

Fake News and Disinformation in Social Media During War: Risks for Ukrainian Society

UDC: 316.776.23:316.472.4“364”

DOI: <https://doi.org/10.15421/172573>**Ratushna Taisiia**Ph.D., Assoc. Prof., www.orcid.org/0000-0001-7351-6647, t2020005@gmail.com*Zaporizhzhia National University (Zaporizhzhia, Ukraine)*

Abstract.

Relevance. The article examines how fake news and disinformation spread through social media during wartime, framing them as serious threats to Ukraine's information security and societal resilience. Digital platforms have emerged as key channels of communication while simultaneously facilitating manipulation and coordinated information attacks. The study identifies the mechanisms driving the dissemination of fake news in wartime, evaluates their impact on Ukrainian society, and outlines potential responses to disinformation, including strategies for countering and debunking false content.

Results. The article analyses two illustrative cases: the fake report about the “encirclement of Kyiv” in February 2022 and a fabricated message from December 2024 alleging that “Ukrainian refugees in Europe are illegally mining cryptocurrency.” The first case aimed to demoralise the Ukrainian public and provoke panic, while the second sought to discredit Ukrainians abroad, incite xenophobia, and erode international support for Ukraine. The analysis demonstrates that such disinformation exploits emotional triggers, pseudo-evidence, appeals to stereotypes, and anonymous sources. The article examines how disinformation influences public opinion and erodes institutional trust and international solidarity.

Conclusions. The study confirms the ambivalent role of social media in wartime contexts. On the one hand, these platforms serve as instruments of mobilisation, enabling government structures to conduct crisis communication and deliver timely public information. On the other hand, hostile actors use them as tools for information warfare. The societal shift from traditional media to digital platforms has increased both informational agility and susceptibility to disinformation, particularly due to the algorithm-driven amplification of emotionally charged or sensational content. The article highlights the pressing need to enhance media literacy, bolster fact-checking ecosystems, and promote communication strategies that foster national information resilience.

Keywords: fake news, disinformation, social media, war, information warfare, fact-checking

Фейки та дезінформація в соціальних мережах під час війни: ризики для українського суспільства

Ратушна Таїсія*Запорізький національний університет (Запоріжжя, Україна)*

Анотація.

Актуальність. У статті досліджено механізм поширення фейків і дезінформації в соціальних мережах під час війни, що становить загрозу для інформаційної безпеки та суспільної стійкості України. Обґрунтовано, що цифрові платформи стали ключовими каналами комунікації, але водночас сприяють маніпуляціям та інформаційним атакам. Метою є встановлення механізмів поширення фейкових повідомлень у соціальних мережах в умовах війни, оцінка їх впливу на українське суспільство, а також шляхи реагування на дезінформацію і спростування фейків.

Результати. Проаналізовано два кейси: фейк про «оточення Києва» (лютий 2022 р.) та повідомлення про «майнінг криптовалют українськими біженцями» в Європі (грудень 2024 р.). Виявлено, що перший кейс спрямований на деморалізацію українців і створення паніки, тоді як другий – на дискредитацію українців за кордоном, посилення ксенофобії та зниження міжнародної підтримки України. З'ясовано, що фейки використовують емоційні тригери, псевдодоказовість, апеляцію до стереотипів та анонімних джерел. Оцінено вплив дезінформації на громадську думку, довіру до інституцій і міжнародну підтримку.

Висновки. Підтверджено, що соціальні мережі під час війни відіграють амбівалентну роль. З одного боку вони виступають як інструмент мобілізації і допомагають органам влади налагоджувати кризову комунікацію і оперативне інформування громадян в умовах війни. З іншого боку соціальні мережі можуть використовуватись як засіб інформаційного впливу з боку ворога. Перехід значної частини українського суспільства від традиційних медіа до цифрових платформ посилив як інформаційну мобільність, так і вразливість до фейкових повідомлень, зокрема через дію алгоритмів, що підсилюють вірусність емоційного або сенсаційного контенту. У статті наголошено на потребі розвитку медіаграмотності, посиленні фактчекінгу та підтримці комунікаційних стратегій, що підвищують національну інформаційну стійкість.

Ключові слова: фейк, дезінформація, соціальні мережі, війна, інформаційна війна, фактчекінг

Вступ.

Соціальні мережі стали невід'ємною частиною сучасного інформаційного простору, суттєво впливаючи на сприйняття подій і формування суспільної думки. У часи війни їхній вплив набуває ще більшої значущості, адже вони можуть бути як потужним засобом комунікації та мобілізації, так і інструментом поширення дезінформації та маніпуляцій.

