

**НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ
«КИЇВСЬКИЙ ПОЛІТЕХНІЧНИЙ ІНСТИТУТ
імені ІГОРЯ СІКОРСЬКОГО»**

Факультет соціології і права

Кафедра соціології

«На правах рукопису»
УДК 32.019.5

До захисту допущено:

Завідувач кафедри

_____ Павло ФЕДОРЧЕНКО-КУТУЄВ

« » січня 2024р.

Магістерська дисертація

на здобуття ступеня магістра

**за освітньо-професійною програмою «Врегулювання конфліктів та
медіація»**

зі спеціальності 054 «Соціологія»

**на тему: «Конструктивна та деструктивна роль пропаганди в
українському інформаційному просторі у період Незалежності»**

Виконала:

студентка II курсу, групи СЛ-31мп
Чепа Еліна Леонідівна _____

Науковий керівник:

доцент, к. політ. н., доцент
Багінський Андрій Владиславович _____

Рецензент:

доцент, к. істор. н., доцент
Перга Юрій Миколайович _____

Засвідчую, що у цій магістерській
дисертації немає запозичень з праць
інших авторів без відповідних посилань.
Студентка _____

Київ – 2024 року

Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
Факультет соціології і права
Кафедра соціології

Рівень вищої освіти – другий (магістерський)

Спеціальність – 054 «Соціологія»

Освітньо-професійна програма «Врегулювання конфліктів та медіація»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

___ Павло ФЕДОРЧЕНКО-КУТУЄВ

«___» грудня 2024 р.

ЗАВДАННЯ

на магістерську дисертацію студенту

Чепі Еліні Леонідівні

1. Тема дисертації «Конструктивна та деструктивна роль пропаганди в українському інформаційному просторі у період Незалежності», науковий керівник дисертації Багінський Андрій Владиславович, доцент, кандидат політичних наук, затверджені наказом по університету від «11» листопада 2024р. №5045-с.
2. Термін подання студентом дисертації: 10.12.2024
3. Об'єкт дослідження – український інформаційний простір.
4. Предмет дослідження - конструктивна та деструктивна роль пропаганди в українському інформаційному просторі та її вплив на розвиток країни на різних етапах після відновлення незалежності.
5. Перелік завдань, які потрібно розробити:

1. Визначити поняття «пропаганда» та проаналізувати типологію інформаційного впливу.
 2. Розкрити вплив конструктивної пропаганди на формування національної ідентичності та державності в Україні.
 3. Проаналізувати деструктивні аспекти пропаганди та її наслідки для внутрішньої стабільності країни.
 4. Охарактеризувати стратегії та прийоми впливу на інформаційний простір країни на різних етапах.
 5. Вивчити роль інформаційної агресії з боку Росії та її вплив на українське суспільство.
 6. Проаналізувати наявні матеріали для виявлення пропагандистського підґрунтя для початку військових дій на території України.
 7. З'ясувати ставлення студентської молоді України до пропаганди в сучасних умовах.
6. Орієнтовний перелік графічного (ілюстративного) матеріалу: 8 рисунків.
7. Орієнтовний перелік публікацій: 0
8. Дата видачі завдання: вересень 2024

Календарний план

№ з/п	Назва етапів виконання магістерської дисертації	Термін виконання етапів роботи	Примітка
	Визначення напрямку дослідження	Вересень 2024	Виконано
	Формування джерельної бази дослідження	Вересень 2024	Виконано
	Складання розгорнутого плану	Жовтень 2024	Виконано
	Написання вступу до роботи (визначення об'єкту, предмету, мети та завдань)	Жовтень 2024	Виконано

	Підготовка і написання I розділу дипломної роботи (Теоретичні основи дослідження пропаганди)	Жовтень 2024	Виконано
	Написання II розділу дипломної роботи (Роль деструктивної та конструктивної пропаганди у перші роки незалежної України (1991-2013))	Жовтень 2024	Виконано
	Написання III розділу дипломної роботи (Особливості інформаційного простору України після початку російсько-української війни 2014 року)	Листопад 2024	Виконано
	Написання IV розділу (Дослідження ставлення до конструктивної та деструктивної пропаганди студентської молоді України), висновків та коригування списку літератури.	Листопад - грудень 2024	Виконано
	Передача магістерської дисертації на кафедру	10.12.2024	Виконано

Студент

Еліна ЧЕПА

Науковий керівник

Андрій БАГІНСЬКИЙ

Анотація

Чепа Е. Л. Конструктивна та деструктивна роль пропаганди в українському інформаційному просторі у період Незалежності – На правах рукопису. Магістерська дисертація за спеціальністю 054 «Соціологія». – Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», кафедра соціології. – Київ, 2024. – 99 с., список джерел з 62 найменувань.

Дослідження присвячене аналізу конструктивної та деструктивної ролі пропаганди в українському інформаційному просторі у період Незалежності. Подібний історичний аналіз розвитку інформаційного простору України дає змогу побачити передумови, причини та наслідки тих подій, серед яких зараз проходить розвиток країни.

Дисертація базується на дослідженні теоретичної наукової літератури, аналізі історичних джерел, новин, фільмів та відео-матеріалі, а також проведенні емпіричного дослідження, що підкріплює наукову та практичну значущість обраної теми, а використання міждисциплінарного підходу, що охоплює соціологію, комунікації, політологію та історію допомогло в аналізі впливу пропаганди на суспільство. Результати роботи показують, наскільки важливим є подальше дослідження теми інформаційного впливу на розвиток суспільства.

Отримані висновки підкреслюють у розробці довгострокових комунікаційних стратегій та забезпеченні інформаційної безпеки в умовах гібридної війни.

Ключові слова: пропаганда, інформаційний простір, інформаційна війна, національна ідентичність, інформаційний вплив, російсько-українська війна, суспільство, медіаграмотність.

Abstract

Chepa E.L. The constructive and destructive role of propaganda in the Ukrainian information space during the period of Independence - On the rights of the manuscript. Master's thesis in the specialty 054 "Sociology." - National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute", Department of Sociology - Kyiv, 2024. – 99 p., 62 sources.

The research is devoted to the analysis of the constructive and destructive role of propaganda in the Ukrainian information space during the period of Independence. Such a historical analysis of the development of the information space of Ukraine allows us to see the preconditions, causes and consequences of the events among which the country is currently developing.

The dissertation is based on the study of theoretical scientific literature, analysis of historical sources, news, films and video material, as well as empirical research, which supports the scientific and practical significance of the chosen topic, and the use of an interdisciplinary approach that includes sociology, communications, political science and history helped in analyzing the impact of propaganda on society. The results show how important it is to further study the topic of information influence on the development of society.

The conclusions emphasize the importance of developing long-term communication strategies and ensuring information security in a hybrid war.

Keywords: propaganda, information space, information warfare, national identity, information influence, Russian-Ukrainian war, society, media literacy.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ	
1.1 Дослідження поняття «пропаганда»: історія та теорія.....	9
1.2. Деструктивна та конструктивна функції пропаганди.....	13
1.3. Пропаганда та дослідження суспільства.....	17
РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ДЕСТРУКТИВНОЇ ТА КОНСТРУКТИВНОЇ ПРОПАГАНДИ У ПЕРШІ РОКИ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ (1991-2013)	
2.1. Інформаційні виклики під час періоду відновлення незалежності.....	24
2.2. Розбудова національної ідентичності українців шляхом використання інформаційного впливу.....	28
2.3. Період демократизації українського суспільства та інформаційний простір після подій Помаранчевої революції.....	33
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ПОЧАТКУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2014 РОКУ	
3.1. Інформаційне підґрунтя початку воєнних дій.....	40
3.2. Реакція українського суспільства на інформаційні загрози в умовах війни.....	44
3.3. Аналіз впливу пропаганди на український інформаційний простір з боку держави-агресора.....	48
РОЗДІЛ 4. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ ДО КОНСТРУКТИВНОЇ ТА ДЕСТРУКТИВНОЇ ПРОПАГАНДИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ	
4.1. Емпіричне дослідження на основі розробки анкети.....	54
4.2. Аналіз отриманих результатів.....	60
ВИСНОВКИ.....	74
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	80
ДОДАТОК А.....	88

ВСТУП

У сьогоднішній час використання різноманітних засобів впливу на інформаційний простір як України загалом, так і окремих громадян, відбувається щоденно, але саме зараз це питання набуло особливої гостроти. З моменту відновлення незалежності у 1991 році Україна постійно перебувала під сильним впливом інформаційних атак, що мали на меті підрив її цілісності, політичної стабільності та національної єдності. Однак, саме після подій 2014 року, коли відбулася анексія Криму Російською Федерацією та почалася війна на сході України, країна зіткнулася з небаченою до цього хвилею деструктивної пропаганди, яка стала невід'ємною частиною нашого інформаційного простору та інструментом гібридної війни. У цьому контексті дослідження ролі пропаганди в українському інформаційному просторі стало надзвичайно актуальним.

Окрім цього, конструктивна пропаганда періоду розвитку України відіграла ключову роль у формуванні та відновленні національної ідентичності, підтримці суверенітету та консолідації суспільства в умовах зовнішньої агресії ворога. Протягом багатьох років українська держава і медіа використовували методи інформаційного впливу на громадян країни, зокрема підкреслення важливості історичних досягнень, мовної ідентичності та розвитку культурної цінності і самобутності. Ці зусилля мали на меті протидіяти впливу зовнішніх сил, які намагалися дестабілізувати країну через інформаційні канали.

У цьому контексті роль соціології у вивченні пропаганди в українському інформаційному просторі є надзвичайно важливою. Соціологічні дослідження дозволяють не лише аналізувати та досліджувати ефективність пропагандистських кампаній, але й вивчати їхній вплив на свідомість громадян, їхні цінності, соціальні норми і політичну поведінку. Завдяки соціологічним методам можна виявити, як інформація сприймається різними соціальними групами, як вона може формувати або змінювати їхні уявлення

про національну ідентичність, патріотизм, державність і навіть про ставлення до ворогів.

Отже, **актуальність** дослідження пропаганди в українському інформаційному просторі у період Незалежності є незаперечною в контексті сучасних викликів для держави. Протягом трьох десятиліть незалежності Україна зіткнулася з численними політичними, соціальними та економічними трансформаціями, що супроводжувалися інформаційними війнами, а отже і спробами впливу на свідомість громадян. Пропаганда в цих умовах виступала як ефективним інструментом формування громадської думки, так і потужним засобом дестабілізації суспільства. Саме через це дослідження інформаційного простору країни за цей період допоможе зрозуміти отримані історичні наслідки та має потенціал в майбутньому вирішити глобальні проблеми розвитку застосування пропаганди.

Розробленість теми дослідження є досить високою, бо поняття пропаганди, її роль в інформаційних війнах та вплив на інформаційних простір активно досліджується в сучасних гуманітарних науках, зокрема в політології, соціології, психології та журналістиці. Науковий інтерес до цього питання серед українських науковців особливо зріс після початку війни 2014 року, коли інформаційна агресія Російської Федерації проти України набула масштабного та систематичного характеру. Окрім цього науковці з різних країн також досліджують феномен гібридних війн та інформаційних стратегій, що спрямовані на маніпулювання громадською думкою, підрив національної безпеки та політичної стабільності.

Чимало наукових праць, статей, монографій та досліджень торкаються аналізу конструктивної та деструктивної ролі пропаганди в українському інформаційному просторі. Ці дослідження охоплюють різні аспекти пропагандистського впливу, зокрема методи та прийоми, які використовуються для формування суспільної свідомості, роль соціальних мереж у поширенні як конструктивної, так і деструктивної пропаганди. Окрім

цього темою досліджень часто стає взаємозв'язок між державними інформаційними кампаніями та медіа, а також вплив цих процесів на громадську думку та політичні настрої в суспільстві.

Серед науковців, на праці яких я буду спиратися, є такі імена як Едвард Бернейс, Жак Еллюль, Ентоні Родс, Пітер Померанцев, Герберт Шиллер, Ноам Чомски, Едвард Герман, Ерік Гоффер, Майкл Сандерс, Георгій Почепцов, Андрій Багінський, Марія Войтко, Юрій Каганов та інші.

Якщо говорити про зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами, то дослідження тісно пов'язане з сучасними науковими дослідженнями у галузі соціальних комунікацій, політології, медіазнавства та інформаційної безпеки. Робота відображає актуальні напрями досліджень, що стосуються вивчення інформаційної політики держави, ролі пропаганди в умовах гібридних війн, а також механізмів протидії деструктивному інформаційному впливу.

Основною метою дослідження є глибоке розкриття конструктивної та деструктивної ролі пропаганди в українському інформаційному просторі від моменту відновлення незалежності і до сьогодення та наслідки інформаційного впливу на українське суспільство. Ця мета включає в себе не лише опис механізмів та інструментів пропаганди, що використовувалися в різні періоди, але й оцінку їхнього впливу на українське суспільство, його політичний, культурний і соціальний розвиток. Одним із важливих аспектів дослідження є вивчення конструктивної ролі пропаганди, яка, попри свою часто негативну репутацію, може бути використана для досягнення суспільно значущих цілей.

Завдання дослідження:

1. Визначити поняття «пропаганда» та проаналізувати типологію інформаційного впливу.
2. Розкрити вплив конструктивної пропаганди на формування національної ідентичності та державності в Україні.

3. Проаналізувати деструктивні аспекти пропаганди та її наслідки для внутрішньої стабільності країни.
4. Охарактеризувати стратегії та прийоми впливу на інформаційний простір країни на різних етапах.
5. Вивчити роль інформаційної агресії з боку Росії та її вплив на українське суспільство.
6. Проаналізувати наявні матеріали для виявлення пропагандистського підґрунтя для початку військових дій на території України.
7. З'ясувати ставлення студентської молоді України до пропаганди в сучасних умовах.

Об'єктом дослідження є український інформаційний простір.

Інформаційний простір — це сукупність засобів передачі масової інформації, що функціонують у суспільстві, а також суб'єктів, які беруть участь у їх створенні та споживанні. Це середовище, в якому здійснюється обмін інформацією між індивідами, організаціями, державними структурами та засобами масової інформації.

Предметом дослідження є конструктивна та деструктивна роль пропаганди в українському інформаційному просторі та її вплив на розвиток країни на різних етапах після відновлення незалежності.

Пропаганда — це цілеспрямоване розповсюдження інформації, ідей, поглядів або переконань з метою впливу на суспільну свідомість і поведінку. Пропаганда може використовувати різні методи комунікації для поширення окремих поглядів та формування громадської думки в потрібному напрямі.

Для проведення дослідження можуть бути застосовані різні **методи**, такі як вивчення новин, наукових джерел, історичний аналіз, емпіричне дослідження, опитування та інтерв'ювання різних груп населення тощо.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в комплексному аналізі конструктивної та деструктивної ролі пропаганди в українському інформаційному просторі за період Незалежності, а також у вивченні

особливостей сприйняття пропаганди студентською молоддю в умовах сучасної інформаційної війни. В ході роботи було узагальнено підходи до визначення поняття «пропаганда», включно з її історичними, теоретичними та практичними аспектами. Сформовано чітке уявлення про конструктивні та деструктивні функції пропаганди, зокрема в умовах демократизації суспільства та під час інформаційних воєн.

Також було досліджено особливості впливу інформаційних кампаній на формування національної ідентичності та демократичних цінностей українського суспільства у період Незалежності (1991–2013).

Окрім цього, проведення опитування студентів (віком 18–25 років) дозволило оцінити їхнє ставлення до конструктивної та деструктивної пропаганди та дослідити рівень усвідомлення явищ пропаганди молоддю, її здатність розпізнавати маніпулятивні інформаційні впливи та диференціювати різні види інформаційного впливу.

Практичне значення одержаних результатів може бути досить масштабне. Результати дослідження можуть використовуватись органами державної влади для розробки стратегій інформаційної безпеки, спрямованих на протидію деструктивному впливу пропаганди держави-агресора. Крім того, результати можуть бути використані для розробки інформаційних кампаній, спрямованих на підвищення рівня обізнаності громадян про небезпеку фейкових новин та маніпуляцій. Інформаційні кампанії, що базуються на історичному аналізі і реальних прикладах з українського контексту, можуть допомогти громадянам краще розуміти механізми дії пропаганди, її мету та засоби. Це, своєю мірою, сприяє формуванню критичного мислення та здатності самостійно аналізувати інформацію, що є особливо важливим у сучасному світі, де дезінформація поширюється швидко і широко.

