної людини. Кожна людина повинна навчитися спостерігати за власною реакцією. Якщо якась новина викликає гнів, страх або ейфорію — це сигнал про те, що хтось, можливо намагається маніпулювати. Критичне мислення починається не зі скептицизму до інших, а з чесності до себе.

Щоб змінити ситуацію глобально, необхідно змінити модель спектаклю на модель участі, в якій навчання стане частиною живої взаємодії, діалогу та колективного досвіду. Цьому сприяє вбудовування елементів медіаграмотності в освітні програми, розвиток платформ, де користувачі не лише споживають контент, а й стають його співавторами, а спільне навчання у групах буде сприяти формуванню колективних норм та цінностей, які підтримують медіаграмотність як соціальну практику, а не індивідуальну задачу. Тож важливо інтегрувати освітні ініціативи у повсякденне життя людей — школи, університети, робочі місця та культурні середовища, де медіаграмотність буде не черговим популярним словом, а підходом до взаємодії у цифровому просторі.

Діяльність багатьох проектів, що зосереджені на відсіч російській агресії, охоплює не тільки сферу безпеки, або протидії агресору. Вони мають вплив на освітні підходи до формування медіаграмотності суспільства. Деякі ініціативи не були створені як освітні в класичному розумінні, але стали важливими джерелами формування критичного мислення, навичок аналізу та інформаційної безпеки.

Волонтерська спільнота «InformNapalm» з 2014р. проводить дослідження за методами OSINT (розвідка на основі відкритих джерел), викриваючи факти участі збройних сил російської федерації у війні проти України [33]. Їхні публікації ґрунтуються на конкретних даних: скріншотах профілів військових, геолокаціях, фото та відеоматеріалах, які можна перевірити самостійно. Крім того, підхід OSINT, який пропагує InformNapalm свідчить про те, що будь-хто може стати OSINT-дослідником, якщо має критичне мислення, базові технічні навички та бажання перевірити, а не просто повірити. Ще до недавня OSINT асоціювався винятково з військовою чи розвідувальною діяльністю, проте, сьогодні OSINT дедалі частіше використовується в журналістиці, кібербезпеці та освіті. Інтеграція елементів OSINT в освітній процес відкриває можливості для розвитку медіаграмотності. Учні й студенти вчаться не лише теоретично розуміти, що таке фейк, маніпуляція чи пропаганда, а й отримують конкретні інструменти для самостійної перевірки інформації. Однак, найбільш важливим в цьому процесі є не технічна сторона, а зміна способу мислення. Людина яка хоч раз пройшла шлях пошуку істини через відкриті джерела, рідше буде сліпо довіряти гучним заголовкам чи емоційним дописам у соціальних мережах, вона навчається задавати правильні питання.

3.3. Формування українського інформаційного простору як механізм запобігання та протидії поширенню дезінформації

У XXI столітті інформація стала не менш потужною зброєю, ніж традиційні види озброєння. В умовах гібридної війни саме інформаційний фронт став одним із ключових полів битви. Агресор систематично використовує дезінформацію, фейки, пропаганду та маніпуляції для дестабілізації суспільства, подриву довіри до інституцій, деморалізації населення та формування вигідної для себе картини реальності. У відповідь на це — постає завдання не лише оборонятись, а й формувати український інформаційний простір як простір правди, стійкості та відповідальності. Це комплексна задача, яка включає розвиток незалежних медіа,

впровадження стандартів журналістики, просування медіаграмотності, розбудову інформаційної інфраструктури та активне протистояння ворожим наративам.

В сучасних умовах боротьби з дезінформацією суспільство стикається з низкою серйозних викликів, які знижують ефективність заходів, спрямованих на мінімізацію впливу дезінформації. Зокрема, до цих факторів належать низький рівень довіри до державних інституцій, висока швидкість і масштабність поширення дезінформації, а також конкуренція між зовнішніми та внутрішніми інформаційними джерелами. Відповідно, державні органи часто застосовують стратегію протидії, базовану на розповсюдженні власних інформаційних наративів, що не завжди забезпечує перевагу над уже існуючими дезінформаційними меседжами. Враховуючи ці обставини, постає питання: як ефективно контролювати інформаційний простір, який не є безпосередньо під контролем держави?