Проблема фейкових новин та маніпулятивного контенту в умовах війни є особливо гострою. Від ефективності використання соціальних мереж для поширення правдивої інформації або, навпаки, дезінформації залежить інформаційна безпека, моральний стан суспільства та здатність громадян орієнтуватися в реальності. Такі явища, як інформаційні атаки, інформаційно-психологічні спеціальні операції (ІПСО) масова дезінформація, бот-кампанії та створення фейкових наративів, активно використовуються як частина гібридних воєн. До того ж сучасні цифрові медіа, зокрема Інтернет, соціальні мережі та мобільні платформи, стають основними каналами комунікації та поширення інформації. Хоча ці нові медіа відкрили багато можливостей для миттєвого доступу до інформації та взаємодії, вони також створили низку викликів, пов'язаних із дезінформацією, розповсюдженням фейків та інформаційними атаками.

Метою цієї статті є аналіз механізмів поширення фейків і маніпуляцій у соціальних мережах під час війни та вивчення їхнього впливу на суспільство. Особливу увагу буде приділено причинам успішності дезінформації, ролі алгоритмів платформ, а також можливим шляхам протидії цим загрозам.

За останнє десятиліття медіапростір в Україні зазнав значних змін. Якщо раніше телебачення було основним джерелом новин і формування громадської думки, то сьогодні соціальні мережі стрімко випереджають традиційні за охопленням аудиторії. За даними опитування USAID/Internews про медіаспоживання, проведеного у 2023 році в українському суспільстві фіксується тенденція до зниження споживання новин через телебачення. Результати свідчать, що 76% українців стежать за новинами через соціальні мережі а частка населення, яка користується одночасно телебаченням і соціальними мережами для отримання новин, зменшується (Детектор медіа, 2023). У світі, де інформаційне поле стає все більш конкурентним і діджиталізованим, громадяни України все частіше звертаються до соціальних мереж і смартфонів для пошуку новин. Нові медіа пропонують інтерактивний, мультимедійний контент у реальному часі, що суттєво відрізняється від традиційних джерел новин, таких як телебачення чи друковані видання.

Після 24 лютого 2022 р. виник новий тренд – українські органи влади різних рівнів почали

активно створювати свої телеграм-канали для прямої та швидкої комунікації з населенням (Інтернет Свобода, 2022). Команда Міністерства юстиції та Middleware навіть запустила чат-бот для Telegram, який дозволяє фіксувати злочини проти людяності з боку російської федерації під час війни в Україні. Бот збирає повідомлення про порушення прав людини, викрадення, вбивства, катування та інше. Чат-бот дозволяє сфотографувати місце злочину, додати фото, відеодокази, залишити текстовий коментар та контактні дані для можливого залучення у майбутньому в ролі свідка (Урядовий портал, 2022).

Опитування, проведені до та після повномасштабного вторгнення демонструють, що аудиторія українського сегменту Telegram суттєво зросла саме після повномасштабного вторгнення, окрім обміну особистими повідомленнями користувачі почали цікавитись новинами, які поширювали Telegram канали. За результатами опитування, проведеного КМІС у грудні 2022 року на замовлення Українського інституту медіа та комунікації, 63,3% українців почали читати Telegram-канали для отримання новин саме після 24 лютого 2022 року, тоді як до повномасштабного вторгнення таких було лише 35,9% (Аналітичний звіт, 2023, с. 4). В тому ж дослідженні було виявлено, що така популярність Telegram-каналів серед аудиторії пояснюється їхньою зручністю та можливістю «отримувати новини у режимі реального часу» за допомогою смартфона, також 23,5% респондентів цінують Telegram-канали за те, що вони публікують новини, яких немає в традиційних медіа (Аналітичний звіт, 2023, с. 5).

Разом із цими змінами інформаційного простору виникли і нові загрози для інформаційної безпеки: поширення фейкових новин, дезінформація та спеціальні інформаційні операції, що мають на меті маніпулювати суспільною свідомістю. Особливо гостро ці питання постають в умовах війни. У відповідь на це держава, медіа, громадські активісти та самі громадяни в Україні вимушені шукати ефективні шляхи для протидії фейкам та зміцнення інформаційної безпеки.

Інформаційна безпека держави в сучасному світі є невід'ємною складовою її національної безпеки, оскільки інформація стає зброєю спрямованою на завдання супротивнику суттєвої шкоди (від пропаганди власних цінностей та інтересів до дезінформації та прямих інформаційних атак, спрямованих на поширення панічних настроїв, розпалювання міжнаціональної ворожнечі, підбурювання до насильства тощо). Тут доцільно згадати В. Горбуліна (Горбулін, 2014), який говорить про те, що саме на прикладі російсько-української війни можна побачити, що інформаційний чинник стає самостійним складником і доповнює військовий.