Структура магістерської дисертаційної роботи зумовлена логікою дослідження та включає в себе вступ, чотири розділи основної частини тексту, які поділені на одинадцять підрозділів, висновок, список використаних джерел

та один додаток. Загальний обсяг роботи – 99 сторінок, з них основного тексту – 79 сторінок. Список використаних джерел містить 62 найменування.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОПАГАНДИ

1.1 Дослідження поняття «пропаганда»: історія та теорія

Поняття «пропаганда» має давню історію, яка бере початок ще з давніх часів, коли використовувалися різні форми комунікації для впливу на суспільну думку. Однак термін «пропаганда» у сучасному розумінні став використовуватися в XVII столітті, коли у 1622 році Папа Римський Григорій XV заснував Конгрегацію з пропаганди віри (лат. *Congregatio de Propaganda Fide*), яка займалася поширенням католицької віри серед населення. На сайті Ватикану цей департамент має наступний опис:

Завданням Конгрегації завжди було передавання і поширення віри в усьому світі. На неї було покладено особливу відповідальність за координацію та керівництво всіма різноманітними місіонерськими зусиллями та ініціативами Церкви. До них належать: заохочення та формування духовенства і місцевих ієрархій, заохочення нових місійних інституцій та надання матеріальної допомоги для місійної діяльності Церкви. Таким чином, новостворена Конгрегація стала звичайним і винятковим інструментом Святішого Отця і Святого Престолу у здійсненні юрисдикції над усіма церковними місіями та місіонерською співпрацею.» (*Congregation for the Evangelization of Peoples Profile*, б. д.)

Саме цей опис дає нам зрозуміти, що Конгрегація займалась безпосереднім інформаційним впливом для поширення церковних ідей та переконань, що і стало основою для розуміння пропаганди. Надалі це слово поступово стало асоціюватися з організованим та систематичним поширенням будь-яких ідей.

Свого розквіту це поняття набуло вже пізніше. У XX столітті пропаганда стала надзвичайно потужним інструментом у руках держав і політичних рухів, багато в чому завдяки швидкому розвитку засобів масової інформації, таких

як радіо, кіно, телебачення і друковані видання. Ці нові медіа відкрили можливість масового доступу до інформації, що дало урядам і політичним лідерам небачений раніше вплив на великі групи населення за умови використання незначних ресурсів. Водночас це століття було періодом активного розвитку ідеологій, таких як фашизм, нацизм, комунізм, які використовували пропаганду для поширення своїх ідей і мобілізації суспільства.

Відомим науковцем, який глибинно вивчав пропаганду, називають Едварда Бернейса, що проаналізував це поняття наступним чином: «Сучасна пропаганда - це послідовна, досить тривала діяльність, спрямована на створення або інформаційне оформлення різних подій з метою впливу на ставлення мас до підприємства, ідеї чи групи.»(Bernays, 1928, p.25)

В своїй книзі "Пропаганда" Бернейс досліджує саме сутність цього поняття та роль пропаганди в умах Першої Світової війни, бо саме під час періоду цих подій пропаганда стала ключовим інструментом воєнних перегонів. Вона використовувалася з обох боків для мобілізації населення, стимулювання патріотичних почуттів і залучення громадськості до підтримки війни.

Держави також застосовували пропаганду для поширення уявлень про ворога як про жорстокого й аморального супротивника, що виправдовувало жертви та мотивувало солдатів і цивільне населення до боротьби. В своїй роботі Едварда Бернейс, при виділенні типів та стратегій використання пропаганди окремо виносить саме стратегію створення образу ворога. (Bernays, 1928)

У багатьох країнах, таких як Велика Британія, Німеччина та США, пропагандистські кампанії організовували спеціальні урядові відомства, які відповідали за контроль над інформаційним простором і поширення потрібних наративів. Однією з найвідоміших організацій того часу стала британська «Воєнна пропагандистська бюро» (Wellington House), яка залучала митців і

письменників для створення матеріалів, що підтримували воєнні зусилля. В історичних матеріалах ця організація описувалась наступним чином:

Протягом наступних двох років Веллінгтон-хаус був головним центром британської пропагандистської організації, який працював дуже ефективно, але в такій таємниці, що навіть парламент здебільшого не знав про його існування.» (Sanders, 1975, p. 119)

Пропаганда досягла нового рівня під час Другої світової війни (1939-1945), коли її ефективність і масштаб суттєво зросли завдяки ще більшому розвитку медіа, особливо радіо і кіно. Кожна велика держава активно використовувала пропаганду для консолідації громадян навколо державних воєнних цілей.

У нацистській Німеччині пропаганду використовували не лише для мобілізації населення, але й для поширення ідеології расової переваги. Йозеф Геббельс, міністр пропаганди Третього рейху, створив цілу систему, яка інтегрувала пропагандистські меседжі у всі аспекти життя — від культури та освіти до медіа та розваг. Саме за допомогою розробленою ним теорії пропаганди, деякі воєнні кампанії було настільки успішними, що не вимагали військового втручання. (Павлов, 2018)

У Радянському Союзі пропаганда була тісно пов'язана з комуністичною ідеологією та культом особи Сталіна. Вона використовувалася для зміцнення державної влади, контролю над населенням та підтримки воєнних зусиль проти нацистської Німеччини. Радянські плакати, кінофільми та радіопрограми не лише мобілізували населення на боротьбу, але й прославляли комуністичну систему, утверджували ідеали колективізму і соціальної рівності, що виправдовували масові репресії та політичну цензуру.

Пропаганда ХХ століття не була однорідною і могла мати як конструктивний, так і деструктивний характер. З одного боку, вона

використовувалася для мобілізації суспільства, стимулювання патріотизму, підтримки військових дій та формування соціальної згуртованості в часи війни. Наприклад, у США пропаганда у формі плакатів і фільмів заохочувала громадян до участі у воєнних кампаніях, волонтерській роботі та купівлі військових облігацій. (Історична правда, 2011)

Отже, пропаганда могла бути деструктивною, коли використовувалася для маніпуляцій, поширення дезінформації та виправдання агресивної політики. Нацистська пропаганда, наприклад, була інструментом виправдання Голокосту та військової експансії. Через систематичне поширення неправдивої інформації, стереотипів і ненависті вона сприяла дегуманізації цілих народів і виправдовувала насильство, репресії та геноцид.

Після Другої світової війни пропаганда стала важливою частиною холодної війни (1947-1991), коли ідеологічна боротьба між СРСР і Західним блоком, очолюваним США, стала глобальною. Кожна сторона активно використовувала пропаганду для поширення своїх ідеологічних цінностей і підризу противника. Західні країни поширювали ідеали свободи, демократії та ринкової економіки, тоді як радянська пропаганда стверджувала перевагу соціалістичної системи і підкреслювала несправедливість капіталізму.

Важливу роль у пропаганді холодної війни відігравали міжнародні радіостанції, такі як «Голос Америки» та «Радіо Свобода», що поширювали альтернативну інформацію на території країн Варшавського договору. Радянський Союз також створював свої власні медіа-кампанії для дискредитації так званих «ворожих голосів» і пропаганди комуністичних ідеалів. Згідно з матеріалами науковців, які досліджували це явище, «при характеристиці західної радіопропаганди у сучасній російській історіографії зустрічається розгляд цього феномену як ізольованого явища, коли акцентується увага виключно на «західних спецслужбах», «ідеологічних диверсіях», «фальсифікації фактів», «маніпуляціях», що здійснювали країни Західної Європи та США по відношенню до СРСР. По суті, західному

радіомовленню надаються конотації, що притаманні риториці «холодної війни». (Каганов, 2013)

Отже, історія дослідження пропаганди демонструє, що це явище еволюціонувало від простих форм комунікації в античності до складного інструмента масового впливу в сучасності. Пропаганда розвивалася разом із новими медіа, адаптуючи свої методи та форми для досягнення різноманітних цілей — від об'єднання суспільств у часи національних криз до маніпуляцій та дезінформації у політичних конфліктах.

1.2. Деструктивна та конструктивна функції пропаганди.

Як вже було окреслено в вище, пропаганда є складним явищем, яке може виконувати як конструктивні, так і деструктивні функції в суспільстві. Її вплив залежить від цілей і методів, які використовуються для досягнення поставлених завдань, а також від унікального соціально-політичного контексту, в якому вона розгортається, тобто історичного періоду. Глибинне дослідження конструктивних і деструктивних функцій пропаганди дозволяє краще зрозуміти, як цей інструмент може сприяти розвитку суспільства або, навпаки, підірвати його стабільність та цілісність.

Конструктивна функція пропаганди полягає в об'єднанні суспільства навколо спільних цілей і цінностей, зокрема в умовах кризи, конфліктів чи соціальних змін. Пропаганда може сприяти підвищенню патріотичних настроїв, формуванню позитивного ставлення до держави, забезпеченню підтримки урядових реформ або залученню суспільства до вирішення важливих питань.

Однією з основних конструктивних функцій пропаганди є формування та зміцнення національної ідентичності. У цьому контексті пропаганда сприяє популяризації культурних цінностей, історичних досягнень, традицій та символів, що сприяє створенню позитивного образу держави та підвищенню гордості за її досягнення.

Пропаганда може бути корисною для забезпечення соціальної згуртованості та єдності в періоди криз, таких як війна, економічні труднощі або соціальні конфлікти. Наприклад, під час війни пропаганда часто спрямована на мобілізацію громадян, підтримку морального духу та активізацію участі у громадських ініціативах. Пропаганда такого типу допомагає зміцнити відчуття єдності та спрямувати зусилля суспільства на спільне подолання труднощів.

Важливою функцією конструктивної пропаганди є популяризація таких цінностей, як соціальна рівність, свобода, справедливість та інші принципи, що сприяють розвитку демократії і суспільного благополуччя. Через пропаганду можна поширювати наративи, що сприяють побудові толерантного суспільства, підвищенню рівня обізнаності населення з різних важливих тем і збереженню соціального капіталу.

Таким чином, інструменти пропаганди слугують зміцненню влади та змушують людей ще сильніше чіплятися за режим, провокуючи штучне вивільнення тенденцій, які держава має тримати у вузді. У таких ситуаціях пропаганда виконує майже терапевтичну та компенсаторну функцію. (Ellul, 1962, p. 153)

Але якщо звернути увагу на деструктивні функції пропаганди, то вона проявляється, коли спрямована на підрив стабільності суспільства, маніпуляцію свідомістю громадян, дискредитацію певних груп або індивідів. Деструктивна пропаганда може призвести до формування конфліктів, насильства, зростання ксенофобії, втрати довіри до інституцій та поширення дезінформації.

Деструктивна пропаганда може бути спрямована на посилення конфліктів між різними групами суспільства — етнічними, релігійними, соціальними або політичними. Її ціллю може бути посилення розбіжностей і

створення напруженості всередині країни. Саме поширення ідеології ненависті або формування стереотипів щодо певних груп сприяє підвищенню рівня соціальної напруги та послаблює соціальну згуртованість. (Hoffer, 1951)

Прикладом використання цієї функції пропаганди може стати геноцид в Руанді в 1994 році. Пропаганда, що була спрямована на зображення племені тутсі як ворогів народу, розпалювала міжетнічну ненависть, що призвело до масового вбивства близько 800 000 людей. Засоби масової інформації, зокрема радіо, використовувалися для поширення мовлення ненависті та створення розколу в суспільстві. (de Waal, 2016)

Також така пропаганда може бути інструментом дискредитації державних інституцій, демократичних процесів або окремих політичних діячів. Вона націлена на підрив довіри громадян до державних органів, що призводить до політичної нестабільності та суспільного розчарування в державних інституціях. У результаті поширюється атмосфера недовіри та невдоволення, що негативно впливає на стабільність суспільства. Проявом такого механізму можуть бути інформаційні війни під час виборів у багатьох країнах, зокрема в США і в країнах Європи, коли розповсюдження фальшивих новин та маніпулювання інформацією призводить до політичних криз, підриву довіри до виборчих процесів та політичних інститутів. Подібні механізми були описані науковцями Едвардом Херманом та Ноамом Чомським в їх спільній праці «Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media». (Herman, Chomsky, 2008, p. 61)

Однією з основних ознак деструктивної пропаганди також є маніпуляція фактами та розповсюдження неправдивої інформації. Це може включати створення фейкових новин, перекручування реальних фактів або поширення однобічних наративів, що призводить до дезорієнтації суспільства та формування спотвореного сприйняття реальності. Дезінформація, яка часто використовується в умовах гібридних конфліктів, може завдавати значної

шкоди не лише суспільству, а й міжнародному іміджу країни. Про це в своїй роботі «Пропаганда» писав класик Едвард Бернейс. (Bernays, 1928)

Якщо досліджувати як конструктивна та деструктивна пропаганда описана в роботах українських науковців, то не можна не пригадати видатного фахівця в у галузі комунікацій та PR Георгія Почепцова. В його книзі «Теорія комунікацій» вчений розглядає пропаганду як процес переконання та формування певної точки зору в суспільстві.

Згідно з теорією Почепцова, пропаганда має п'ять ключових характеристик. По-перше, вона завжди спрямована на досягнення конкретної мети, що відображає її цільову природу. Другою характеристикою є те, що пропаганда апелює до емоцій, а не до раціональної логіки, що дозволяє швидше впливати на свідомість людей. Третя характеристика полягає в необхідності контролю над каналами комунікації, оскільки це забезпечує поширення потрібних меседжів. Четвертою особливістю є регулярність і постійність пропаганди, яка має систематично впливати на аудиторію. І, нарешті, пропаганда прагне монополії на "правду", формуючи уявлення про певний набір фактів як єдино правильний. (Почепцов, 1999, с. 390)

Одним із важливих аспектів аналізу пропаганди Почепцовим є її залежність від сучасних технологій і змін у суспільстві. На його думку, з розвитком цифрових технологій пропаганда набула нових форм, таких як "фейкові новини", "інформаційні війни" та "цифрова дезінформація". Ці явища створюють нові виклики, змушуючи науковців переглядати класичні підходи до аналізу пропаганди. Почепцов вважає, що в умовах інформаційної війни та зростання впливу цифрового контенту, зокрема соціальних мереж, критичне розуміння механізмів пропаганди стає особливо важливим.

Також необхідно більш детально проаналізувати сучасний погляд на пропаганду британського письменника та журналіста Пітера Померанцева. У своїй книзі «This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality», а також у попередній роботі «Nothing is True and Everything is Possible»,

Померанцев розглядає нові форми маніпуляцій інформацією в цифрову епоху. Соціальні мережі радикально змінили способи комунікації, надавши пропаганді нові можливості. Померанцев зазначає, що у цифровому просторі емоційно насичені повідомлення поширюються швидше, ніж раціональні. Люди, охоплені емоціями, рідко перевіряють достовірність інформації. Як наслідок, фейки, маніпуляції та провокаційні повідомлення отримують величезну аудиторію, перш ніж їх можна спростувати.

На думку журналіста, апеляція до емоцій є однією з ключових рис сучасної пропаганди, яка робить її надзвичайно ефективною у цифрову епоху. Швидкість поширення емоційного контенту через соціальні мережі дає змогу пропагандистам впливати на величезну кількість людей, формуючи їхні переконання та поведінку. (Pomerantsev, 2020, p. 115)

Конструктивна та деструктивна функції пропаганди є двома сторонами одного явища. Залежно від мети та методів, пропаганда може бути інструментом зміцнення суспільства та розвитку національної свідомості або засобом маніпуляції та руйнування соціальних структур. Її роль залежить від цілей, які переслідують ті, хто нею користується, а також від соціального і політичного контексту, в якому вона здійснюється. Таким чином, вивчення пропаганди як багатогранного явища є важливим для розуміння її впливу на формування громадської думки, соціальної згуртованості та стабільності в суспільстві.

1.3. Пропаганда та дослідження суспільства.