Семюел Вулі у своєму дослідницькому проекті 2015 року продемонстрував та дослідив способи, якими політичні актори, орієнтовані на державу, використовують політичних ботів. Він дослідив, що боти породжують майже половину всього інтернет-трафіку, тому що 50 мільйонів користувачів Twitter та майже 140 мільйонів користувачів Facebook не демонструють людської поведінки [34].

Звичайний бот застосовується переважно для збору інформації та сприяння створенню персоналізованої реклами та новин. Соціальні боти, у свою чергу, взаємодіють у соціальних мережах з реальними користувачами. Раніше їхня комунікація була обмежена елементарними формами, проте сучасні технології значно розширили ці можливості: тепер боти можуть ефективно поширювати текстову інформацію, використовуючи завантажені словники або генеруючи контент за допомогою алгоритмів штучного інтелекту.

Політичні боти є одними з останніх технологічних досягнень, що перебувають на перетині політики та цифрових стратегій. Приблизно десять років тому численні медіаресурси по всьому світу висвітлювали активне

використання провладних і військових ботів. Інформація, що розповсюджується політичними ботами, зазвичай є фрагментованою та локалізованою, орієнтованою на конкретні події або певні країни.

Значна кількість дезінформації — наративи, тобто історії, що подаються у певних рамках. У взаємодії з наративами дезінформація може бути присутня в наративах, так і може сама породжувати нові. Сьогодні однією із найпопулярніших стратегій боротьби з дезінформацією є фактчек, проте, спростування дезінформації не завжди ефективне, особливо коли вона поширюється організовано. В рамках активної протидії поширенню дезінформації рекомендується використовувати стратегію «narrative-fight», яка передбачає не тільки протидію вже існуючим наративам, але й створення альтернативних наративів, які на одному рівні зможуть конкурувати вже з існуючими. В цій парадигмі фактчек виступає одним із інструментів, який допомагає підсилювати контрнاراتиви.

Основною проблемою нашої держави у контексті поширення дезінформації є залежність від іноземних платформ, які безумовно, є найсприятливішим середовищем для поширення дезінформації, адже це середовище не контролюється українською державою та не завжди готове забезпечити співпрацю, ба більше, окремі платформи відмовляються від співпраці з владою, не дивлячись на мільйони користувачів українського суспільства.

Головним наслідком залежності від іноземних інформаційних ресурсів є втрата інформаційного суверенітету, коли основні інформаційні потоки проходять через платформи, що контролюються іноземними компаніями чи урядами, це унеможливлює ефективну протидію зовнішньому впливу. Ще одним наслідком є вибіркова подача контенту, коли алгоритми соц. мереж визначають яка інформація стає видимою, а яка — ні. Ці алгоритми не враховують національні інтереси України та можуть блокувати або та охоплення навіть важливої для безпеки країни інформації. Прикладом цього слугують журналістські свідчення та заяви офіційних органів України, про видалення відео

та дописів з Бучі та Маріуполя, зокрема міністерство цифрової трансформації направило лист до компанії Meta щодо модерації українського контенту.

Для вирішення цієї проблеми першочергово необхідно визначити напрямок діяльності у сфері інформаційної політики. Сьогодні велика кількість офіційних сайтів та децентралізований інформаційний простір не є найкращими умовами для поширення інформації серед суспільства. Однією із причин є когнітивна лінь, яка є головним бар'єром на шляху до розвитку медіаграмотності. Сучасні умови задають необхідність адаптації, а отже, когнітивна лінь, це радше процес, який ефективніше подолати на державному рівні, аніж на індивідуальному, тим паче, коли справа стосується оптимізації та вдосконалення власного інформаційного простору.