Як правове поняття в сучасному українському законодавстві інформаційна безпека описує стан

захищеності державного суверенітету, територіальної цілісності, демократичного конституційного ладу, інших життєво важливих інтересів людини, суспільства і держави, за якого належним чином забезпечуються конституційні права і свободи людини на збирання, зберігання, використання та поширення інформації. У Стратегії інформаційної безпеки України зазначено, що важливими складовими інформаційної безпеки є доступ до достовірної та об'єктивної інформації, існування ефективної системи захисту і протидії нанесенню шкоди через поширення негативних інформаційних впливів, у тому числі скоординоване поширення недостовірної інформації, деструктивної пропаганди, інших інформаційних операцій, несанкціоноване розповсюдження, використання й порушення цілісності інформації з обмеженим доступом (Указ Президента України № 685/2021, 2021).

Отже в ситуації коли соціальні мережі стали ключовим елементом сучасного інформаційного простору, особливо під час війни, інформаційні атаки та маніпуляції можуть мати критичний вплив на суспільство. Зростання ролі цифрових медіа як основного джерела інформації для українців створює як нові можливості швидкого оповіщення та інформування населення, так і суттєві виклики, пов'язані з поширенням дезінформації та фейків. Інформаційна безпека набуває стратегічного значення, оскільки маніпулятивний контент може впливати на суспільну думку, формувати хибні уявлення про реальність і навіть підривати національну стійкість. З огляду на це, актуальним є розгляд наукових підходів до аналізу дезінформації, фейкових новин та механізмів їхнього поширення.

Аналіз попередніх досліджень та публікацій. Дослідження у цій сфері зосереджуються на вивченні кібервійн, соціально-комунікаційних аспектів дезінформації, стратегій її протидії, а також ролі державних і громадянських ініціатив у забезпеченні інформаційної безпеки. Зокрема, у роботі М. Робінсона з колегами проаналізовано як поява кіберпростору відкрила нові стратегічні можливості та загрози, спричинивши боротьбу за домінуюче становище в ньому, а також розглянуто актуальні терміни в цій галузі: інформаційна війна, кіберпростір та кібервійна (Robinson et al., 2014).

Розглядаються також і те яку роль відіграють соціальні мережі у сучасних війнах, зокрема через їх використання як інструменту маніпуляції громадською думкою, когнітивного втручання та контролю, що становить загрозу національній та міжнародній безпеці (Chen et al., 2021).

У дослідженні Т. Цайтццофа розглядається зміна динаміки конфліктів через ключові аспекти впливу соціальних мереж. Вони змінюють динаміку конфліктів, знижуючи витрати на комунікацію, пришвидшуючи поширення інформації та змушуючи

акторів адаптувати стратегії. Вони не лише надають нові дані, а й трансформують саме інформаційне середовище, впливаючи на перебіг конфліктів (Zeitsoff, 2017). Кампанії дезінформації, астротурфіngu, цифрових маніпуляцій та інформаційних війн в медіапросторі також розглядаються у науковій літературі (Cook et al., 2017; Лепський, 2018; Landon-Murray et al., 2019; Zerback & Töpfel, 2021).

Загалом сучасні дослідження фейкових новин і маніпуляцій у соціальних мережах висвітлюють дві ключові проблеми: жанровий аспект фейкових новин як навмисної дезінформації та їх використання як ярлика для делегітимізації медіа. Хоча науковий інтерес здебільшого зосереджений на першому аспекті (Tandoc et al., 2017), деякі дослідники закликають приділити більше уваги другому, що є важливим для розуміння сучасних комунікацій (Albright, 2017; Egelhofer & Lecheler, 2019).

Значні трансформації інформаційного простору, спричинені поширенням соціальних мереж, змінили механізми споживання інформації, зробивши її швидшою, але менш контрольованою. Це призвело до зростання ролі фейків як інструменту маніпуляції громадською думкою та викликів щодо їхньої ідентифікації (Левін, 2023). У цьому контексті дослідження конкретних кейсів дозволяє виявити специфічні маркери дезінформації та ефективні стратегії її протидії (Ратушна, 2021).

Попередні дослідження фейків і маніпуляцій у соціальних мережах здебільшого зосереджувалися на загальних аспектах дезінформації, проте не враховували специфіку воєнного періоду, коли фейки використовуються як частина інформаційно-психологічних операцій. Досі недостатньо вивчено, як змінюються маніпулятивні наративи у відповідь на контрдезінформаційні заходи та яку роль відіграють різні соціальні агенти у цьому процесі. У більшості досліджень проблема розглядається в узагальненому вигляді, при цьому недостатньо уваги приділяється механізмам поширення та впливу окремих випадків, що могло б сприяти глибшому розумінню динаміки інформаційних атак. Заповнюючи ці прогалини, дана стаття пропонує кейс-орієнтований підхід до аналізу поширення фейків, їхнього впливу на українське суспільство та можливих шляхів боротьби з ними.