Пропаганда відіграє важливу роль у формуванні суспільних процесів і впливає на сприйняття реальності, поведінку груп людей та соціальні відносини. Вона може ставати потужним інструментом маніпулювання громадською думкою, що часто використовується як засіб досягнення політичних, соціальних чи економічних цілей. Оскільки пропаганда здійснює суттєвий вплив на структуру суспільства, важливо розглядати її як об'єкт

дослідження з різних точок зору, включаючи аспект політичного, культурного та соціального розвитку суспільства.

Як згадувалось вище, пропаганда не є новим явищем в історії людства і супроводжує нас протягом усієї історії, змінюючи свої форми та прийоми в залежності від розвитку технологій та суспільних умов. Вона є частиною загального соціального процесу, який включає взаємодію індивідів, груп і організацій через інформацію, переконання та емоції. У сучасному світі, де засоби масової інформації, соціальні мережі та цифрові технології значно збільшили швидкість передачі і обсяг інформації, пропаганда стала важливою частиною політичного та соціального життя.

Пропагандистські кампанії можуть мати на меті зміщення суспільної свідомості та вплив на громадське сприйняття певних подій, явищ чи осіб. Вони можуть бути спрямовані на досягнення різних цілей, таких як зміна політичних орієнтацій, підриг довіри до інститутів або просування ідеології. Пропаганда є потужним інструментом формування соціальних норм, моделей поведінки і культурних цінностей, а також способом формування ідеологічних цілей. Прикладом такого застосування пропаганди може бути пропаганда капіталістичних ідеалів на основі «американської мрії». Ця потужна культурна рекламна кампанія була згадана Гербертом Шиллером в його книзі «Communication and Cultural Domination» таким чином:

Імпульс, що породжує культурне домінування, походить від комерційних імперативів, але це жодним чином не зменшує впливу на культурний ландшафт суспільства, в яке здійснюється проникнення. Насправді, навіть якщо останнє починає розвивати власне розмаїття культурних продуктів, не можна уникнути ініціюючої сили корпоративного капіталізму - прагнення до прибутковості. (Schiller, 1976)

Пропаганда також може використовуватись для посилення соціальної напруги, зокрема між етнічними, релігійними, соціальними чи політичними групами. Створення образів "ворогів" або "інших", що загрожують стабільності суспільства, є класичним методом пропаганди, який сприяє ескалації конфліктів. Протягом історії пропагандистські кампанії були використані для підтримки ідеї ворожнечі між різними групами, що призводило до насильства, етнічних чисток або громадянських війн.

Пропаганда націлена на формування стереотипів, які сприяють зниженню взаєморозуміння між різними соціальними групами. Прикладом такої пропаганди є поширення націоналізму, расизму чи релігійного фанатизму, де одна група представлена як загроза для існування іншої. У цьому випадку пропаганда не лише розпалює конфлікти, але й закріплює ідеї розподілу суспільства на "своїх" і "чужих". Для прикладу, у книзі «1984» Джорджа Орвелла описано, як за допомогою подібного методу залякували маси, щоб вони залишались об'єднаними в боротьбі з постійно змінюваним єдиним ворогом, якій загрожував суспільству своєю «іншістю». (Orwell, 1949)

Сучасні технології змінюють характер пропаганди, даючи змогу швидко і ефективно поширювати інформацію через різноманітні платформи: соціальні мережі, інтернет, мобільні додатки тощо. Цифрова пропаганда, зокрема, дає змогу маніпулювати громадською думкою за допомогою алгоритмів, які сприяють створенню ехо-камер (Echo chambers) — інформаційних просторів, в яких користувачі отримують тільки підтвердження своїх переконань. Це посилює поляризацію в суспільстві і підвищує ефективність пропаганди.

Також, описуючи цей механізм, не можна не пригадати ефект інформаційної бульбашки, який є більш відомим та більш вживаним. Ефект інформаційної бульбашки (англ. filter bubble) описує ситуацію, коли актори соціальної взаємодії отримують інформацію, яка відповідає лише їхнім переконанням і поглядам, тим самим ізолюючись від різних точок зору та альтернативних думок. Це явище характерне для сучасної інформаційної

середі, зокрема в контексті інтернету та соціальних мереж, коли алгоритми персоналізують контент, який пропонується стрічкою, пропонуючи лише той матеріал, який співвідноситься з інтересами користувача.

Інформаційна бульбашка зараз формується через алгоритми на платформах, таких як соціальні мережі (Facebook, Twitter, Instagram, TikTok) або пошукові системи (Google). Вони аналізують поведінку користувача: що він лайкає, на що переходить, які відео переглядає та як довго, і, на основі цих даних, пропонують контент, який відповідає його інтересам.

Наслідками цього механізму може стати те, що людина може опинитися в інформаційному просторі, де весь контент підкріплює її попередні переконання, уникаючи критичного мислення та можливості зрозуміти чи проаналізувати інші погляди. Та оскільки людина отримує лише одну точку зору, це може поглиблювати соціальні та політичні розбіжності, особливо у випадку, коли кожен користується інформацією, яка підтверджує його ідеологічні або політичні позиції. Більш детально про цей ефект було описано та проаналізовано головою групи з аналізу гібридних загроз Українського кризового медіацентру Олександрою Цехановською в продкасті для Громадського радіо. (Громадське радіо, 2022)

Таргетування та просування пропаганди в соціальних мережах стали ключовими інструментами впливу на громадську думку в сучасному інформаційному просторі. Соціальні платформи, такі як Facebook, Instagram, Twitter та TikTok, надають можливість точно налаштовувати рекламні кампанії, орієнтуючись на демографічні, психографічні та поведінкові характеристики користувачів. Це дозволяє пропагандистам ефективно досягати цільових аудиторій та поширювати свої меседжі з високою точністю. Соціальні мережі збирають величезні обсяги даних про своїх користувачів, включаючи їхні вподобання, інтереси, поведінку та соціальні зв'язки. Ці дані використовуються для створення детальних профілів, що дозволяє

рекламодавцям налаштовувати свої кампанії з високою точністю. (AG Marketing, 2024)

З розвитком цифрових технологій пропаганда стає все більш доступною через інтернет, соціальні мережі та мобільні платформи. Це викликало нові підходи в дослідженні пропаганди, оскільки цифрові технології дозволяють не тільки поширювати інформацію швидко, але й точно таргетувати певні групи населення, маніпулюючи їхньою поведінкою. Пропагандистські техніки, зокрема використання емоційних апелів, стереотипів, спрощених образів і наративів, активно вивчаються у контексті масових комунікацій. Дослідження в цій сфері дозволяє зрозуміти, як медіа формують соціальну реальність і як вони можуть маніпулювати масовою свідомістю, сприяючи певним політичним чи соціальним змінам.

Наприклад, пропагандистський контент часто інтегрується в популярні тренди TikTok. Наприклад, відео з патріотичними піснями або сценами, які романтизують військових, можуть створювати позитивне сприйняття конфліктів. Це було помітно під час російсько-української війни, коли TikTok заповнився відео, які зображували російських військових у вигідному світлі через естетику та трендову музику.

Окрім цього, пропагандисти активно використовують хештеги для організації та просування контенту. Треба розуміти, що хештеги, пов'язані з національною гордістю, війною або актуальними політичними подіями, дозволяють швидко зібрати велику аудиторію. Короткі TikTok-відео часто викликають сильні емоції, які є ключовими для впливу. Наприклад, показ страждань або героїчних вчинків використовується для формування потрібного образу подій.

На цю тему є цікавий матеріал в азійській газеті The Daily Star, який описує використання російською пропагандою мережі TikTok в російсько-українській війні.

Аналітики кількох різних дослідницьких організацій, з якими зв'язалося агентство Associated Press, заявили, що спостерігають різке зростання онлайн-активності груп, пов'язаних з російською державою. Це відповідає російській стратегії використання соціальних мереж і державних ЗМІ для мобілізації внутрішньої підтримки та дестабілізації західного альянсу. Згідно зі звітом ізраїльської технологічної компанії Суабга, яка займається виявленням дезінформації, в інтернеті стрімко зросла кількість підозрілих акаунтів, що поширюють антиукраїнський контент. (The Daily Star, б. д.)

У світі соціальних мереж, де інформація розповсюджується миттєво, пропаганда може швидко знайти свою аудиторію, навіть якщо вона є фальшивою або маніпулятивною. Кампанії з поширення фальшивих новин та «культура мемів» найважливіших викликів для суспільних норм XXI сторіччя. Прикладом можуть слугувати вибори президента США у 2024 році. Саме розвиток соціальних мереж зробив ці вибори тим, чим вони стали. Сенсаційні замах на кандидатів, відео-нарізки опонентів на офіційних сторінках та висміювання дебатів стали для багатьох темою для жартів. Це може слугувати одним з механізмів зменшення довіри до виборчих процесів. (24 канал, 2024)

Отже, можна зробити висновок, що дослідження пропаганди є важливим аспектом соціальних наук, оскільки воно дозволяє краще зрозуміти, як інформація та маніпуляції можуть впливати на соціальні структури, політичні процеси та індивідуальні переконання. Пропаганда може бути як конструктивним інструментом для об'єднання суспільства в умовах кризи, так і деструктивним чинником, що веде до політичної нестабільності та соціальних конфліктів. Зростаюча роль цифрових медіа та глобалізація інформаційних потоків роблять питання пропаганди ще більш актуальним для сучасних суспільств. Аналіз механізмів пропаганди, її впливу на громадську думку та політичну поведінку дозволяє розробляти стратегії протидії її негативним наслідкам та створювати стійкість суспільства до маніпуляцій.

У першому розділі дослідження було розглянуто теоретичні основи поняття «пропаганда», її еволюцію в історичному контексті, а також конструктивні та деструктивні функції в суспільстві. Таким чином, пропаганда є багатогранним явищем, що виконує як конструктивну, так і деструктивну функції в суспільстві. Дослідження пропаганди дозволяє виявити механізми впливу на масову свідомість, розкрити взаємозв'язок між інформаційними кампаніями та соціальними змінами, а також оцінити ефективність стратегій інформаційного впливу. Ці теоретичні напрацювання слугуватимуть основою для подальшого аналізу історичних і сучасних проявів пропаганди в українському інформаційному просторі.

РОЗДІЛ 2. РОЛЬ ДЕСТРУКТИВНОЇ ТА КОНСТРУКТИВНОЇ ПРОПАГАНДИ У ПЕРШІ РОКИ НЕЗАЛЕЖНОЇ УКРАЇНИ (1991-2013)

2.1. Інформаційні виклики під час періоду відновлення незалежності

Радянська пропагандистська машина, яка діяла протягом багатьох десятиліть, залишила глибокий відбиток на свідомості громадян колишнього СРСР, зокрема українців. Після здобуття незалежності в 1991 році її вплив не зник одразу, а продовжував відчуватися в інформаційному просторі країни, особливо у 1990-х роках. Наратив про ідеалізоване життя в СРСР активно підживлювався через медіа, політичні заяви та соціальні дискусії. Цей період став часом початку трансформації суспільних цінностей, але залишки радянської ідеології, стереотипи та ностальгічні наративи значною мірою гальмували цей процес.

Радянський період часто зображувався як час безпрецедентної економічної стабільності, особливо в контрасті з кризами перехідного періоду після здобуття незалежності. В газетах описували «хаос незалежності», яким намагалися розчарувати його прихильників.

Пропагандистські ЗМІ наголошували, що за радянських часів продукти харчування, послуги, комунальні платежі були доступними для всіх. Порівняння з різким зростанням цін і дефіцитом товарів у 1990-х роках сприяло ідеалізації СРСР та тугою. Радянська, а потім і російська влада активно підкреслювала "безкоштовність" медицини, освіти, житла, що формувало переконання у високому рівні соціального захисту та визначеності. Також ця система соціальної визначеності гарантувала робочі місця практично всім, ідея безробіття була відсутньою.

У СРСР була маса соціальних обов'язків. Людина була винна державі за все – «щасливе» дитинство, освіту, «гарантоване» майбутнє. Це була багатогранна відповідальність, яка вимагала максимальної зібраності й дисципліни. Але водночас вона полегшувала життя, оскільки

виключала свободу особистого вибору, за який необхідно нести відповідальність перед самим собою. Держава звільняла від тягаря персонального вибору. (Українська правда, 2019)

У телевізійних ток-шоу та друкованих виданнях постійно робилися порівняння між «щасливим радянським минулим» і «хаосом незалежності». Багато політиків, особливо представники Комуністичної партії України, використовували цю тему для дискредитації реформ і наголошували на необхідності «повернення до радянського порядку». Ця партія також мала свою газету «Комуніст України», яка слугувала платформою для просування її ідей та цілей. (ПолітХаб, 2006)

Одним із важливих компонентів радянської пропаганди була теза про соціальну рівність, яка протиставлялася соціальним розшаруванням, що стало помітним у 1990-х роках. У СРСР декларувалася відсутність значного розриву між багатими та бідними, що сприймалося як одна з найбільших переваг радянської системи. У 1990-х роках, із появою олігархів і масової бідності, ця ідея стала особливо популярною. Окрім цього важливою тезою була штучностворена спільність соціального досвіду для людей, який звільніли від складних виборів ідентичності в житті.

Пологовий будинок, ясла, садок, школа, піонерські табори, інститут, студентські загони, робочі колективи – все це відвертало увагу від власної абсолютної відчуженості. Страх самотності – це страх бути собою. Тодішня організація суспільства всіляко допомагала його не відчувати. Тому сьогодні деякі люди дуже хочуть повернутися в той час, де не було приводів замислюватися над своєю фундаментальною самотністю. (Українська правда, 2019)

Окрім цього СРСР зображувався як держава, де не було безпритульності, жебрацтва чи злочинності, у той час як незалежна Україна

зіткнулася з цими явищами у 1990-х роках. Поширювалися оповіді про "щасливе життя простих людей" у СРСР, які контрастували із сучасними проблемами бідності та розвитку бандитизму 90-х. Фільми, серіали та книги, що ідеалізували радянське минуле, залишалися популярними в 1990-х роках і на далі.

Вони й далі розповідають, що в СРСР люди читали найбільше в світі. І немає сенсу їм пояснювати, що заповнені книжкові полиці, як і аншлаги в театрах, були тим-таки проявом тотального дефіциту. Тільки йшлося про дефіцит розваг: через недоступність альтернатив люди розхапували книжки та квитки. Я свідомо не згадую про свободу слова: ті, що сумують за СРСР, і зараз не вважають її відсутність за недолік. Але навіть той споживацький рай, який вони собі ностальгійно вигадують, – він же ж зітканий зі стрічок «Іронія долі», «Дівчата», «Операція "ЪІ"» та «Москва сльозам не вірить».(Казарін, 2022)

Розквіт "великих проєктів" СРСР активно використовував тему великих досягнень у науці, промисловості та технологіях для створення відчуття національної гордості. У 1990-х роках ці досягнення продовжували залишатися важливим інструментом впливу на громадську думку.

Україні знадобилося більше ніж одне десятиліття, щоб значною мірою подолати вплив нарративу про тугу за минулий, а нові сплески ностальгії за СРСР стали особливо помітними під час інформаційної агресії Росії після 2014 року.

На противагу деструктивному впливу пропаганди в період розбудови незалежності України, треба згадати і прояви конструктивної пропаганди з боки держави. Після здобуття незалежності у 1991 році Україна стикнулася з необхідністю формування національної ідентичності, зміцнення державності та інтеграції розрізнених частин суспільства. У цьому контексті

конструктивна пропаганда стала важливим інструментом для популяризації ідей державності, розвитку національної свідомості та об'єднання суспільства навколо спільних цінностей. Також великим кроком для розвитку українського інформаційного простору стала реанімація інтересу до раніше заборонених чи маргіналізованих тем.

Отже, після розпаду Радянського Союзу Україна опинилася на етапі політичної та соціокультурної трансформації, де ключову роль відіграла пропаганда демократичних цінностей. Цей процес був пов'язаний із формуванням нових політичних символів, уніфікацією символічного простору та адаптацією ідей демократії до локального контексту.