З огляду на це, доцільним є впровадження якісного та сприятливого інформаційного середовища. Пропонується розробити, а в подальшому розвивати конкурентоспроможні національні цифрові платформи та медіаресурси. Звертаючи увагу на тренд соціальних мереж та месенджерів, очевидно, що одним із основних методів інформування суспільства повинен бути конкурентоспроможний месенджер, або соціальна мережа. Розвиток таких платформ має стати пріоритетом державної інформаційної політики, оскільки саме через них можна створити доступне та надійне середовище комунікації, що відповідає потребам сучасного користувача та потребам держави. Ключовим елементом успіху є довіра користувачів, яку можливо здобути лише за умов прозорості, високих стандартів безпеки та чіткої політики захисту персональних даних. Окрім технічних аспектів, необхідно приділити увагу формуванню контентної політики, яка не повинна перетікати в інформаційний авторитаризм або залежати від іноземного впливу. Досягнути цього можна шляхом залучення користувачів до створення українського контенту та налаштуванням алгоритмів, які будуть активно поширювати не тільки розважальні, але й проблемні для держави теми, тримаючи суспільство наближеним до реальності. Не дивлячись на наявність проблем при створенні власних соціальних месенджерів або соціальних мереж, які продемонстровані в таблиці 3.3, концепція формування

власного інформаційного середовища, що сприяє поширенню власних наративів та протидії поширенню дезінформації є єдиним шляхом до забезпечення інформаційного суверенітету.

Таблиця 3.4

Проблеми та переваги створення національного інформаційного середовища

Проблеми	Переваги
Високі витрати на розробку та підтримку	Можливість створення платформи з урахуванням локальних потреб, мовних і культурних особливостей
Необхідність забезпечення масштабованості та надійності інфраструктури	Повний контроль над безпекою, конфіденційністю та збереженням даних користувачів
Забезпечення безперебійної роботи при великому навантаженні	Підвищення рівня захисту персональних даних у межах національної юрисдикції
Підвищені ризики кібератак, несанкціонованого доступу або зломів	Зміцнення кіберзахисту, незалежного від зовнішніх акторів, і протидія сторонньому впливу
Вразливість до державного чи зовнішнього контролю за умови інтеграції із закордонними платформами	Формування довіри через розвиток національного контенту, відображення локальних цінностей
Необхідність стимулювання переходу користувачів від іноземних платформ	Зміцнення інформаційного суверенітету та підтримка державної цифрової стратегії
Складність у забезпеченні ефективної та неупередженої модерації контенту	Впровадження стандартів модерації, адаптованих до національних інтересів та законодавства
Необхідність стабільного фінансування та економічної моделі підтримки	Посилення спроможності до протидії дезінформації, маніпуляціям і зовнішній пропаганді
Високі початкові інвестиції у розробку та експлуатацію	Зменшення технологічної залежності від глобальних корпорацій і закордонного програмного забезпечення
Необхідність дотримання міжнародних норм захисту даних і прав користувачів	Можливість формувати прозорі, відповідальні та справедливі правила користування платформою
Ймовірні конфлікти між захистом свободи слова і потребою в боротьбі з дезінформацією	Балансування між правами громадян і потребами національної безпеки шляхом гнучкого правового та етичного регулювання

Необхідність впровадження вищевказаних механізмів для забезпечення інформаційного суверенітету, підтверджує реакція дезінформації на несприятливе для її поширення середовище. Несприятливим середовищем є те — де люди зможуть критично мислити та грамотно підходити до обробки

інформації. Відсутність деструктивних наративів сприяє очищенню інформаційного простору від зайвого шуму. При цьому важливим завданням є збереження доступу до альтернативних джерел інформації, адже це дозволяє аналізувати інформацію з інших джерел та приймати більш усвідомлені рішення. Неможливо сформулювати об'єктивне уявлення, використовуючи лише одне джерело, важливо розглядати усі точки зору, проте дотримуватись лише правдивої.