Методи дослідження. У даному дослідженні для аналізу поширення фейкових новин та маніпуляцій у соціальних мережах під час війни було застосовано метод кейс-стаді (case study) (Stevens, 2023). Він дозволив проаналізувати конкретні випадки дезінформації, простежити механізми її поширення, реакцію суспільства та наслідки для інформаційного простору.

У цьому дослідженні метод кейс-стаді використовується для аналізу двох конкретних випадків дезінформації в соціальних мережах. Вибрані кейси є типовими випадками (Priya, 2020) і дозволяють

виявити основні тактики поширення фейків, реакцію аудиторії та інституцій на маніпулятивний контент, розглянути механізми спростування та їхню ефективність. Використання кейс-стаді у цьому дослідженні дозволяє не лише описати проблему, а й виявити ключові закономірності, що є важливими для подальшого розроблення стратегії боротьби з дезінформацією в умовах війни.

Аналіз обраних кейсів ґрунтується на міждисциплінарному підході, що поєднує контент-аналіз, дискурс-аналіз та аналіз медіа джерел (Serafini & Reid, 2019; Chouliaraki & Fairclough, 2021; Fairclough, 2023). Використання цих методів дозволяє комплексно дослідити механізми поширення фейків, їхню структуру, вплив на суспільство та соціальні наслідки. Контент-аналіз використовувався для виявлення ключових тем і наративів у фейкових новинах, аналізу каналів поширення (Telegram та інші соціальні мережі, проросійські ЗМІ), визначення частоти повторюваних сюжетів. Дискурс-аналіз застосовувався для виявлення специфічних риторичних прийомів, що мали викликати у аудиторії страх, інші негативні емоції, або звернення до конспірологічних теорій. Також цей метод дозволив проаналізувати, як змінюється риторика в різні періоди війни, виявити ключові наративи які нав'язуються через дезінформацію та ключових акторів поширення (анонімні автори, боти, «експерти», інфлюенсери).

Аналіз медіа-джерел допоміг відібрати два кейси та для аналізу. Основними критеріями відбору кейсів для дослідження були: 1) Цільова аудиторія фейку та масштаб соціального впливу. Кейси демонструють, як дезінформація впливає на конкретну групу (аудиторію), створює масові реакції або змінює суспільні настрої. 2) Комунікативні стратегії фейку та особливості його подачі. Відібрані кейси містять ознаки свідомої маніпуляції (емоційне навантаження, дезорієнтація, апеляція до стереотипів, використання «анонімних джерел», тощо). 3) Наявність реакції (державної чи медійної) на фейк. Кейси дозволяють аналізувати різні форми спростування.

Основні результати.

Для виявлення особливостей поширення фейкової інформації та її впливу на суспільство в умовах війни було обрано два кейси, що відповідають визначеним критеріям відбору. Обидва приклади демонструють різні типи дезінформаційного впливу (внутрішній та зовнішній) і дозволяють простежити, як фейки функціонують у різних інформаційних контекстах, використовують різні канали комунікації та провокують різні реакції в аудиторії. Перший кейс – повідомлення щодо «оточення Києва» під час активної фази бойових дій у 2022 році, другий – інформація про українських біженців у Європі, які нібито нелегально підключаються до електромереж у Європі для майнінгу криптовалют.

Обидва кейси мають власну динаміку поширення,

цільову аудиторію та соціальний контекст, що й зумовлює доцільність їх окремого розгляду. Нижче подано стислу характеристику кожного з них.

У перші дні повномасштабного вторгнення Росії в Україну, зокрема 27 лютого 2022 року, в соціальних мережах та проросійських медіа активно поширювалася інформація про нібито «оточення Києва» російськими військами. Цей фейк був спрямований на деморалізацію українського населення, створення паніки серед жителів столиці та підризу довіри до офіційних заяв української влади. Повідомлення супроводжувалися фото та/чи відеоматеріалами, які мали виглядати як підтвердження та емоційними текстами, закликаючи громадян до хаотичних дій, наприклад, «швидко залишати місто». Цей кейс демонструє класичні механізми дезінформації у соціальних мережах, такі як використання емоційних наративів у ситуації небезпеки для життя і обмеженості інформації, масштабне поширення через технологічні інструменти (ботів), та спробу створити інформаційну кризу. Майже одразу після початку поширення фейк був спростований мером Києва та іншими офіційними особами, зокрема радниками Президента та Президентом України (Ukrinform, 2022; Слово і Діло, 2022; Українська правда, 2022).