Пропаганда демократичних цінностей у пострадянський період мала на меті впровадження таких базових принципів, як верховенство права, свобода слова, розподіл гілок влади та права людини. Це відображало прагнення України долучитися до європейської та північноамериканської цивілізаційної моделі, яка базується на плюралізмі думок і толерантності. Використання демократичної символіки стало одним із головних механізмів для досягнення цих цілей. (Багінський, 2009)

Активно просувалися меседжі про унікальність української держави, її право на існування як незалежного політичного суб'єкта. Підкреслювалася важливість участі кожного громадянина у побудові успішної країни. У відео Телебачення Торонто про Революцію на Граніті жовтня 1990 року в період відновлення незалежності, одна з активісток Анжеліка Рудницька вказала наступне: «Люди постійно говорили, що Україні треба жити своїм життям. У нас є історія власної державності. Чого ми повинні тягнути це ярмо? Це все безглуздя.» (Телебачення Торонто, 2022, 2:20)

Після відновлення незалежності в 1991 році в Україні майже з нуля розвивалося кіновиробництво, спрямоване на популяризацію національної історії та культури. Зокрема, фільм "Чорна рада" (2000) став важливим внеском у відображення історичних подій. Ця стрічка, знята за мотивами

однойменного роману Пантелеймона Куліша, висвітлює події 1663 року, відомі як Чорна рада, та боротьбу за гетьманську владу після смерті Богдана Хмельницького. Крім того, документальні фільми про Голодомор 1932–1933 років відіграли значну роль у відновленні історичної пам'яті та підвищенні обізнаності про трагедію українського народу. Серед таких стрічок варто відзначити "Голод-33" (1991), знятий за мотивами повісті Василя Барки "Жовтий князь", який став одним з перших художніх фільмів, що розкривають злочини сталінсько-більшовицького режиму проти українців. (Сайко, 2024)

Також в інформаційному просторі України почали згадувати про героїв, які боролися за незалежність, та вшановувати їх пам'ять. У медіа та на державному рівні почали пригадувати постаті борців за незалежність – від козаків до учасників визвольних рухів ХХ століття (УНР, ОУН, УПА) та репресованих діячів культури.

Конструктивна пропаганда в перші роки відновлення незалежності України відіграла ключову роль у формуванні національної ідентичності, підтримці державності та популяризації реформ. Вона стала важливим інструментом у побудові нової демократичної та культурно багатой України, попри виклики пострадянського періоду. Ця система неодмінно могла б спрацювати, якщо б не колосальний вплив зовнішньої пропаганди на український інформаційний простір.

2.2. Розбудова національної ідентичності українців шляхом використання інформаційного впливу

Розбудова національної ідентичності українців через інформаційний вплив є важливим аспектом аналізу суспільних і політичних процесів в Україні. Періоди початку 2000-х років та Помаранчевої революції (2004) відзначаються значними змінами в інформаційному просторі, які стали каталізаторами для формування української ідентичності та самосвідомості громадян незалежної країни.

Для розуміння того періоду, необхідно проаналізувати події та інформаційний вплив, який здійснювався в межах цього періоду. Одним з найважливіших подій як того періоду, так і загалом історії незалежної України, були протести в грудні 2000 року під гаслом «Україна без Кучми» після викрадання та вбивства журналіста видання «Українська правда» Георгія Гонгадзе. 28 листопада 2000 року лідер Соціалістичної партії України Олександр Мороз оприлюднив аудіозаписи, нібито зроблені в кабінеті президента Леоніда Кучми. На цих записах обговорювалися питання, які могли свідчити про причетність вищих посадових осіб до зникнення Гонгадзе. Ці записи, відомі як «плівки Мельниченка», стали каталізатором для масових протестів. (Соціальний рух, 2016)

Яскрава реакція на події в українському інформаційному просторі того часу є показником змін в українського суспільства, яке не тільки не прийняло «кучмівський референдум», а і об'єдналось проти дій влади, які зазіхали на свободу слова та безпеку опозиційної журналістики. Протестувальники вимагали відставки президента Кучми та проведення прозорого розслідування вбивства Гонгадзе. Тоді акція об'єднала різні політичні сили, студентів та громадських активістів.

9 березня 2001 року, символічно в день народження Тараса Шевченка, відбулися масові зіткнення між протестувальниками та правоохоронцями. Міліція застосувала силу для розгону демонстрантів, було затримано понад 200 осіб. Ці події призвели до подальшої радикалізації протестного руху та посилення тиску на владу. Ці події сприяли консолідації опозиційних сил та підготували ґрунт для майбутніх масових протестів, зокрема Помаранчевої революції 2004 року. (New Voice, 2023)

Говорячи безпосередньо про події цього періоду, необхідно також зазначити про вплив на події факту формування незалежних ЗМІ, які почали дистанціюватися від владних груп, відмовляючись від трансляції тільки офіційної версії подій. Такі журнали, газети, радіо- та телеканали виступали з

критикою політиків, корупції, порушення прав людини та утисків свободи слова. Наприклад, в статті BBC News українська газета «Дзеркало тижня» (рос. «Зеркало недели») була описана наступним чином:

«Дзеркало тижня» - найвпливовіший аналітичний тижневик України, що виходить українською та російською мовами. Газета, яку широко читає українська еліта, є позапартійною. Останнім часом газета гостро критикує як команду президента, так і її опонентів у таборі прем'єр-міністра Віктора Януковича, нарікаючи на низькі політичні стандарти в Україні. Газета дотримується високих журналістських стандартів і пропонує політичний аналіз, ексклюзивні інтерв'ю та думки. (BBC News, 2006)

Також в цій статті згадувалась газета «Україна Молода», яка підтримувала незалежність України в 1991 році, та була описана BBC News наступним чином:

Провідна україномовна проющенківська газета орієнтована переважно на молоду аудиторію. Газета підтримувала Віктора Ющенка у його боротьбі за президентське крісло і критично ставиться до уряду Януковича. Газета пропонує оперативне інформування про новини, як внутрішні, так і міжнародні, а також аналітичні матеріали та інтерв'ю. (BBC News, 2006)

Це видання було відомим своєю резонансною публікацією «Бігморди» про передвиборчу кампанію Віктора Януковича у виборах 2004. Ця стаття яскраво ретранслює реалії того періоду, коли суспільство постає в боротьбі між демократією та авторитаризмом. В ній йшла мова про рекламні бігборди, на яких було зображене величезне обличчя Віктора Януковича, який на момент перегонів був прем'єр-міністром. За інформацією в статті, на ці

бігборди було витрачено 1 мільйон 300 тисяч доларів, що обурило громадськість. Ця стаття стала приводом подачі в суд на газету з боку команди Януковича, але суд не задовольнив скарги з боку політика та став на бік газети. (Україна Молода, 2004)

Отже, з цих прикладів можна побачити, як почав змінюватися інформаційний простір України на початку нульових, та що саме стало каталізатором протидії в період Помаранчевої Революції в 2004 році. Саме цей ланцюжок подій призвів до розбудови української ідентичності та змін в інформаційному просторі України, коли вектор почав зміщуватися від російського до українського.

Не можна також не згадати про події, які передували протестам, а саме отруєння тодішнього кандидата в президенти Віктора Ющенка. У вересні 2004 року, під час президентської виборчої кампанії в Україні, кандидат Віктор Ющенко зазнав отруєння діоксином, що спричинило серйозні проблеми зі здоров'ям та значні зміни в його зовнішності. Ця подія мала значний вплив на політичну ситуацію в країні та викликала широкий міжнародний резонанс. Вже у листопаді 2024 року розвідка США розсекретила меморандум, в якому йдеться про те, що отруєння Ющенка могло бути санкціоноване особисто президентом Росії Володимиром Путіним. Цей документ свідчить про можливу причетність російських спецслужб до замаху на життя українського політика. (BBC News Україна, 2024)

Помаранчева революція стала культурним та соціальним явищем масових акцій протесту в Україні, що відбулися в листопаді–грудні 2004 року у відповідь на фальсифікації під час президентських виборів. Ці події стали визначальними в новітній історії України, продемонструвавши прагнення громадян до демократії та справедливості, що було результатом початку трансформацій суспільства.

У тому році в Україні відбувалися президентські вибори, головними кандидатами на яких були тодішній прем'єр-міністр Віктор Янукович та лідер

опозиції Віктор Ющенко. Кампанія супроводжувалася численними порушеннями, зокрема використанням адміністративного ресурсу, тиском на медіа та опозиційних кандидатів. Після першого оголошення результатів другого туру виборів президента України, коли став зрозумілим факт фальсифікації результатів з боку команди Януковича, небайдужа громада зібралась на Майдані Незалежності для того, щоб чинити опір. В ході протестів 23 листопада 2004 року Віктор Ющенко на Майдані Незалежності присягнув на вірність українському народу, що символізувало його неприйняття офіційних результатів виборів. В результаті протестів суд оголосив результати другого туру недійсними, а при перевиборах перемогу здобув Віктор Ющенко. (Помаранчева революція, б. д.)

Ці події супроводжувались культурними феноменами в форматах пісень, слоганів, мемів, плакатів та графіті. На Майдані постійно звучали пісні українських виконавців, які підтримували протестний рух. Популярними стали твори таких гуртів, як "Океан Ельзи", пісні яких, наприклад "Вставай", стали неофіційними гімнами революції. Були створені меми, карикатури на представників влади, які поширювалися серед населення. А політичний слоган «Ющенко! Так!» став явищем, яке знають люди, які народились навіть після революції. (Телебачення Торонто, 2024)

На противагу «помаранчевим» «синьо-білі» також збирали свої мітинги. Наприклад, в архівному відео 5 каналу за 2004 рік є виступ дружини Віктора Януковича Людмили Янукович, у якому вона згадує "наколоті апельсини", що є прикладом деструктивної пропаганди під час Помаранчевої революції 2004 року. У своїй заяві вона натякнула, що на Майдані нібито роздавали апельсини, які могли бути "наколоті" психотропними речовинами, що впливали на свідомість протестувальників. Подібні висловлювання спрямовані на зниження рівня довіри до протестів, створення образу "несвідомої маси", яка нібито піддається маніпуляціям з боку опозиції чи західних сил. (5 канал, 2007)

Події цього періоду докорінно змінили інформаційний простір України, зробивши його відкритішим, демократичнішим і ближчим до західних стандартів. Це був переломний момент, коли громадянське суспільство зрозуміло, що сила інформації може бути не менш важливою, ніж політичні чи економічні інструменти. Висвітлення подій революції, мобілізація громадян та поширення демократичних ідей стали можливими завдяки розвитку незалежних медіа та впровадженню нових інформаційних технологій. Отже, цей період відзначався підняттям українського протестного руху, розбудовою національної самоідентичності українського суспільства та трансформацією інформаційного простору, який став фундаментом для утвердження демократичних цінностей та формування національної самосвідомості.

2.3. Період демократизації українського суспільства та інформаційний простір після подій Помаранчевої революції.

Для розуміння інформаційного простору після подій Помаранчевої революції та до початку подій, які стали передумовами війни, треба окреслити, що цей період став часом часткової демократизації українського суспільства та трансформації інформаційного простору. Цей етап характеризувався зміцненням громадянського суспільства, відкритістю до демократичних ідей, розширенням свободи слова, але водночас і низкою проблем, пов'язаних із політичною нестабільністю та впливом олігархічних структур на медіа.

Після революції та перемоги на виборах президента в 2004 році Віктора Ющенка, ці події стали струсом не тільки для українського інформаційного простору, але і для російського. В статті BBC News «Як Путін програв вибори в Україні і це назавжди змінило Росію» згадувалось наступне:

Російське ТБ переконувало глядачів, що після перемоги Помаранчевої революції Україна провалилася і перетворилася на колонію США, каже політолог Чижов. За його словами, пропаганда дуже серйозно

включалася і не зупинялася ні на хвилину, намагаючись дискредитувати все, що відбувалося в Україні після осені 2004 року. Росіяни, особливо ті, хто в Україні не бував, повірили, що там усі живуть у злиднях - політолог каже, що іноді в реальність створеного ними ж міфу вірили і російські телевізійники. (BBC News Україна, 2024)

Після Помаранчевої революції в Україні спостерігалось поживлення демократичних процесів, що сприяло розвитку свободи слова та незалежних медіа. Однак політична боротьба між різними силами, зокрема між "помаранчевими" (прибічниками Віктора Ющенка та Юлії Тимошенко) та "біло-синіми" (Партія регіонів на чолі з Віктором Януковичем), впливала на інформаційний простір. Медіа часто ставали інструментом політичної пропаганди, відображаючи інтереси своїх власників або політичних патронів. Власники медіа, здебільшого олігархи, використовували свої ресурси для просування власних політичних та економічних інтересів. Це призводило до маніпуляцій інформацією, однобокого висвітлення подій та обмеження доступу до об'єктивних даних. Наприклад, деякі телеканали активно підтримували проросійські наративи, що створювало викривлену картину реальності для глядачів.

Однак в цей же час поживався розвиток незалежних медіа-ресурсів, які існували громадськості, а не олігархів чи політичних спільнот. Після 2004 року зросла роль онлайн-видань, таких як "Українська правда" та "Громадське телебачення", які залишалися незалежними від політичних впливів і стали важливими джерелами якісної журналістики. Після революції почали активно розвиватися журналістські розслідування, спрямовані на викриття корупції та зловживань владою. Ця практика була складнішою до 2004 року через цензуру. Цей інформаційний вплив підвищував довіру до держави та змінював реакції на медіа в суспільстві.

Окрім цього треба зазначити, що розвиток Інтернету значно спростив організацію протестів та підвищив рівень політичної участі населення.

Порівнюючи Помаранчеву революцію та Революцію Гідності, можна відзначити, що соціальні мережі, такі як Facebook, відіграли ключову роль в організації людей та мобілізації протестних рухів. Це свідчить про зростаючий вплив цифрових платформ на політичне та громадянське життя України. Цю думку дуже влучно підкреслила політична комунікаційниця Марія Войтко в своїй статті для Української правди:

Під час Помаранчевої революції 2004 року відвідуваність Інтернету зросла в десятки разів. Акція виростала через телебачення, друковані видання, політичні сайти та інтернет-форуми. Розклеєні листівки та смс-повідомлення залишалися. Загалом "Україна без Кучми" та Помаранчева революція — протести ери Web 1.0, тобто односторонні дії користувача щодо контенту. Тоді як Революція гідності — це революція Web 2.0, двостороння взаємодія, після якої зміст чи форма контенту може змінюватися. (Войтко, 2021)

В цей період російська пропаганда не тільки не зупинялась, а лише набирала обертів своєї пропаганди, готуючи підґрунтя для поляризації українського суспільства та внутрішніх конфліктів. До 2013 року російський вплив на український інформаційний простір був значним і багатограним. Проросійські телеканали та видання активно поширювали наративи, спрямовані на підрив суверенітету України та формування «дружби» та залежності від Росії.

Пропаганда "єдності" слов'янських народів була акцентом на спільній історії, культурі та релігії, що підкреслювало необхідність тісних зв'язків між Україною та Росією. Міф про єдиний народ був інструментом для проєкції російської «м'якої сили» в Україні. Під гаслами «єдності» та «братерства» Росія поширювала свої мову, світогляд та історичні наративи. В статті «Одиннарод: як виник міф про «історичну єдність» України та Росії» Ігор Наджафов пише наступне:

Для росіян ця концепція досі базується на ідеї "триєдиного російського народу", що включає великоросів (росіян), малоросів (українців) та білорусів, і має глибоке історичне коріння. На початку правління Бориса Єльцина й у перше десятиліття правління нинішнього російського диктатора Володимира Путіна російська влада була зайнята відтворенням національної ідентичності на основі радянських або ще дорадянських традицій. (Наджафов, 2023)

Також не можна не згадати тези про використання історичних тем, таких як спільна "перемога" у Другій світовій війні. Просування ідеї спільної боротьби та перемоги, що мало підкреслити нерозривний зв'язок між народами, було спрямований на зміцнення ідеї "братніх" народів та обґрунтування сучасних політичних амбіцій Росії щодо України. Часте згадування цієї теми на телебаченні яскраво сприймалось та споживалось саме більш дорослим поколінням, яке звикло до цієї теми в культурному, соціальному та інформаційному просторі.