Висновки до третього розділу

У сучасних умовах гібридної війни та постійної інформаційної агресії забезпечення інформаційного суверенітету України набуває стратегічного значення. Це не просто елемент державної політики, а фундаментальна складова національної безпеки, що впливає на здатність суспільства протистояти деструктивним наративам, зберігати внутрішню єдність та відстоювати демократичні цінності. Сучасна дезінформація діє не лише як інструмент маніпуляції, але й як засіб деморалізації, підриву довіри до державних інституцій та послаблення критичного мислення.

Протидія цим викликам вимагає не фрагментарної, а цілісної стратегії, що включає одночасну роботу на кількох рівнях — від миттєвого реагування на дезінформацію до довгострокового формування інформаційного простору, що базується на правді, довірі та стійкості. Україна має не лише захищатись, а й активно створювати власні смисли — конкурентоспроможні наративи, які здатні органічно протистояти ворожим впливам та формувати спільне бачення майбутнього.

У цьому контексті критично важливою є розбудова національних цифрових платформ і соціальних мереж, що враховують локальні потреби, відповідають українським культурним кодам та гарантують безпеку персональних даних. Така інфраструктура має стати основою нового цифрового середовища, де держава може ефективно комунікувати з громадянами, а користувачі — мати доступ до

достовірної інформації. Водночас, незалежні медіа та високі стандарти журналістики мають залишатися опорою в боротьбі за правду.

Особливу роль у формуванні стійкого інформаційного імунітету відіграє медіаграмотність. Її розвиток має бути системним та інтегрованим в освітній процес, підтриманим інституційно та спрямованим на формування культури критичного мислення. Люди мають не лише вміти розпізнавати дезінформацію, а й бути активними учасниками інформаційного процесу — аналізувати, перевіряти, створювати та поширювати якісний контент.

ВИСНОВКИ

Дезінформація, як випливає з проведеного дослідження, являє собою надзвичайно дієвий інструмент соціального та політичного впливу, що набув особливої гостроти в умовах сучасної геополітичної нестабільності та гібридних війн. Соціальні мережі миттєво охоплюють величезні аудиторії та використовують складні алгоритми мікротаргетингу, що дозволяє впливати на вразливі категорії. Вони стали не просто зручним каналом комунікації, а й ключовим середовищем для стрімкого та масштабного поширення неправдивої інформації. Цьому сприяють як технологічні особливості самих платформ, що дозволяють маніпулювати контентом та його видимістю, так і психологічні вразливості користувачів, схильних до емоційних реакцій та підтвердження власних упереджень.

Як було показано в роботі на прикладі діяльності агентів впливу, поширення дезінформації часто має чітко організований характер. Політичні актори, пропагандистські організації та так звані «фабрики тролів» координують свої зусилля для створення та розповсюдження потрібних наративів, використовуючи ботів, фейкові акаунти та скоординовані кампанії. Ці дії становлять серйозну загрозу національній ідентичності України, адже спрямовані на руйнування історичної пам'яті шляхом викривлення ключових подій, дискредитацію національних символів та культурних постатей, а також на поляризацію суспільства за різними ознаками.

Процес поширення дезінформації це складний механізм, який включає певну кількість етапів та факторів, що взаємодіють між собою, проте варто враховувати, що дезінформація найчастіше є лише інструментом досягнення стратегічних цілей, тому вона може бути різною. Коли дезінформація повторюється багаторазово, системно і цілеспрямовано, вона починає формувати певний наратив. Коли з'являється мета вплинути на думки, поведінку або переконання груп людей у довготривалій перспективі, це перетворюється на пропаганду. Проте, важливо розрізняти реальні проблеми від дезінформації,

наративів та пропаганди, адже кожен вид інформаційно-психологічного впливу має свою мету, тривалість та користується різними інструментами. З огляду на український інформаційний простір, рекомендується звернути увагу на історичний контекст дезінформації, наративів та пропаганди, адже багато гострих тем, на яких сьогодні грає ворог є історично спалюваними та викривленими, дезінформація зустрічається все частіше у організованому вигляді «битви наративів». Тому, найголовнішим є розуміння інструментів дезінформації та методів їх застосування, адже від цього залежить точність відтворення реальних механізмів впливу, можливість передбачення наслідків та ефективність розробки стратегій протидії інформаційним загрозам.