У грудні 2024 року українські фактчекери викрили інший фейк, який стосувався українських біженців від війни у Європі. Вони проаналізували повідомлення у соціальних мережах, зокрема у мережі X (Twitter) фейкове повідомлення з посиланням на буцімто сюжет телеканалу Euronews, у якому стверджувалося, що українські біженці в Європі нелегально під'єднуються до електромереж для видобутку (майнінгу) криптовалют. Згідно з фейком, понад 400 українців нібито вже були затримані за такі дії лише протягом одного місяця (Чуранова 2024). Саме повідомлення не містило конкретних фактів, не вказувалась жодна країна ЄС, де нібито відбувалися ці правопорушення, а використовувалося абстрактне узагальнення «в Європі». З метою надання повідомленню правдоподібності було використано типову для дезінформації тактику посилання на «анонімні джерела» – у даному випадку формулювання на кшталт «наші підписники повідомляють». Проведений фактчекерами пошук подібних повідомлень у достовірних джерелах, зокрема на офіційному сайті Euronews, не підтвердив наявності такого контенту. Цей кейс є прикладом дезінформації, спрямованої на дискредитацію українських біженців як соціальної групи. Пропагандистський наратив у цьому фейку формує образ українців як культурної, економічної та кримінальної загрози для Європи, використовуючи класичні стереотипи про «небезпечних мігрантів» та «злочинців». Мета такої дезінформації – підірвати підтримку України серед іноземної аудиторії,

зменшити рівень емпатії до українських біженців та розділити європейські суспільства на тлі війни. Фейк про «майнінг» є лише одним із прикладів ширшої інформаційної кампанії з формування негативного іміджу українців за кордоном, поряд із підробленими сюжетами, у яких українців звинувачували у

вбивствах, поширенні хвороб або паразитуванні на європейських соціальних системах (Кавуненко, 2023).

Порівняння двох кейсів дозволяє виявити різні вектори дезінформаційного впливу на громадську думку в умовах війни (табл. 1).

Табл. 1

Порівняльний аналіз кейсів фейкових повідомлень

Критерій	Кейс 1: «Оточення Києва»	Кейс 2: «Незаконне підключення українських біженців до європейських електромереж для майнінгу криптовалюти»
Тематика фейку	Військова загроза, паніка, підриг довіри до влади	Криміналізація біженців, дискредитація іміджу українців за кордоном
Платформи поширення	Telegram, проросійські ЗМІ	Соцмережі (Twitter), проросійські інформаційні ресурси
Механізми впливу	Емоційне залякування, фото/відео бойових дій, бот-активність	Стереотипізація, апеляція до європейської аудиторії, «анонімні джерела», використання логотипу авторитетного медіа, для посилення довіри
Цільова аудиторія	Внутрішня. Населення України, зокрема жителі Києва	Зовнішня. Населення країн ЄС, зокрема громадяни, що приймають українських біженців
Соціальний ефект	Дестабілізація, паніка, інформаційний хаос, зниження довіри до держави	Ксенофобні настрої, напруга між місцевими громадами та українськими біженцями
Форма спростування	Офіційні заяви (Президент, посадовці), спростування у ЗМІ	Фактчекінг медіа, розслідування незалежних журналістів

У першому випадку фейк орієнтований на внутрішню аудиторію та спрямований на поширення панічних настроїв та деструкцію довіри до офіційних інституцій. У другому ж дезінформація функціонує в транснаціональному вимірі, формуючи негативний образ українських біженців у приймаючих країнах та стимулюючи ксенофобні установки, що несе довготривалі ризики для підтримки України та українців у Європі.

Обидва кейси демонструють, що фейки не лише спотворюють фактичну інформацію, а й намагаються впливати на колективні уявлення, емоції та поведінкові реакції масової аудиторії. Вони спираються на різні платформи поширення та використовують специфічні тактики маніпуляції, які адаптовані до цільової аудиторії.

Особливої уваги заслуговує різна динаміка реагування, бо у випадку першого кейсу помітна швидка реакція з боку державних органів і широке медійне спростування, а у другому кейсі основна відповідальність за викриття фейку лягла на незалежні фактчекінгові ініціативи та журналістські розслідування. Така відмінність свідчить про різний рівень пріоритизації тем в публічному дискурсі та нерівномірність залучення інституцій до протидії

дезінформації залежно від її змісту й цільової аудиторії.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Проведене дослідження засвідчило, що соціальні мережі під час війни відіграють ключову роль у трансформації інформаційного ландшафту, змінюючи як канали споживання новин, так і механізми поширення дезінформації. Перехід значної частини українського суспільства від традиційних медіа до цифрових платформ посилив як інформаційну мобільність, так і вразливість до фейкових повідомлень, зокрема через дію алгоритмів, що підсилюють вірусність емоційного або сенсаційного контенту.

Аналіз двох кейсів дав змогу виявити характерні механізми поширення маніпулятивного контенту: опора на емоційні тригери, псевдодоказовість (посилання на фейкові джерела або анонімні повідомлення), узагальнення без конкретики та використання авторитетного бренду як прикриття. У першому випадку дезінформація була спрямована на підриг довіри до української влади та створення паніки в межах країни, а у другому – на формування негативного іміджу українських біженців серед

громадян ЄС з метою зниження міжнародної підтримки України. В обох ситуаціях ключову роль відігравала швидкість поширення дезінформації через цифрові платформи, що підкреслює вразливість відкритих інформаційних середовищ у кризових умовах.