Також до 2013 року російська пропаганда активно працювала над посиленням регіональних розбіжностей в Україні, починаючи просування концепції "двох Україн" — "проросійської" на Сході та Півдні та "націоналістичної" на Заході. Ця ідея базувалась на перебільшенні культурних, мовних та політичних відмінностей між регіонами, з метою створення уявлення про глибокий внутрішній поділ у країні. Такі дії сприяли розпалюванню ворожнечі між мешканцями різних регіонів України. Пізніше, у 2014 році, на основі проведеного дослідження німецьким Фондом Бертельсмана спільно з варшавським Інститутом суспільної політики (ISP), цей міф було спростовано, але це не завадило російській пропаганді використовувати цю тезу протягом багатьох років і далі. (Deutsche Welle, 2014)

Якщо також згадати інформаційні наративи пропаганди того часу, не можна не згадати тезу про «захист російськомовних українців», який зберігся

до нашого часу. Російські політики регулярно висловлювали занепокоєння щодо становища російськомовного населення в Україні, особливо в питаннях мовної політики та культурних прав. Наприклад, у 2008 році Державна дума Росії прийняла заяву про "порушення прав російськомовного населення в Україні", де висловлювалася стурбованість щодо можливого обмеження використання російської мови в освіті та медіа. Окрім цього, російські державні медіа активно поширювали наративи про утиски російськомовних в Україні, підкреслюючи культурні та мовні розбіжності між регіонами країни. Ці повідомлення часто акцентували на необхідності захисту російськомовних громадян від "насильницької українізації" та "націоналістичних" рухів. Такі інформаційні кампанії сприяли формуванню образу Росії як захисника російськомовного населення. (Дудар, 2021)

Інформаційні кампанії, спрямовані на захист російськомовного населення, стали частиною ширшої стратегії інформаційної війни, метою якої було підрив національної єдності України та виправдання агресивних дій Росії на міжнародній арені. Водночас міжнародні спостерігачі та правозахисні організації не знаходили систематичних порушень прав російськомовних громадян в Україні. Це свідчить, що риторика захисту російськомовних була здебільшого політичним інструментом, а не реакцією на реальні проблеми.

Подібні наративи ще збільшили свої оберти після перемоги російсько-орієнтованого кандидата Віктора Януковича на виборах президента України в 2010 році. Саме цей факт «розв'язав руки» деструктивному інформаційному впливу, який перекреслив всі надбання, які були спрямовані на розбудову української самосвідомості та ідентичності. Влада почала посилювати тиск на незалежні медіа. Наприклад, у 2012 році телеканал ТВі, який займався розслідуваннями корупції, зіткнувся з переслідуванням з боку податкових органів. Це стало сигналом згорання демократичних свобод у медіапросторі.

Також треба згадати події 2013 року, коли після підписання Україною угоди з компанією Shell щодо видобутку сланцевого газу на Юзівській площі,

що охоплює території Донецької та Харківської областей, російська пропаганда розгорнула масштабну кампанію дезінформації. Метою було створення негативного ставлення місцевого населення до проєкту та збереження енергетичної залежності України від російських енергоносіїв. Пропаганда акцентувала увагу на тому, що видобуток сланцевого газу призведе до виселення місцевих мешканців, знищення сільського господарства та загального погіршення якості життя в регіоні. Поширювалися чутки про те, що видобуток газу спричинить землетруси та інші природні катаклізми. Саме про цей інформаційний привід тиску писав Центр стратегічних комунікацій на своєму сайті в статті «Видобування газу: між фейками і правдою газової незалежності України»:

Одна з таких історій у Росії була вже наготові, ще коли команда президента-втікача Віктора Януковича шукала альтернативні шляхи отримання газу. Тоді були укладені договори з компанією Shell на видобуток газу зі щільних порід на Донбасі, а проросійські сили в Україні розпочали кампанію протесту, яка у 2013 році проходила під гаслами на кшталт «Сланцевый газ убьет Донбасс». (Центр стратегічних комунікацій, 2021)

Отже, підбиваючи підсумки, необхідно зазначити, що цей період після Помаранчевою революцією та до початку війни в 2014 році став часом суттєвих змін в інформаційному просторі України. Незважаючи на початкові здобутки у сфері свободи слова та розвитку незалежних медіа, що давали багатьом людям надію на становлення українського суспільства, цей період також характеризувався посиленням зовнішнього впливу, внутрішньою політичною нестабільністю та контролем олігархів над медіапростором. Російська пропаганда вже тоді почала використовувати інформаційний простір для розпалювання внутрішніх конфліктів і перешкоджання євроінтеграції України.

У другому розділі роботи було досліджено роль деструктивної та конструктивної пропаганди у формуванні інформаційного простору України в перші роки її незалежності (1991–2013). Розгляд цього періоду дозволив виокремити ключові інформаційні виклики, оцінити вплив інформаційної політики на розбудову національної ідентичності та проаналізувати динаміку змін в інформаційному просторі після демократичних трансформацій, зокрема подій Помаранчевої революції. Таким чином, період 1991–2013 років став ключовим у формуванні інформаційного простору незалежної України, визначенні його слабкостей і можливостей. Здобутий досвід сприяв закладанню основ для подальшої інформаційної політики, яка стала особливо актуальною після початку російсько-української війни.

РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ ПІСЛЯ ПОЧАТКУ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2014 РОКУ

3.1. Інформаційне підґрунтя початку воєнних дій

Події Революції Гідності стали ключовою точкою перелому в новітній історії України, що визначила подальший хід політичного, соціального та інформаційного розвитку країни. Протести, які почалися як мирна демонстрація за європейський курс України, переросли у масовий рух за демократичні цінності та проти корупційного режиму Януковича. У цьому процесі важливу роль відіграли інформаційні кампанії, що розгорталися як на підтримку протестувальників, так і проти них, а також російська пропаганда, яка згодом стала ключовим інструментом підготовки до воєнної агресії.

Євромайдан розпочався 21 листопада 2013 року після того, як уряд України оголосив про призупинення підготовки до підписання Угоди про асоціацію з Європейським Союзом. Спонтанні протести студентів і громадян, які виступали за євроінтеграцію, швидко переросли у масштабний рух після силового розгону мітингувальників 30 листопада. Жорстокість дій правоохоронців стала каталізатором для масштабної мобілізації населення по всій країні. Музей Революції Гідності описує перебіг подій наступним чином:

21 листопада 2013 року півтори тисячі людей вийшли на площу в знак протесту проти того, що проросійський президент Віктор Янукович відмовився підписувати документ, до якого держава йшла роками: угоду про асоційоване членство України в Європейському Союзі. Вночі 30 листопада на вулиці продовжували залишатися кілька сотень активістів, переважно студентів. Їх жорстоко розігнала поліція, в відповідь на що 1 грудня в центр Києва з'їхалися сотні тисяч людей. Міліцейське свавілля скликало людей, обурених корупцією, узурпацією влади, політикою русифікації та зближення з Росією. (Революція Гідності, б. д.)

На цьому етапі український інформаційний простір став ареною боротьби між різними сторонами. З одного боку, активісти, громадські організації та незалежні медіа прагнули поширити інформацію про події на Майдані, підкреслюючи їхню мирну та демократичну природу. З іншого боку, державні ЗМІ, контрольовані режимом Януковича, і російська пропаганда зображали Революцію Гідності як "переворот", організований західними країнами, і акцентували увагу на участі "радикальних елементів" та "екстремістів".

Якщо розглядати конкретні тези російської пропаганди, яка транслювала інформацію як для своїх громадян, так і для українців, які мали доступ до російського телебачення, то треба почати в основній тезі про «проспонсорований» Заходом «переворот». Російські медіа поширювали твердження про те, що західні спецслужби, особливо ЦРУ та інші американські агенції, активно керували та фінансували протестні акції в Україні. Ці твердження базувалися на припущеннях і не підтверджувалися конкретними доказами, однак активно тиражувалися для створення образу протестів як зовнішньої змови. Одним з доказів для цього слугувала заява Вікторії Нуланд, тодішньої заступниці державного секретаря США про те, що з 1991 року США витратили близько 5 мільярдів доларів на підтримку демократії в Україні. Російські медіа використали цю заяву як «доказ» того, що США фінансували Євромайдан, хоча ці кошти були спрямовані на довгострокові програми розвитку демократії. Пізніше сама Вікторія Нурланд спростувала цю тезу, описавши події Майдану як «стихійний рух». (Високий замок, 2014)

Російські медіа активно використовували наратив про участь у протестах "націоналістичних угруповань", таких як "Правий сектор". Вони зображували протестувальників як "неонацистів" та "екстремістів", які становлять загрозу для російськомовного населення України. Це було

важливим кроком для створення виправдання подальшої агресії Росії під приводом "захисту" російськомовних.

Також в цей період російська пропаганда висвітлювала історії «простих українців», які проти європейської орієнтації українського суспільства, та які підтримували розбудови тісних зв'язків між Росією та Україною. На сайті detector.media було описано цікавий випадок, який демонструє провали у російських пропагандистських новинах. Йдеться про сюжети телеканалів «Россия 1» та НТВ, що висвітлювали події під час сутичок у Миколаєві 7 квітня. В одному з репортажів «Россия 1» Андрія Петкова представили як прихильника федералізації та учасника мирного мітингу, тоді як на НТВ його назвали жителем Німеччини, який фінансував 50 бійців і підтримував «Правий сектор». (detector.media, 2014)

В цей час незалежні українські медіа, такі як "Громадське телебачення" та "Українська правда", виступали ключовими гравцями в інформаційній підтримці протестів, розкриваючи факти про насильство з боку влади та викриваючи маніпуляції контрольованих медіа.

Через зниження довіри до телеканалів, які були під контролем окремих зацікавлених політиків та бізнесменів, під час подій Майдану соціальні медіа стали важливим джерелом інформації та координації для протестувальників. Платформи, такі як Facebook, Twitter і YouTube, дозволяли активістам швидко поширювати інформацію про події, викривати неправдиві новини та залучати підтримку міжнародної спільноти. Важливо зазначити, що мобілізація небайдужих громадян та активістів для виходу на мирний протест почалась саме з посту, який виклав у Facebook політик, український журналіст та громадський активіст Мустафа Найєм. «Зустрічаємось о 22:30 під пам'ятником Незалежності. Одягайтеся тепло, беріть парасолі, чай, каву, гарний настрій та друзів.» – саме так виглядав вирішальний заклик активіста.

Одним із найважливіших інформаційних проєктів цього періоду став Facebook та YouTube-канал "Babylon'13", який документував події Майдану

через серію короткометражних фільмів, підкреслюючи людяність і мужність протестувальників. Так їх роботу описують ЗМІ:

Мета - миттєво зреагувавши на події в Україні, задокументувати їх через призму режисерської рефлексії. «Всі матеріали, відзняті у період мирного громадянського протесту, ляжуть в основу великого документального фільму, який залишиться в історії як незаангажований погляд українських режисерів-сучасників», - зазначають учасники проекту. (detector.media, 2013)

Події Революції Гідності стали ідеологічним і медійним підґрунтям для подальшої агресії Росії. Використання образу Майдану як "загрози" для російськомовного населення і "перевороту", організованого Заходом, дозволило Росії обґрунтувати свої дії перед внутрішньою аудиторією та на міжнародній арені.

В розірванні мирних відносин з російською стороною також важливу роль відіграло закриття трансляції російських телеканалів на території України. Рішенням Національної ради з питань телебачення і радіомовлення було припинено мовлення 12 російських пропагандистських каналів, наприклад, «Первый канал. Всемирная сеть», «Россия-24», «Россия-1» та інших. (Радіо Свобода, 2014)

Після подій Революції Гідності Росія розгорнула масштабну інформаційну кампанію, спрямовану на дискредитацію нової української влади та виправдання своїх агресивних дій, зокрема підтримки сепаратистських рухів на сході України. Ця пропагандистська діяльність мала на меті вплинути як на внутрішню російську аудиторію, так і на міжнародну спільноту, формуючи певні наративи та спотворюючи реальність подій в Україні. У статті "Чому Революція Гідності не є державним переворотом" зазначається, що словосполучення "фашистська хунта" та подібні меседжі

щодо Революції Гідності та постмайданівської влади лунали здебільшого з пропагандистських каналів Кремля. Це свідчить про цілеспрямовану інформаційну кампанію з дискредитації української влади. (Грінченко-інформ, 2020)

Російська пропаганда використала ці події для створення образу України як "нестабільної" держави, в якій домінують "радикали" і "неонацисти", що слугувало виправданням подальших агресивних дій, зокрема анексії Криму та розпалювання конфлікту на Донбасі. Інформаційний простір став одним із головних полів битви за майбутнє України, демонструючи вирішальне значення медіа в сучасних політичних і соціальних трансформаціях.

3.2. Реакція українського суспільства на інформаційні загрози в умовах війни

Після початку російсько-української війни у 2014 році Україна зіткнулася з безпрецедентними інформаційними загрозами, які стали частиною гібридної війни. Російська пропаганда активно використовувала медіа, соціальні мережі та культурні наративи для дестабілізації ситуації в Україні, підризу довіри до української влади та міжнародного іміджу держави. Українське суспільство, зіткнувшись із цими викликами, розробило комплексні підходи до боротьби з дезінформацією, включаючи державні ініціативи, волонтерські рухи, розвиток незалежних медіа та просування інформаційної грамотності.

В цей час українська пропаганда тільки починала свій розвиток, тому не могла нанести ворогу настільки ж потужний удар, але могла намагатися протидіяти пропаганді. Українські медіа та активісти викривали маніпуляції та фейки, поширювані російськими ЗМІ. Одним із перших важливих проєктів у цьому напрямку став StopFake, створений у 2014 році, який займався перевіркою фактів і спростуванням неправдивої інформації про Україну, поширюваної в російських медіа.

Якщо казати про фундаментальні рішення української влади, які допомогли в протистоянні хвилі російського інформаційного впливу, то не можна не згадати про те, як в травні 2017 року Україна запровадила санкції проти низки російських інтернет-ресурсів, включно з соціальними мережами «ВКонтакте» та «Однокласники», а також сервісами «Яндекс» і Mail.ru. Це рішення було ухвалене в рамках заходів із забезпечення національної безпеки та протидії інформаційній агресії з боку Російської Федерації. Необхідно розуміти, що в умовах війни російські сервіси могли бути використані для координації дій проросійських елементів та організації антидержавних акцій. Ось як в 2020 році тенденції впливу на інформаційний простір описали ТСН:

За три роки без російських соцмереж і топових сайтів з "ВКонтакте" пішли 3,7 млн українців, з "Однокласники" - 2,6 млн користувачів, з "Яндекс" - 1,9 млн. Поштовими скриньками "Меіл.ру" більше не користуються 2,5 млн українців. Утім, чиновники вирішили на цьому не зупинятись, а тому Верховна Рада і РНБО схвалили продовження санкцій ще на три роки. (ТСН, 2020)

Блокування «ВКонтакте» значно скоротило доступ російських пропагандистів до української аудиторії. Платформа втратила більшу частину активних користувачів в Україні, що зробило її менш ефективним інструментом для поширення антиукраїнських та «братських» наративів. Після блокування цієї платформи в Україні значно скоротилася активність проросійських спільнот, які діяли на цій платформі. Зменшилася кількість публікацій, спрямованих на дискредитацію української армії, підризу національної єдності та просування ідей сепаратизму. (Снопок, 2023)

Окрім цього, в 2015 році Україна ухвалила Стратегію національної безпеки, яка визначила основні напрями забезпечення інформаційної безпеки держави. Цей документ окреслив принципи протидії загрозам у інформаційній сфері, зокрема, підкреслюючи важливість свободи збору, зберігання,

використання та поширення інформації. А вже в 2016 році при Міністерстві інформаційної політики було створено Центр протидії інформаційній агресії, який займався моніторингом російських медіа, аналізом дезінформаційних кампаній та розробкою контрзаходів. (Офіційне інтернет-представництво Президента України, 2017)

З огляду на масштаби дезінформації, Україна активно впроваджувала програми з медіаграмотності як для дорослого населення, так і для освітян, спрямовані на підвищення критичного мислення та здатності розпізнавати дезінформацію серед населення. Міністерство освіти і науки України (МОН) у співпраці з міжнародними організаціями та Міністерством культури та інформаційної політики України розробило та впровадило новітні ініціативи для школярів і студентів. Зокрема, МОН підтримує проєкти, спрямовані на інтеграцію медіаграмотності в навчальні програми, а також організовує щорічні Всеукраїнські уроки з медіаграмотності. (Міністерство освіти та науки України, 2022)

У лютому 2021 року Рада національної безпеки і оборони України (РНБО) ухвалила рішення про запровадження санкцій проти народного депутата Тараса Козака та трьох телеканалів: «112 Україна», NewsOne і ZIK. Ці медіа були пов'язані з проросійськими політичними силами та використовувалися для поширення дезінформації. Тоді служба безпеки України (СБУ) встановила, що Тарас Козак, формальний власник зазначених телеканалів, був причетний до схем постачання вугілля з тимчасово окупованих територій Донецької та Луганської областей. Ці схеми сприяли фінансуванню тероризму. Крім того, канали «112 Україна», NewsOne і ZIK активно поширювали проросійську пропаганду, маніпулятивну інформацію та дезінформаційні матеріали, що становило загрозу національній безпеці України. (Ефірне телебачення та радіомовлення в Україні, 2021)

Після запровадження санкцій проти телеканалів «112 Україна», NewsOne та ZIK у 2021 році, «НАШ» залишався одним із головних

медіаресурсів, які транслиували проросійські погляди в Україні. Це викликало занепокоєння серед громадськості та активістів, які вважали, що діяльність каналу підриває інформаційну безпеку держави. На початку 2022 року в Україні відбулися акції протесту, організовані громадським активістом Сергієм Стерненком, з вимогою закриття проросійського телеканалу «НАШ». Цей канал, заснований політиком Євгеном Мураєвим, часто звинувачували в поширенні проросійської пропаганди та антиукраїнських наративів. (Ukrinform, 2022)

Якщо розглядати ситуацію після 24 лютого 2022 року, з початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації, Україна зіткнулася із небаченими масштабами інформаційної війни. Російська пропаганда активізувала свої зусилля, спрямовані на деморалізацію населення, дискредитацію українського керівництва, розпалювання внутрішніх конфліктів та створення негативного образу України на міжнародній арені. Водночас українське суспільство продемонструвало безпрецедентну мобілізацію в інформаційному просторі, що дозволило ефективно протидіяти цим загрозам.