Ефективна протидія дезінформації вимагає застосування комплексного підходу, що охоплює широкий спектр інструментів. Законодавчі ініціативи мають визначати відповідальність за поширення дезінформації. Інституційні механізми повинні відстежувати та аналізувати інформаційні загрози. Комунікаційні стратегії мають бути спрямовані на своєчасне та прозоре інформування громадян, а освітні програми – на підвищення рівня медіаграмотності та формування навичок критичного мислення.

Сьогодні для України є критично важливим розбудова власного стійкого інформаційного середовища, яке формуватиме довіру та послідовно доноситиме правдиву інформацію суспільству. Особливої ваги набуває необхідність створення власних, підконтрольних державі та суспільству комунікаційних платформ, зокрема соціальних мереж, що дозволить забезпечити інформаційний суверенітет, контролювати поширення інформації та зменшити залежність від іноземних платформ. Комунікаційна синхронізація між державними органами, медіа та авторитетними джерелами є необхідною умовою для ефективної протидії ворожим наративам. Замість зосередження виключно на спростуванні вже поширених фейків, більш перспективним є поширення контрнарративів, що базуються на об'єктивних фактах та національних цінностях, а також активне сприяння розвитку критичного мислення серед громадян, що дозволить їм самостійно фільтрувати інформаційні потоки. У цьому контексті для ефективної

протидії ворожим наративам пропонується використовувати альтернативну інформаційну реальність, яка б не просто спростовувала дезінформацію, а активно просувала власні, більш переконливі та життєздатні інтерпретації подій і цінностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Hunter L. Y. Regime characteristics and online government disinformation. *Journal of Information Technology & Politics*. 2024. С. 1–20. URL: <https://doi.org/10.1080/19331681.2024.2445730>
2. Почепцов Г. Г. Інформація без зв'язку з реальністю. Монографія. Київ, 2018. URL: <https://detector.media/withoutsection/article/140852/2018-09-08-informatsiya-bez-zvyazku-z-realnistyu/>
3. Joyner L. Why Do People Spread Disinformation on Social Media? The Role of Social Identity and Perceived Morality. PhD thesis. University of Westminster School of Social Sciences, 2023. URL: <https://doi.org/10.34737/w702w>
4. Почепцов Г. Г., Лигачева Н. Л., Петренко Г. (Дез)інформація. Київ, 2019. URL: https://go.detector.media/wp-content/uploads/2019/10/Disinformation_Pochepcov_book_WEB.pdf
5. Наумова М. Індекс медіаграмотності українців за 2024 рік. Детектор медіа. Київ, 2025. URL: <https://detector.media/infospace/article/240621/2025-05-06-indeks-mediagramotnosti-ukraintsiv-za-2024-rik/>
6. First Draft News. Types of Misinformation. URL: <https://firstdraftnews.org>
7. Tandoc E. C., Lim Z. W., Ling R. Defining “Fake News”: A Typology of Scholarly Definitions. *Digital Journalism*. 2018. Vol. 6, Issue 2. P. 137–153. URL: <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>
8. Lazer D. M. J. et al. The Science of Fake News. *Science*. 2018. Vol. 359, Issue 6380. P. 1094–1096. URL: <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
9. Guess A., Nagler J., Tucker J. Less than you think: Prevalence and predictors of fake news dissemination on Facebook. *Science Advances*. 2019. Vol. 5, Issue 1. URL: <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>
10. Wardle C., Derakhshan H. Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy-making. Strasbourg, 2017. URL:

<https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>

11. Почепцов Г. І. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Київ, 2022. ISBN: 9669428432, 9789669428431
12. Allcott H., Gentzkow M. Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*. 2017. Vol. 31, No. 2. P. 211–236. URL: <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
13. Benkler Y., Faris R., Roberts H. *Network Propaganda: Manipulation, Disinformation, and Radicalization in American Politics*. Oxford University Press, 2018. ISBN 978-0190923624
14. Marwick A., Lewis R. *Media Manipulation and Disinformation Online*. Data & Society Research Institute, 2017. URL: <https://datasociety.net/library/media-manipulation-and-disinfo-online/>
15. Zannettou S. et al. Disinformation Warfare: Understanding State-Sponsored Trolls on Twitter and Their Influence on the Web. *WWW Conference*. 2019. P. 218–226. URL: <https://doi.org/10.1145/3308558.3313551>
16. Starbird K. Examining the Alternative Media Ecosystem Through the Production of Alternative Narratives of Mass Shooting Events on Twitter. *ICWSM*. 2017. P. 230–239. URL: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v11i1.14878>
17. Howard P. N., Kollanyi B. *Bots and Automation Over Twitter During the U.S. Election*. Oxford Internet Institute. 2016. URL: <https://comprop.oii.ox.ac.uk/research/posts/bots-and-automation-during-the-u-s-election/>
18. Shao C. et al. Hoaxy: A Platform for Tracking Online Misinformation. *WWW Conference*. 2016. P. 745–750. URL: <https://doi.org/10.1145/2872427.2883085>
19. Bakshy E., Messing S., Adamic L. A. Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science*. 2015. Vol. 348, Issue 6239. P. 1130–1132. URL: <https://doi.org/10.1126/science.aaa1160>

20. Grinberg N. et al. Fake news on Twitter during the 2016 U.S. presidential election. *Science*. 2019. Vol. 363, Issue 6425. P. 374–378. URL: <https://doi.org/10.1126/science.aau2706>
21. Pennycook G., Rand D. G. Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*. 2019. Vol. 188. P. 39–50. URL: <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
22. Wright K. *Communication and Misinformation: Crisis Events in the Age of Social Media*. Hoboken: Wiley-Blackwell, 2025. 240 p. URL: <https://doi.org/10.1002/9781394184972>
23. Debord G. *The Society of the Spectacle*. Paris: Buchet/Chastel, 1971. ISBN 978-0-942299-79-3
24. Імереллі Р. Е., Казачинська К. П., Мойса Б. С., Шум С. С. Права осіб із проблемами психічного здоров'я. Дотримання прав людини у психіатричних лікарнях: аналітичний звіт. Київ: Українська Гельсінська спілка з прав людини, 2016. URL: <https://helsinki.org.ua/publications/prava-osib-iz-problemamy-psyhichnoho-zdorovya-dotrymannya-prav-lyudyny-u-psyhiatrychnyh-likarnyah/>
25. Дячук К. Єдиному телемарафону не довіряють більше, ніж довіряють — опитування КМІС. 2024. URL: <https://suspilne.media/597221-edinomu-telemarafonu-ne-doviraut-bilse-niz-doviraut-opituvanna-kmis/>
26. Почепцов Г. Г. *Пропаганда і контрпропаганда*. 2004. ISBN 5-98375-004-6
27. Живоглядюв Ю. Психо-сугестивний аналіз переконань в контексті інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди на світогляд та поведінку росіян. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2024. № 1 (73). С. 241. URL: <http://doi.org/10.31732/2663-2209-2024-73-234-243>
28. Shannon C. E. A Mathematical Theory of Communication. *Bell System Technical Journal*. 1948. Vol. 27, Issues 3–4. P. 379–423, 623–656. URL: <https://doi.org/10.1002/j.1538-7305.1948.tb01338.x>