Особливої уваги заслуговує відмінність у динаміці реагування на фейки. У першому кейсі, що становив безпосередню загрозу національній безпеці, державні інституції оперативно задіяли офіційні комунікаційні канали для спростування фейку. Натомість у другому випадку, пов'язаному з іміджем українських біженців за кордоном, викриття фейку лягло переважно на плечі незалежних фактчекінгових ініціатив. Українські фактчекери демонструють високу здатність до швидкої перевірки та викриття фейків, навіть у транснаціональному контексті. Проблемою, однак, залишається обмежене охоплення аудиторії, оскільки фейковий контент поширюється через масові канали з високою вірусністю, тоді як спростування часто

залишаються в межах інформаційно обізнаних спільнот. Це підкреслює нагальну потребу в розвитку медіаграмотності населення, формуванні навичок критичного сприйняття інформації, а також у послідовній підтримці фактчекінгових і просвітницьких ініціатив з боку держави, освітніх інституцій та громадянського суспільства.

Таким чином, результати статті підтверджують необхідність міждисциплінарного підходу до вивчення фейків як частини ширших соціальних процесів: формування громадської думки, посилення/ послаблення довіри до інституцій, трансформації інформаційних практик. Перспективи подальших досліджень полягають у глибшому аналізі стратегій поширення фейків та дезінформації, дослідженні реакцій різних соціальних груп на подібні повідомлення, а також у розробці ефективних комунікаційних стратегій, спрямованих на підвищення медіаграмотності й зміцнення національної інформаційної стійкості.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Аналітичний звіт (2023). *Як функціонують та завойовують аудиторію неінституціоналізовані новинні телеграм-канали українського сегменту*. Київ: Український інститут медіа та комунікації. https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Telegram-Channels-2023.pdf?fbclid=iwar0ygmfl_wxtxr57lzl87gbtjm3j8xhwjk84rsknayj3l3oob8srj2l hao.
- Горбулін, В. (2014). «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу. *Стратегічні пріоритети*, № 4, 5–12.
- Детектор медіа. (2023). *Більшість українців дізнаються новини із соціальних мереж за допомогою смартфонів - дослідження USAID-Internews*. <https://detector.media/infospace/article/218808/2023-11-01-bilshist-ukraintsiv-diznayutsya-novyny-iz-sotsialnykh-merezh-za-dopomogoyu-smartfoniv-doslidzhennya-usaid-internews/>.
- Інтернет Свобода. (2022). *Telegram: чому він такий популярний серед українців та які небезпеки приховує*. <https://netfreedom.org.ua/article/telegram-chomu-vin-takij-populyarnij-sered-ukrayinciv-ta-yaki-nebezpeki-prihovuye>.
- Кавуненко, Т. (2023). Війна в соцмережах. Як російська пропаганда дискредитує Україну та українців за кордоном. *Інститут Масової Інформації*. <https://imi.org.ua/monitorings/vijna-v-sotsmerezah-yak-rosijska-propaganda-dyskredytuye-ukrayinu-ta-ukrayintsiv-za-kordonom-i56264>.
- Левін, О. (2023). Використання фейкових акаунтів як інструмента ПСО під час українсько-російської війни. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*, № 2, 89–94.
- Лепський, М. А. (2018). Миротворення як об'єкт агресії інформаційних війн в медіапросторі. Васильчук Г. М., Маклюк О. М., Бессонова М. М. (Ред.) *Феномен пропаганди та антипропаганди у сучасному світі: історико-політологічний дискурс*. (57–65). Запоріжжя: Інтер-М.
- Ратушна, Т. О. (2021). Фейки як маніпулятивна технологія формування громадської думки. *Актуальні проблеми філософії та соціології*, (29), 71–76. <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i29.963>.
- Слово і Діло. (2022). В ОПУ спростували фейк про оточення Києва російськими військами. *Слово і Діло*. <https://www.slovoidilo.ua/2022/02/28/novyna/suspilstvo/opu-sprostuvay-fejk-pro-otochennya-kyyeva-rosijskymy-vijskamy>.
- Указ Президента України № 685/2021 (2021). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text>.
- Українська Правда. (2022). Зеленський розповів, чому не боїться оточення Києва. *Українська Правда*. <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/10/7330027/>.
- Урядовий портал. (2022). *Міністерство юстиції України запустило на Corezoid бота WarCrime для фіксації військових злочинів*. <https://www.kmu.gov.ua/news/ministerstvo-yusticiyi-ukrayini-zapustilo-na-corezoid-bota-warcrime-dlya-fiksaciyi-vijskovih-zlochiv>.
- Чуранова, О. (2024). Фейк: Українські біженці в Європі нелегально під'єднуються до електромереж, аби видобувати криптовалюту. *StopFake*. <https://www.stopfake.org/uk/fejk-ukrayinski-bizhentsi-v-yevropi-nelegalno-pid-yednuvutsya-do-elektromerezh-abi-vidobuvati-kriptovalyutu/>.
- Albright, J. (2017). Welcome to the Era of Fake News. *Media and Communication*, 5(2), 87–89. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i2.977>.
- Chen, L., Chen, J., & Xia, C. (2021). Social network behavior and public opinion manipulation. *Journal of Information Security and Applications*, 64, 103060. <https://doi.org/10.1016/j.jisa.2021.103060>.
- Chouliarakis, L., & Fairclough, N. (2021). *Discourse in Late Modernity*. Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1515/9780748610839>.
- Cook, J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE*, 12(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>.

- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97–116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>.
- Fairclough, N. (2023). Critical discourse analysis. In *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003035244-3>.
- Landon-Murray, M., Mujkic, E., & Nussbaum, B. (2019). Disinformation in Contemporary U.S. Foreign Policy: Impacts and Ethics in an Era of Fake News, Social Media, and Artificial Intelligence. *Public Integrity*, 21(5), 512–522. <https://doi.org/10.1080/10999922.2019.1613832>.
- Priya, A. (2020). Case Study Methodology of Qualitative Research: Key Attributes and Navigating the Conundrums in Its Application. *Sociological Bulletin*, 003802292097031. <https://doi.org/10.1177/0038022920970318>.
- Robinson, M., Jones, K., & Janicke, H. (2015). Cyber warfare: Issues and challenges. *Computers & Security*, 49, 70–94. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2014.11.007>.
- Serafini, F., & Reid, S. F. (2019). Multimodal content analysis: expanding analytical approaches to content analysis. *Visual Communication*, 147035721986413. <https://doi.org/10.1177/1470357219864133>.
- Stevens, P. A. J. (2023). *Qualitative Data Analysis: 9 Key Approaches*. SAGE Publications, Limited.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.
- Ukrinform. (2022). Кличко спростував фейк про оточення Києва. *Ukrinform*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3415165-klicko-sprostuvav-fejk-otocenna-kiyva.html>.
- Zeitsoff, T. (2017). How Social Media Is Changing Conflict. *The Journal of Conflict Resolution*, 61(9), 1970–1991. <http://www.jstor.org/stable/26363973>.
- Zerback, T., & Töpl, F. (2021). Forged Examples as Disinformation: The Biasing Effects of Political Astroturfing Comments on Public Opinion Perceptions and How to Prevent Them. *Political Psychology*. <https://doi.org/10.1111/pops.12767>.