З перших днів війни українські національні телеканали та журналісти об'єдналися у спільний інформаційний марафон «Єдині новини», який забезпечує цілодобове висвітлення подій війни. Це дозволило уникнути розрізненості інформаційного простору та гарантувати доступ до перевірених даних для всього населення, що особливо було актуальним на початку повномасштабного вторгнення, коли великою проблемою для українського суспільства були паніка та розгубленість.

Не можна не пригадати те, як міністерство цифрової трансформації ініціювало створення «Інформаційних військ України», до яких долучилися сотні тисяч волонтерів. Вони брали участь у кібер-атаках на російські пропагандистські сайти, поширювали правдиву інформацію в російському сегменті інтернету та мобілізували світову громадську думку на підтримку

України. Волонтери здійснювали DDoS-атаки на сайти, що поширювали неправдиву інформацію про Україну, з метою їх тимчасового виведення з ладу, та організували інформаційні кампанії, спрямовані на підвищення обізнаності міжнародної спільноти про агресію Росії та необхідність підтримки України. Міністр цифрової трансформації Михайло Федоров закликав українських IT-фахівців, дизайнерів, маркетологів та інших спеціалістів долучитися до «Інформаційних військ». Для координації дій було створено спеціальні канали в месенджерах, де учасники отримували завдання та обмінювалися інформацією. На цю тему український BBC News випустив матеріал про те, як гаджети у військовий час можуть стати зброєю. (BBC News Україна, 2022)

Як можна зрозуміти з вищезгаданого, українське суспільство після 2014 року продемонструвало високий рівень адаптивності до інформаційних загроз. Повномасштабне вторгнення Росії в Україну загострило інформаційну боротьбу, але водночас продемонструвало здатність українського суспільства до мобілізації та ефективної протидії дезінформації. Поєднання державних зусиль, активності громадянського суспільства та міжнародної підтримки дозволило Україні зміцнити свої позиції в інформаційному просторі та значно послабити вплив російської пропаганди.

3.3. Аналіз впливу пропаганди на український інформаційний простір з боку держави-агресора

Після 2014 року, а особливо після початку повномасштабного вторгнення в 2022 році російська пропаганда спрямувала значні ресурси на поширення панічних наративів серед українського населення. Основною метою було посіяти зневіру у здатності українського керівництва та Збройних Сил України (ЗСУ) ефективно протистояти російській агресії.

Якщо згадувати початок війни в 2014 році, одним з основним векторів пропаганди було систематичне висвітлення російської пропагандою конфлікту на Донбасі як "громадянської війни", заперечуючи участь

російських військ. Це сприяло формуванню образу України як "неспроможної держави", яка не може контролювати власну територію. Пропаганда також стверджувала, що в Україні "панує русофобія", а російськомовні громадяни "змушені захищатися від націоналістів". Саме такі тези готували базу в російському інформаційному суспільстві для виправдання подальшого повномасштабного вторгнення. Застосовуючи оруелівське поняття «постправди», коли емоції, які викликає новина, важливіші за джерела інформації, російська пропаганда змогла досягти «неперевершених» результатів. (Тищенко, 2024)

Якщо розглядати конкретні приклади, то треба згадати те, як російські медіа та соціальні мережі активно розповсюджували неправдиву інформацію про те, що президент України Володимир Зеленський та інші високопосадовці залишили Київ або навіть країну. Ці повідомлення супроводжувалися підробленими відео, фотографіями та заявами, які мали створити враження, що українське керівництво "залишило народ напризволяще". Наприклад, згідно матеріалів зі статті в українській місцевій газеті, у квітні 2024 року в соціальній мережі TikTok поширювали фейкові відео про нібито заплановану втечу Зеленського під виглядом офіційного візиту до Лондона. (Новик, 2024)

Іншим напрямом дезінформаційної кампанії, який описаний в вищезгаданій статті, стали повідомлення про нібито катастрофічні втрати серед українських військових та про сенсаційне рішення на користь мобілізації всіх жінок. Російські джерела перебільшували кількість загиблих та поранених, поширювали фейкові новини про поразки на фронті та просували наратив про те, що "супротив марний". Такі вкиди мали на меті деморалізувати як військових, так і цивільне населення України, а новина про мобілізацію жінок повинна була прискорити розчарування людей у владі. Але завдяки прозорій комунікації українського уряду та швидкому спростуванню фейків, ці кампанії втратили свою ефективність. Регулярні звернення Володимира Зеленського та публічні заяви про актуальні стратегії та стійкість українських військових стали протипоказом російській пропаганді. До 2024 року, зважаючи,

що велика кількість громадян «втомила» від війни, довіра до українського керівництва залишається досить високою, що свідчить про провал цієї пропагандистської стратегії.

Одним з векторів застосування інформаційного впливу російська пропаганда вибрала спроби підриву міжнародної підтримки України, використовуючи наративи про "західну колонізацію" та "інструменталізацію України". Метою було переконати як українську, так і західну аудиторію, що допомога Заходу є "егоїстичним проєктом", а підтримка України втягує світ у конфронтацію з Росією.

Однією з таких тез є те, що зброя, надана Україні, "продається на чорному ринку" або "використовується для терору мирних жителів". Такі твердження мали на меті підірвати довіру західних країн до України та зменшити обсяги військової допомоги. У статті "Стратегії російської пропаганди: як це у них працює" координатором волонтерської групи САТ-УА зазначається, що перші спроби російської пропаганди поширити на Заході меседж про те, що нібито Україна активно перепродає західну зброю, були у березні-квітні 2022 року, але не мали помітного успіху.

Окрім цього російська пропаганда активно наголошувала на тому, що санкції проти Росії завдають шкоди європейським економікам більше, ніж самій Росії. Ці повідомлення були спрямовані на стимулювання невдоволення серед європейців та послаблення санкційного режиму. (Захарченко, 2024) Але попри активні зусилля російської пропаганди, міжнародна підтримка України залишилася стійкою. Країни Європейського Союзу, США, Канада та інші партнери продовжують надавати Україні значну військову, фінансову та гуманітарну допомогу, а санкції проти Росії не лише зберігаються, але й посилюються новими пакетами обмежень.

Також окрім звичних маніпуляційних тез з боку держави-агресора, треба також згадати ситуацію, яка вразила жорстокістю увесь світ. Після звільнення міста Буча в Київській області від російських військ у квітні 2022 року, світ

був шокований масштабом звірств, скоєних проти мирного населення. Проте російська пропаганда негайно розпочала кампанію з заперечення цих злочинів, використовуючи різноманітні методи дезінформації та маніпуляції. Російські офіційні особи та державні медіа стверджували, що масові вбивства в Бучі були інсценовані українською стороною для дискредитації Росії. Ці заяви супроводжувалися фейковими відео та фотографіями, які нібито демонстрували "постановочний" характер подій. Речник російського президента Песков назвав звірства в Бучі "майстерно зробленим кровожерливим інсценуванням" та заявив, що західні піарники допомагають Україні створювати фейки в ході інформаційної війни. (espresso.tv, 2022)

Також популярною темою для російського інформаційного впливу стало поширення негативного уявлення про українських біженців та внутрішньо переміщених осіб (ВПО) як в Європі, так і серед самих українців. Метою таких кампаній є дискредитація українців, послаблення міжнародної підтримки України та розпалювання внутрішніх конфліктів у країнах, що приймають біженців.

«Повномасштабне вторгнення Росії в Україну призвело до найбільшої міграційної кризи в Європі з часів Другої світової війни.» - зазначається на сайті UkraineCrisis в статті про фокусування російської пропаганди на українських біженцях в ЄС. Російські пропагандистські ресурси поширюють фейкові повідомлення про нібито злочинну діяльність українських біженців, їхню небажану поведінку та зловживання соціальними пільгами в країнах Європейського Союзу. Такі наративи спрямовані на формування негативного ставлення місцевого населення до українців та підриг солідарності з Україною. (UkraineCrisis, 2023) Російська пропаганда використовує тему українських біженців для розпалювання міжнаціональної ворожнечі в країнах, що їх приймають. Поширюються також тези про те, що українці нібито витісняють місцеве населення з ринку праці, отримують необґрунтовані соціальні пільги або спричиняють зростання злочинності. (Мацишина, 2024, с. 1)

Окрім впливу на суспільство за межами конфлікту, російська пропаганда також створює та поширює неправдиві історії про внутрішньо переміщених осіб в Україні, зображуючи їх як тягар для економіки та соціальної сфери. Це робиться з метою посіяти розбрат серед українців та знизити рівень підтримки ВПО з боку місцевих громад. Такі дії спрямовані на дестабілізацію внутрішньої ситуації в Україні, посилення соціальної напруги та підрив національної єдності.

Також в розповсюдженні російської пропаганди для населення України велику роль зіграла соціальна мережа TikTok, де короткі та емоційні відео збирають багато переглядів та таргетуються на окремі соціальні групи, на як розраховані. Так в статті «Кремлівський план «Майдан-3». Як оточення Путіна за допомогою TikTok, Telegram та YouTube хоче примусити Україну до миру» інтернет видання New Voice брало інтерв'ю у керівника Центру протидії дезінформацій Андрія Коваленко, який розповів багато цікавих деталей про механізми розповсюдження сучасної російської пропаганди.

Десь з першої половини минулого року вони почали використовувати платформу TikTok, яка дає велике охоплення. Вони створюють значну кількість штучних акаунтів, деякі з них мімікують під медіа, туди заливають відео з необхідними, часто примітивними, меседжами про українську владу, військових, головнокомандувача, ситуацію в країні. Вони спекулюють на багатьох чутливих темах, як ТЦК та мобілізація. Алгоритм TikTok побудований таким чином, що активні заходи з бот-акаунтів на відео у перші секунди після його публікації можуть забезпечити його потрапляння в рекомендації. І завдяки цьому вони отримують широке охоплення населення України, дуже часто людей з низькою медіаграмотністю. TikTok зараз став основною платформою для роботи ворога на українську аудиторію. (New Voice, 2024)

Російська інформаційна війна, яка супроводжувала повномасштабну агресію проти України після 24 лютого 2022 року, стала важливим інструментом для досягнення стратегічних цілей Кремля. Основними напрямками цієї пропаганди були деморалізація українського суспільства, дискредитація керівництва України, розпалювання внутрішніх конфліктів, підрив міжнародної підтримки та заперечення російських воєнних злочинів. Кожен із цих напрямів був ретельно розроблений, використовуючи маніпуляції, фейки, викривлення фактів та дезінформацію. Попри масштабність і витонченність російської інформаційної кампанії, її загальний вплив до 2024 року виявився досить обмеженим. Українське суспільство, яке зазнало масованих інформаційних атак, в більшості своїй продемонструвало високу стійкість до пропаганди завдяки якісній протидії дезінформації та стійкості.

Третій розділ дослідження присвячений аналізу трансформацій українського інформаційного простору після початку російсько-української війни у 2014 році. У ньому розглянуто передумови інформаційної війни, реакцію українського суспільства на інформаційні загрози та вплив деструктивної пропаганди держави-агресора. Основні результати аналізу дозволяють глибше зрозуміти масштаби інформаційної боротьби та її наслідки для українського суспільства, підтверджуючи, що інформаційна війна є невід'ємною складовою сучасного збройного конфлікту, яка суттєво впливає на сприйняття реальності, поведінку суспільства та міжнародний імідж держави.

РОЗДІЛ 4. ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ ДО КОНСТРУКТИВНОЇ ТА ДЕСТРУКТИВНОЇ ПРОПАГАНДИ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

4.1. Емпіричне дослідження на основі розробки анкети

Тема: Дослідження ставлення до конструктивної та деструктивної пропаганди студентської молоді України.

Соціологічна проблема дослідження: Відсутність достатнього розуміння ставлення до різних проявів пропаганди серед студентської молоді, яка відчуває на собі величезний інформаційний тиск в умовах гібридної війни є проблемою дослідження.

Актуальність проблеми цього дослідження полягає в аналізі того, як студентська молодь в Україні сприймає конструктивну та деструктивну пропаганду. В умовах постійних політичних та соціальних трансформацій, зокрема на тлі війни з Росією, пропаганда має значний вплив на громадську думку, формування національної ідентичності та стабільність суспільства. Потрібно проаналізувати, як молодь реагує на різні форми пропаганди та якими є наслідки її впливу на соціальні, політичні та культурні установки студентів, а також якими можуть бути можливі шляхи до зменшення деструктивних ефектів пропаганди в умовах війни.

Наукова проблема дослідження: Дослідження прагне виявити основні механізми впливу конструктивної та деструктивної пропаганди на сприйняття студентською молоддю України важливих соціальних, політичних та культурних процесів, а також розкрити роль соціальних мереж та медіа каналів у поширенні пропаганди серед студентської молоді. Це дозволить оцінити ступінь впливу пропаганди на формування думок та переконань студентів, а також ставлення до різних типів інформаційного впливу як з боку ворога, так і в середині країни.

Дослідницьке питання: Головним питанням є те, як пропаганда сприймається студентською молоддю України, а також їхні думки про проявів пропаганди в умовах воєнного часу.

Завдання.

- 1) Визначити рівень свідомості студентської молоді щодо здатності розпізнавати пропаганду в інформаційному середовищі, зокрема в умовах війни.;
- 2) Вивчити ставлення студентської молоді до різних проявів пропаганди, зокрема її конструктивних і деструктивних аспектів;
- 3) Оцінити частоту та вплив пропаганди на студентську молодь в умовах війни;
- 4) Дослідити ставлення до соціальних мереж як каналів пропаганди;
- 5) Проаналізувати ставлення студентської молоді до використання механізмів пропаганди в умовах воєнного часу;
- 6) Розробити рекомендації щодо протидії деструктивній пропаганді в Україні.

Об'єкт дослідження: Студенти Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» віком від 18 до 25 років, які зараз проживають в Україні.

Предмет дослідження: Ставлення студентів до пропаганди в умовах гібридної війни.

Інтерпретація основних понять.