29. Buzing A. The SIR Model for Spread of Disease. Wolfram Research, Inc., 2020. URL: <https://www.wolframcloud.com/obj/covid-19/Published/The-SIR-Model-for-Spread-of-Disease.nb>
30. SEIR Model of Dissemination False Information on Facebook. Journal of Information System and Technology Management. 2024. Vol. 9 (35). P. 98–117. URL: <https://doi.org/10.35631/JISTM.935006>
31. Почепцов Г. Г. Пропаганда 2.0. Харків: Фоліо, 2018. 796 с. ISBN 978-966-03-8284-8
32. Castells M. A Network Theory of Power. International Journal of Communication. 2011. Vol. 5. P. 773–787. URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/1136>
33. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking. 2017. URL: <https://rm.coe.int/information-disorder-report-version-august-2018/16808c9c77>
34. UNESCO. Online Disinformation: UNESCO Unveils Action Plan to Regulate Social Media Platforms. Paris: UNESCO, 2023. URL: <https://www.unesco.org/sites/default/files/medias/fichiers/2023/11/20231106%20Conference%20de%20presse%20Discours%20Audrey%20Azoulay.pdf>
35. Васьків О. Буданов назвав Telegram «проблемою з точки зору нацбезпеки». Суспільне медіа. 2024. URL: <https://suspilne.media/715250-budanov-nazvav-telegram-problemou-z-tocki-zoru-nacbezpeki/>
36. Denisa-Liepniece S., Kullamaa K. Media Literacy Sector Mapping: Estonia Country Report. Tallinn: International Centre for Defence and Security, 2022. URL: https://icds.ee/wp-content/uploads/dlm_uploads/2023/08/ML_Mapping_Estonia_2022.pdf
37. Denisa-Liepniece S., Bankauskaitė D. Media Literacy Sector Mapping: Lithuania Country Report. Tallinn: Baltic Centre for Media Excellence, 2022. URL: https://bcme.eu/wp-content/uploads/dlm_uploads/2023/08/ML_Mapping_Lithuania_2022.pdf

38. Ločmele L., Burke B. R., Sotirova N. Quo Vadis, Media Literacy? Notes from Latvia, Bulgaria and the USA. *Journal of Media Literacy*. 2025. URL: <https://digitalcommons.morris.umn.edu/cmr/9/>
39. Вікулов М. Годовщина начала российского реваншизма: «число Зверя» 08.08.08. *InformNapalm*. 2015. URL: <https://informnapalm.org/11361-godovshhyna-08-08-08/>
40. Woolley S. C. Automating Power: Social Bot Interference in Global Politics. *First Monday*. 2016. Vol. 21, No. 4. URL: <https://doi.org/10.5210/fm.v21i4.6161>
41. Протидія дезінформації — спосіб формування національної єдності та стійкості. URL: <https://spravdi.gov.ua/protydiya-dezininformacziyi-sposib-formuvannya-naczionalnoyi-yednosti-ta-stijkosti-u-voyennyj-chas/>
42. Роль соціальних медіа у російсько-українській інформаційній війні. URL: https://www.researchgate.net/publication/369212984_THE_ROLE_OF_SOCIAL_MEDIA_IN_THE_RUSSIAN-UKRAINIAN_INFORMATION_WAR/fulltext/64108a4d66f8522c38a47bab/THE-ROLE-OF-SOCIAL-MEDIA-IN-THE-RUSSIAN-UKRAINIAN-INFORMATION-WAR.pdf
43. Pennycook G., Rand D. G. The Implied Truth Effect: Attaching Warnings to a Subset of Fake News Stories Increases Perceived Accuracy of Stories Without Warnings. *Management Science*. 2020.
44. Lewandowsky S., Ecker U. K. H., Cook J. Beyond Misinformation: Understanding and Coping with the “Post-Truth” Era. *Journal of Applied Research in Memory and Cognition*. 2017.
45. Wardle C., Derakhshan H. Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making. Council of Europe, 2017.
46. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The Spread of True and False News Online. *Science*. 2018. Vol. 359, Issue 6380. P. 1146–1151. URL: <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>

47. Bessi A., Ferrara E. Social bots distort the 2016 U.S. Presidential election online discussion. First Monday. 2016. Vol. 21, No. 11. URL: <https://doi.org/10.5210/fm.v21i11.7090>
48. McKay S., Tenove C. Disinformation as a Threat to Democracy: Political, Legal and Normative Dimensions. Political Studies. 2020. Vol. 68, Issue 4. P. 927–943. URL: <https://doi.org/10.1177/0032321720916840>
49. Persily N., Tucker J. Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform. Cambridge University Press, 2020. ISBN 978-1108835558