REFERENCES

- Albright, J. (2017). Welcome to the Era of Fake News. *Media and Communication*, 5(2), 87–89. <https://doi.org/10.17645/mac.v5i2.977>.
- Analytical report (2023). How non-institutionalised news telegram channels of the Ukrainian segment function and gain audience. Kyiv: Ukrainian Institute of Media and Communication, 2023. 68 p. Retrieved from https://www.jta.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/Telegram-Channels-2023.pdf?fbclid=iwar0ygmfl_wxtxr57lzb87gbtjm3j8xhwjk84rsknayj3l3oob8srj21hao.
- Chen, L., Chen, J., & Xia, C. (2021). Social network behavior and public opinion manipulation. *Journal of Information Security and Applications*, 64, 103060. <https://doi.org/10.1016/j.jisa.2021.103060>.
- Chouliaraki, L., & Fairclough, N. (2021). *Discourse in Late Modernity*. Edinburgh University Press. <https://doi.org/10.1515/9780748610839>.
- Churanova, O. (2024). Fake: Ukrainian refugees in Europe illegally connect to power grids to mine cryptocurrency. StopFake. Retrieved from <https://www.stopfake.org/uk/fejk-ukrayinski-bizhentsi-v-yevropi-nelegalno-pid-yednuyutsya-do-elektromerezh-abi-vidobuvati-kriptovalyutu/>.
- Cook, J., Lewandowsky, S., & Ecker, U. K. H. (2017). Neutralizing misinformation through inoculation: Exposing misleading argumentation techniques reduces their influence. *PLOS ONE*, 12(5). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175799>.
- Detector Media (2023). Most Ukrainians receive news from social media via smartphones – USAID-Internews survey. Retrieved from <https://detector.media/infospace/article/218808/2023-11-01-bilshist-ukrayintsiv-diznayutsya-novyny-iz-sotsialnykh-merezh-za-dopomogoyu-smartfoniv-doslidzhennya-usaid-internews/>.
- Egelhofer, J. L., & Lecheler, S. (2019). Fake news as a two-dimensional phenomenon: a framework and research agenda. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 97–116. <https://doi.org/10.1080/23808985.2019.1602782>.
- Fairclough, N. (2023). Critical discourse analysis. In *The Routledge Handbook of Discourse Analysis*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003035244-3>.
- Gorbunin, V. (2014) ‘Hybrid warfare’ as a key tool of Russia’s geostrategy of revenge. *Strategic Priorities*, No. 4, 5–12.
- Government portal. (2022). The Ministry of Justice of Ukraine has launched the WarCrime bot on Corezoid to record war crimes. Retrieved from <https://www.kmu.gov.ua/news/ministerstvo-yusticiyi-ukrayini-zapustilo-na-corezoid-bota-warcrime-dlya-fiksaciyi-vijskovih-zlochiniv>.
- Internet Svoboda (2022). Telegram: why it is so popular among Ukrainians and what dangers it hides. Retrieved from <https://netfreedom.org.ua/article/telegram-chomu-vin-takij-populyarnij-sered-ukrayinciv-ta-yaki-nebezpeki-prihovuye>.
- Kavunenko, T. (2023) War on social media. How Russian propaganda discredits Ukraine and Ukrainians abroad. *Institute of Mass Information*. Retrieved from <https://imi.org.ua/monitorings/vijna-v-sotsmerezah-yak-rosijska-propaganda-dyskredytuye-ukrayinu-ta-ukrayintsiv-za-kordonom-i56264>.
- Landon-Murray, M., Mujkic, E., & Nussbaum, B. (2019). Disinformation in Contemporary U.S. Foreign Policy: Impacts and Ethics in an Era of Fake News, Social Media, and Artificial Intelligence. *Public Integrity*, 21(5), 512–522. <https://doi.org/10.1080/10999922.2019.1613832>.
- Lepskiy, M. (2018) Peacekeeping as an object of aggression of information wars in the media space. In: Vasylychuk, H.M., Maklyuk, O.M., Bessonova, M.M. (Eds.) The phenomenon of propaganda and anti-propaganda in the modern world: historical and political science discourse (57–65). Zaporizhzhia: Inter-M.
- Levin, O. (2023) The use of fake accounts as a tool of special information and psychological operation during the Ukrainian-russian war. *Scientific Bulletin of the Dnipro State University of Internal Affairs*, No. 2, 89–94.
- Presidential Decree No. 685/2021 (2021). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/685/2021#Text>.
- Priya, A. (2020). Case Study Methodology of Qualitative Research: Key Attributes and Navigating the Conundrums in Its

- Application. *Sociological Bulletin*, 003802292097031. <https://doi.org/10.1177/0038022920970318>.
- Ratushna, T. O. (2021). Fakes as a manipulative technology for shaping public opinion. *Actual Problems of Philosophy and Sociology*, (29), 71–76. <https://doi.org/10.32837/apfs.v0i29.963>.
- Robinson, M., Jones, K., & Janicke, H. (2015). Cyber warfare: Issues and challenges. *Computers & Security*, 49, 70–94. <https://doi.org/10.1016/j.cose.2014.11.007>.
- Serafini, F., & Reid, S. F. (2019). Multimodal content analysis: expanding analytical approaches to content analysis. *Visual Communication*, 147035721986413. <https://doi.org/10.1177/1470357219864133>.
- Slovo i Dilo (2022). The Office of the President of Ukraine denies the fake about the encirclement of Kyiv by Russian troops. *Slovo i Dilo*. Retrieved from <https://www.slovoidilo.ua/2022/02/28/novyna/suspilstvo/opu-sprostuvaly-fejk-pro-otochennya-kyyeva-rosijskymy-vijskamy>.
- Stevens, P.A. J. (2023). *Qualitative Data Analysis: 9 Key Approaches*. SAGE Publications, Limited.
- Tandoc, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2017). Defining “Fake News”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1360143>.
- Ukrayinska Pravda (2022). Zelensky told why he is not afraid of the encirclement of Kyiv. *Ukrayinska Pravda*. Retrieved from <https://www.pravda.com.ua/news/2022/03/10/7330027/>.
- Ukrinform. (2022). Klitschko denies fake news about Kyiv’s encirclement. *Ukrinform*. Retrieved from <https://www.ukrinform.ua/rubric-ato/3415165-klicko-sprostuvav-fejk-otocenna-kieva.html>.
- Zeitsoff, T. (2017). How Social Media Is Changing Conflict. *The Journal of Conflict Resolution*, 61(9), 1970–1991. <http://www.jstor.org/stable/26363973>.
- Zerback, T., & Töpfel, F. (2021). Forged Examples as Disinformation: The Biasing Effects of Political Astroturfing Comments on Public Opinion Perceptions and How to Prevent Them. *Political Psychology*. <https://doi.org/10.1111/pops.12767>.