Пропаганда – форма комунікації, спрямована на поширення в суспільстві світогляду, теорії, твердження, фактів, аргументів, чуток та інших відомостей для впливу на суспільну думку на користь певної спільної справи чи громадської позиції.

Поляризація суспільства – це процес, під час якого соціальні, політичні або культурні групи в суспільстві стають більш розділеними, коли групи

людей у суспільстві зациклені на емоційному відстоюванні тієї чи іншої думки. (Польське радіо, 2022)

Соціальні мережі — це платформи для онлайн-комунікації, через які інформація може швидко поширюватися серед великої кількості людей.

Гібридна війна — війна з поєднанням в застосуванні конвенційної зброї, партизанської війни, тероризму, кібервійни, торгових війн, патентних війн, реваншистських рухів, пропаганди, порушень прав людини, злочинів проти людяності, військових навчань, переселення, узурпації, вплив на громадську думку, злочинні акти цензури, тощо.

Інформаційний тиск - потік інформації, особливо емоційно-забарвленої, що перевантажує психіку та викликає стрес, а в деяких умовах - і паніку. (Мещеряков, 2022)

Фейки (*від англ. – fake*) — це неправдива або спотворена інформація, що спеціально поширюється з метою маніпулювати суспільною думкою, викликати паніку чи змінити політичні настрої.

Фейкові новини (*від англ. – fake*) — це інформація, що не відповідає дійсності, але поширюється з метою маніпулювати громадською думкою або впливати на певні політичні чи соціальні процеси.

Негативні стереотипи — це спрощені, часто неправдиві уявлення про певні групи людей, що базуються на упередженнях і призводять до дискримінації або ізоляції.

Маніпуляція – спосіб інформаційного керування поведінкою та поглядами аудиторії, який свідомо використовують журналісти або редакція для досягнення персональних чи замовних цілей. (Романюк, 2020)

Кремлівська пропаганда (російська) – форма комунікації, під час якої систематично та цілеспрямовано просуваються погляди, бачення, позиція російської влади. Пропаганда використовується як інструмент інформаційної

війни з іншими країнами та Україною зокрема. Кремлівська пропаганда працює із затвердженими російською владою наративами. (Романюк, 2020)

Операціоналізація понять.

1. Механізми пропаганди

- Ставлення до проявів інформаційного впливу
 - Підтримка національної єдності та патріотизму
 - Мобілізація на захист країни
 - Пропагування здорового способу життя
 - Зміцнення соціальної згуртованості
 - Просування демократії та прав людини
 - Підбурювання до насильства та ворожнечі
 - Маніпуляція фактами та фальшиві новини
 - Підрив довіри до інститутів державної влади
 - Використання стереотипів і дискримінації
 - Поляризація суспільства
- Впевненість у здатності розпізнати пропаганду
- Частота інформаційного впливу
- Роль соціальних мереж в пропаганді
 - Оцінка ролі соціальних мереж в пропаганді

2. Пропаганда в умовах російсько-української війни

- Інформаційний тиск в умовах війни
 - Оцінка зміни інформаційного тиску після початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну.
 - Стикання з інформаційними фейками про російсько-українську війну.
- Оцінка пропаганди в умовах війни
 - Ставлення до використання деструктивної пропаганди в умовах війни
 - Ставлення до використання стереотипів в умовах війни

- Методи протидії пропаганди в умовах війни

Обґрунтування генеральної сукупності. Я обрала об'єктом дослідження студентів Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» віком від 18 до 25 років бо група людей є легкодоступною для дослідження, адже вони навчаються в одному університеті, а також ця група людей може бути репрезентативною для більш широкої групи молоді в Україні того ж віку та з подібним рівнем освіти.

Формула для визначення вибіркової сукупності:

$$n = \frac{t^2 * N * S^2}{\Delta^2 * N + t^2 * S^2}$$

Де:

- $t=2$, у відповідності з потрібною нам довірчою імовірністю 0,95;
- $N = 18458$ студентів – генеральна сукупність; (КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2024)
- Δ - допустима похибка– 2% (0,02);
- $S = 0,5$ – імовірність.

$$\text{Отже, } n = \frac{2^2 \times 0,5^2 \times 18458}{18458 \times 0,02^2 + 2^2 \times 0,5^2}$$

$$n \approx 2500$$

Через брак ресурсів для мого пілотажного дослідження було опитано 100 студентів, що сильно збільшило допустиму похибку.

Отже, згідно з розрахунками, похибка вибірки становить приблизно **9,97%** за довірчої імовірності 95% ($t=2$) для вибірки з 100 респондентів із генеральною сукупністю 18 458 осіб.

Методологія та методика дослідження. Під час розробки теорії дослідження, було прийнято рішення про використання методу анкетування в Google Forms для даної теми.

Обґрунтування методики дослідження. Серед багатьох методів опитування було обрано опитування за допомогою сервісу Google Forms. Це

один з сучасних методів, що використовується соціологами для дослідження думок громадськості. Інтерв'юєр відправляє посилання на форму респондентам з цільової аудиторії, а далі респондент самостійно вносить відповіді в опитувальник Google Forms. Якщо ж процесі інтерв'ю виникає потреба в поясненні респонденту певного поняття чи слова, респондент не повинен вільно розтлумачувати слова, а дотримуватися того сенсу, що був закладений в початкове формулювання запитання.

Анкета була відправлена в чати гуртожитків Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут», де студенти могли за власним бажанням пройти опитування.

Метод анкетування є зручним та корисним з багатьох причин, особливо в контексті соціологічних досліджень. Ось деякі ключові переваги:

- Через зручність масштабування можна легко охопити велику кількість респондентів через можливість проведення як локальних, так і міжнародних опитувань без значних витрат.
- Витрати на проведення опитування (особливо дистанційних) значно нижчі порівняно з іншими методами збору даних, такими як особисті інтерв'ю через можливість використання безкоштовних або недорогих онлайн-платформ для анкетування як Google Forms.
- Респонденти можуть заповнювати анкети у зручний для них час і місці та з будь-якого гаджета через застосування Google Forms, а збереження анонімності сприяє більш відкритим і чесним відповідям.

Вибір анкетування за допомогою Google Forms для соціологічних опитувань має багато переваг, але також може стикатися з певними складнощами. Нижче представлені основні з них:

- Відсутність інтернету або технічних навичок у деяких респондентів може обмежити їхню участь та викликати труднощі при опитуванні більш старшого покоління.

- Вбудовані інструменти для аналізу даних у Google Forms обмежені, і для більш складного аналізу може знадобитися експорт даних у інші програми, такі як Excel або SPSS.
- При великому обсязі відповідей можуть виникати технічні складнощі з обробкою даних, особливо якщо дані потрібно аналізувати швидко.

Основні гіпотези дослідження:

- Більшість респондентів повністю або скоріше впевнені, що вміють відрізнити пропаганду в інформаційному середовищі.
- Більшість респондентів стикались в інформаційному просторі з фейками, які пов'язані з російсько-українською війною.
- Більшість респондентів вважає, що деструктивна пропаганда може бути виправдана, якщо сприяє перемозі на полі бою.
- Більшість респондентів вважають, що інформаційний тиск в ЗМІ значно зріс після початку повномасштабного вторгнення.
- Такий прояв пропаганди, як маніпуляція фактами та фейкові новини, респонденти частіше вважають абсолютно негативним явищем, ніж просування демократій та прав людини.
- Більше респондентів готові виправдовувати використання негативних стереотипів про росіян в українській пропаганді, якщо порівнювати з аналогічними показниками використання негативних стереотипів про українців у російській пропаганді.

4.2. Аналіз отриманих результатів

Після проходження електронної анкети запланованою кількістю респондентів, яка становила 100 людей віком від 18 до 25 років, ми можемо аналізувати отримані результати та підтверджувати чи спростовувати поставлені гіпотези дослідження.

Гіпотеза 1. Більшість респондентів повністю або скоріше впевнені, що вміють відрізнити пропаганду в інформаційному середовищі.

Обґрунтування гіпотези. Студенти, як правило, перебувають у середовищі, де активно розвиваються їхні когнітивні здібності, зокрема критичне мислення. Це створює у них переконання у власній здатності аналізувати та оцінювати інформацію. Університети часто впроваджують курси, пов'язані з медіаграмотністю, критичним мисленням, соціологією медіа, що формує у студентів відчуття обізнаності щодо механізмів пропаганди.

Окрім цього, студенти часто взаємодіють із сучасними технологіями та інформаційними ресурсами, такими як соціальні мережі, новинні платформи та освітні матеріали. Це може створити ілюзію їхньої здатності ефективно ідентифікувати пропаганду. Студенти є активними користувачами соціальних мереж і новинних платформ, що робить їх більш обізнаними про інформаційні війни та поширення пропаганди. Водночас велика кількість інформації, зокрема маніпулятивної, у їхньому середовищі може призводити до завищеної самооцінки своїх здібностей розпізнавати пропаганду.

Перевірка гіпотези:

Згідно з результатами, які наведені на діаграмі (рис 4.1.) можна побачити, що відсоток респондентів, що обрали позитивні варіанти відповідей «Повністю впевнений/впевнена» та «Скоріше впевнений/впевнена» складає 33% та 58% відповідно. Отже, більшість респондентів (91%) вважають, що якоюсь мірою вміють відрізнити пропаганду в інформаційному середовищі.



(рис. 4.1.)

Гіпотеза 2. Більшість респондентів стикались в інформаційному просторі з фейками, які пов'язані з російсько-українською війною.

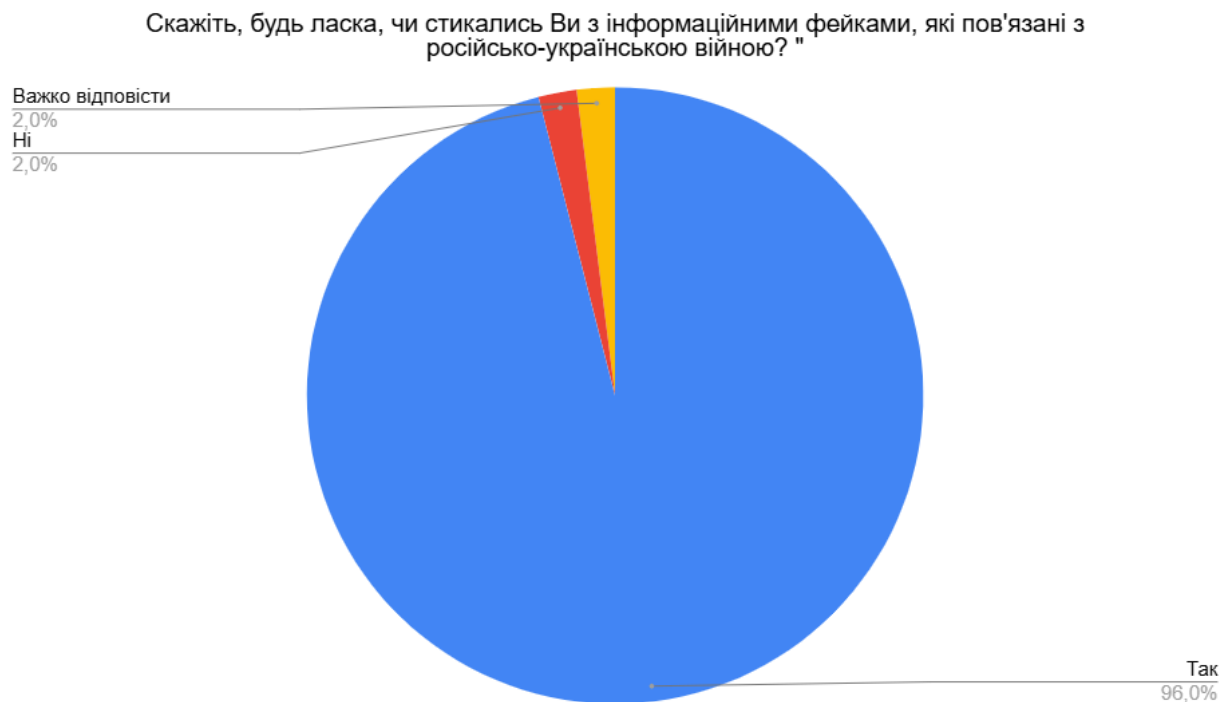
Обґрунтування гіпотези. Інформаційна війна є невід'ємною складовою сучасних збройних конфліктів, особливо таких масштабних, як російсько-українська війна. Російська пропаганда активно використовує фейкові новини для дезінформації, дискредитації української влади, послаблення довіри до інституцій та створення хаосу серед українського суспільства. Український медіапростір також стикається з великою кількістю фейкової інформації, як внутрішнього, так і зовнішнього походження.

Також важливо зазначити, що масштаби цифровізації та поширення інформації через соціальні мережі роблять фейки більш доступними та важко відрізнюваними для пересічного споживача інформації. Під час війни кількість інформаційних атак значно зросла, що підтверджують як українські, так і міжнародні аналітичні центри. Фейкові новини часто поширюються з

метою маніпуляції суспільною думкою, підбурювання до паніки, зневіри в силах оборони або дискредитації військових операцій.

Перевірка гіпотези:

Згідно з результатами, які зображені на діаграмі (рис. 4.2.) ми можемо зробити висновок, що майже абсолютна більшість опитаних респондентів (96%) стикалась з інформаційними фейками, які пов'язані з російсько-українською війною. Отже, гіпотеза підтвердилась в ході дослідження.



(рис. 4.2.)

Гіпотеза 3. Більшість респондентів погоджується, що деструктивна пропаганда може бути виправдана, якщо сприяє перемозі на полі бою.

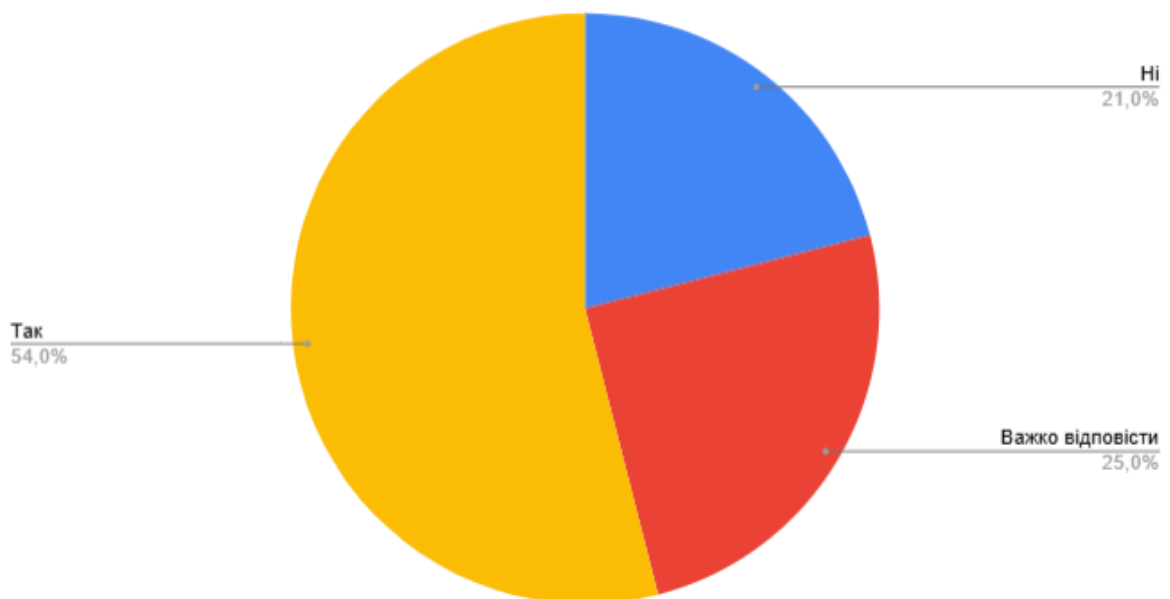
Обґрунтування гіпотези. Під час війни національна безпека і перемога стають пріоритетом для громадян. У таких умовах багато людей можуть сприймати певні дії, включно з використанням деструктивної пропаганди, як необхідність для досягнення стратегічних цілей. Також психологічна мобілізація населення через пропаганду є одним з важливих інструментів ведення війни, який використовується багатьма країнами в умовах збройних конфліктів.

Окрім вищезгаданого, війна створює атмосферу загального стресу, страху та необхідності виживання, що підвищує готовність виправдовувати заходи, які зазвичай вважаються неприйнятними. Люди можуть виправдовувати деструктивну пропаганду, якщо вірять, що вона підтримує моральний дух, мобілізує суспільство або деморалізує супротивника. У контексті російсько-української війни багато громадян схильні сприймати інформаційні атаки з боку Росії як надзвичайно агресивні, що може посилювати готовність відповісти аналогічними методами.

Перевірка гіпотези:

Згідно з результатами опитування, які зображені на діаграмі (рис. 4.3.) ми бачимо, що більшість респондентів погоджується, що деструктивна пропаганда може бути виправдана, якщо сприяє перемозі на полі бою. Не зважаючи на те, що більше третини респондентів обрали відповідь «Важко відповісти» (25%) через контроверсійність питання, майже половина опитаних все ж таки погодилась з твердженням (54%). Отже, гіпотеза була підтверджена.

Чи погоджуєтесь ви з тим, що деструктивна пропаганда може бути виправдана в умовах війни, якщо вона сприяє перемозі на полі бою?



(рис. 4.3.)

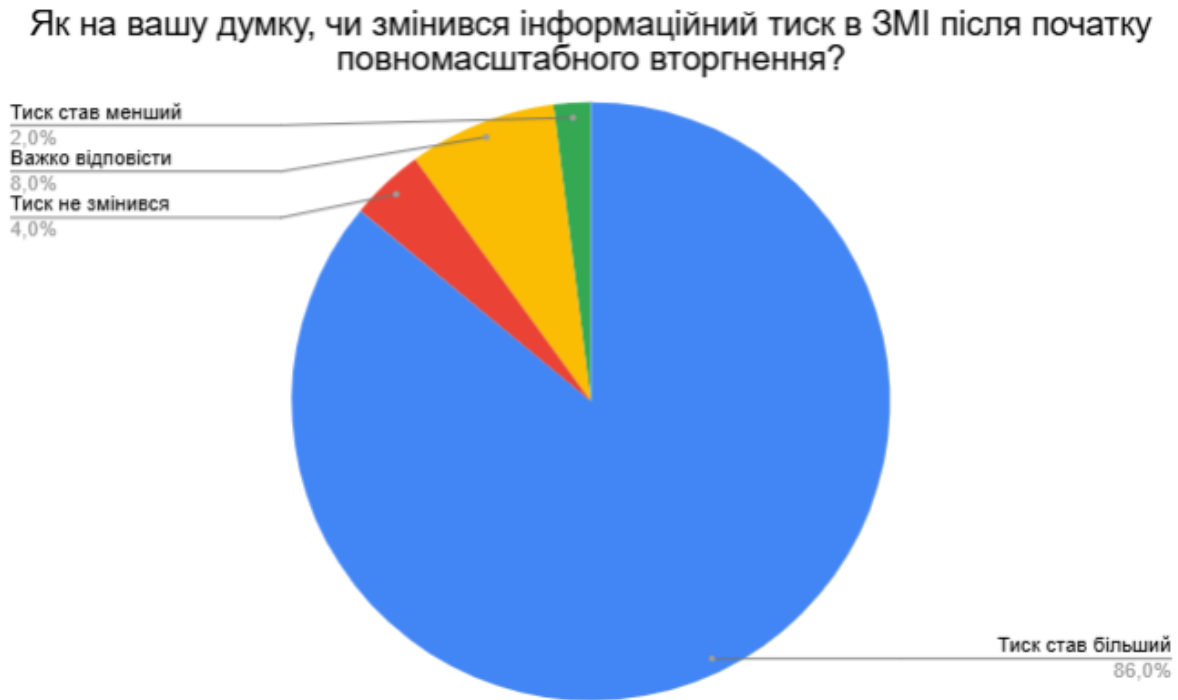
Гіпотеза 4. Більшість респондентів вважають, що інформаційний тиск в ЗМІ значно зріс після початку повномасштабного вторгнення.

Обґрунтування гіпотези. Російсько-українська війна супроводжується інтенсивною інформаційною війною. Після початку повномасштабного вторгнення (24 лютого 2022 року) обсяг новин та пропагандистських матеріалів у медіапросторі суттєво зріс. Постійний потік повідомлень про бойові дії, гуманітарні кризи, санкції, міжнародну підтримку та військові втрати створює відчуття значного інформаційного тиску.

У воєнний час інформаційний простір наповнюється великою кількістю новин, часто суперечливих або емоційно насичених. Це може сприяти відчуттю інформаційного тиску серед населення. Через розгубленість, громадяни активно шукають інформацію для розуміння ситуації, що посилює їхній вплив від новинних повідомлень. Також зросла кількість повідомлень із закликами до дій (мобілізація, волонтерство, підтримка армії), що може додатково створювати відчуття емоційного та інформаційного навантаження.

Перевірка гіпотези:

Згідно з результатами опитування, які зображені на діаграмі (рис. 4.4.) ми бачимо, що більшість респондентів вважає, що інформаційний тиск в ЗМІ значно зріс після початку повномасштабного вторгнення. На діаграмі видно, що 86% опитаних респондентів відповіли, що інформаційний тиск в ЗМІ після початку повномасштабного вторгнення став більший. Отже, гіпотеза була підтверджена.



(рис. 4.4.)

Гіпотеза 5. Такий прояв пропаганди, як маніпуляція фактами та фейкові новини, респонденти частіше вважають абсолютно негативним явищем, ніж просування демократій та прав людини.

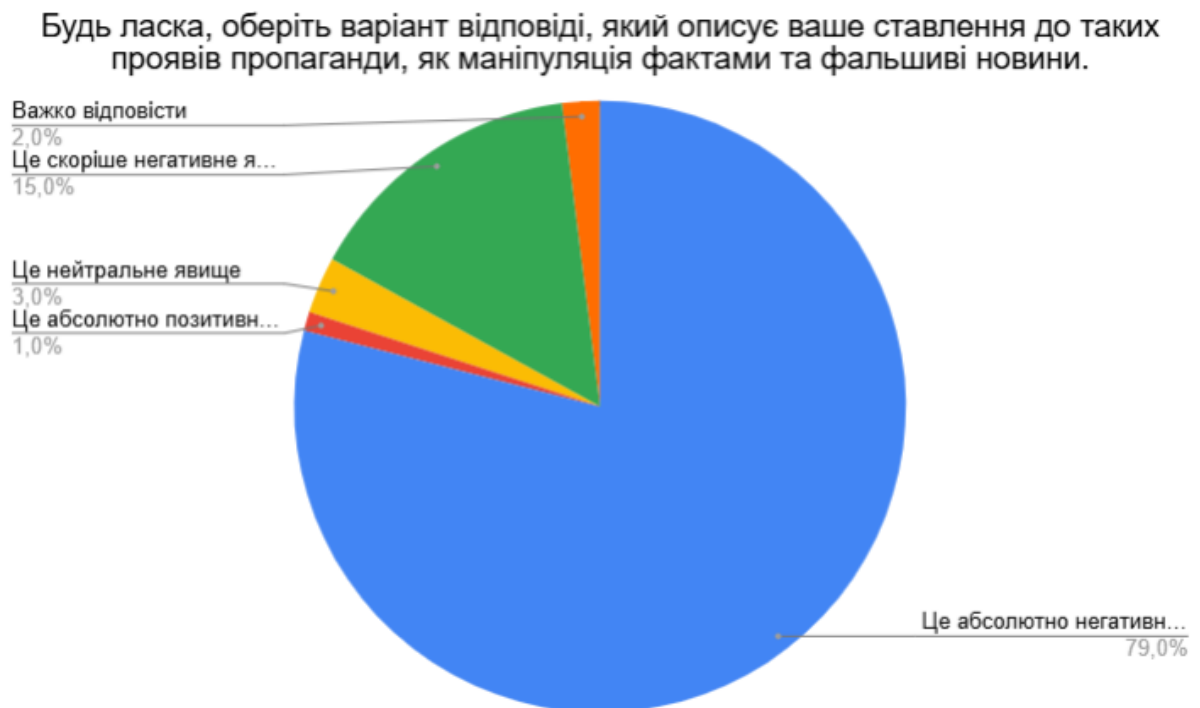
Обґрунтування гіпотези. Такі явища як маніпуляція фактами та фейкові новини за своєю сутністю є деструктивними, оскільки спрямовані на спотворення реальності, підриг довіри до джерел інформації та формування хибних переконань у суспільстві. Більшість людей розглядають їх як загрозу для суспільства, адже вони сприяють дезінформації, соціальній напрузі та підриву демократичних цінностей. А от просування демократії та прав людини має позитивне забарвлення, оскільки асоціюється із захистом свобод, соціальної рівності та гідності особи.

Люди інтуїтивно негативно ставляться до дій, що спрямовані на маніпуляцію ними, адже це сприймається як обмеження свободи волевиявлення і порушення етичних норм. Пропаганда, пов'язана з просуванням демократії, часто розглядається як ціннісно орієнтована і

спрямована на досягнення суспільного блага. Навіть якщо вона використовується для політичного впливу, її кінцеві цілі зазвичай сприймаються як позитивні.

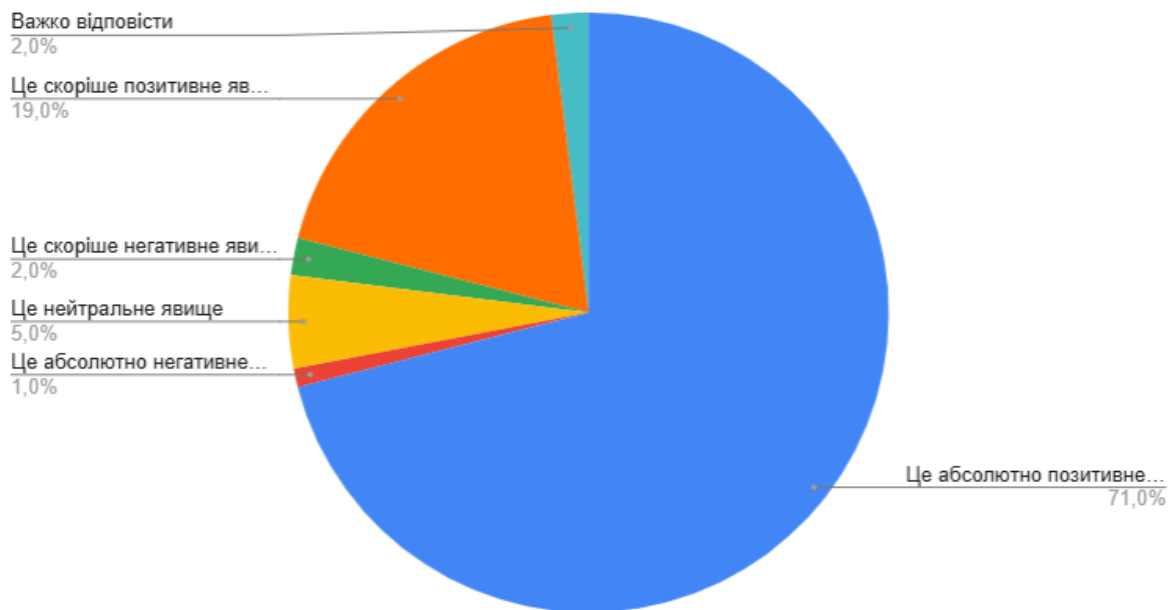
Перевірка гіпотези:

Згідно з результатами опитування, які зображені на діаграмах нижче (рис. 4.5. та 4.6.) ми бачимо, що такий прояв пропаганди, як маніпуляція фактами та фейкові новини, опитані респонденти частіше вважають абсолютно негативним явищем, ніж просування демократій та прав людини. Як ми бачимо на діаграмі (рис 4.5.), відповідь «Це абсолютно негативне явище» обрали 79% опитаних респондентів, в той час як на іншій діаграмі (рис. 4.6.) відповідь «Це абсолютно негативне явище» обрали лише 1% опитаних респондентів. Отже, гіпотеза була підтверджена в процесі дослідження.



(рис. 4.5.)

Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до таких проявів пропаганди, як просування демократії та прав людини.



(рис. 4.6.)

Гіпотеза 6: Більше респондентів готові виправдовувати використання негативних стереотипів про росіян в українській пропаганді, якщо порівнювати з аналогічними показниками використання негативних стереотипів про українців у російській пропаганді.

Обґрунтування гіпотези. Російсько-українська війна, що триває з 2014 року, створила гострий антагонізм між двома суспільствами. Українці сприймають російську агресію як загрозу своїй незалежності, територіальній цілісності та культурній ідентичності. У такому контексті використання негативних стереотипів про росіян в українській пропаганді може виправдовуватися як необхідний інструмент психологічної мобілізації та консолідації суспільства перед зовнішньою загрозою. Ці стереотипи часто асоціюються із захистом національних інтересів, що підсилює їхнє сприйняття як виправданих. Створення негативного образу ворога допомагає суспільству раціоналізувати свої дії та об'єднуватися перед спільною небезпекою. Це

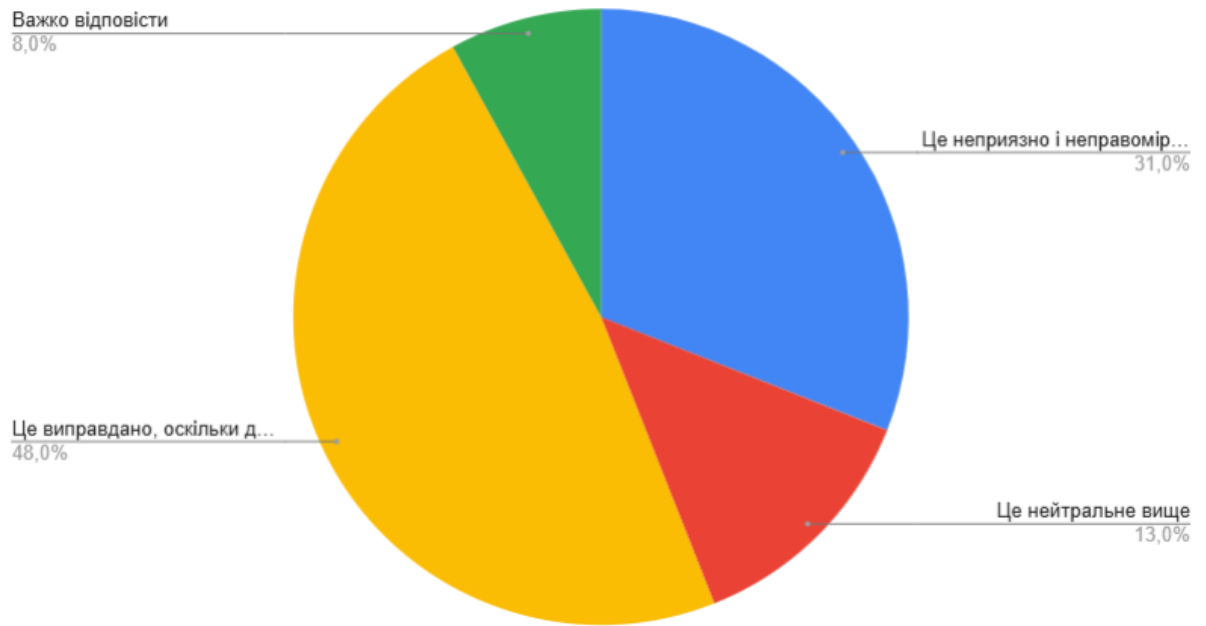
пояснює, чому використання негативних стереотипів про росіян у пропаганді може сприйматися як морально обґрунтоване, особливо коли ці стереотипи співзвучні з колективними травмами та історичним досвідом.

Окрім цього, російська пропаганда протягом багатьох років активно використовує негативні стереотипи про українців, зображаючи їх радикалами, нацистами або "ворогами" російської культури. Це викликає в українському суспільстві негативну реакцію і сприйняття таких стереотипів як інструменту деструктивної пропаганди. У відповідь українці можуть виправдовувати використання негативних стереотипів про росіян, сприймаючи це як відповідну реакцію на інформаційну агресію з боку Росії.

Перевірка гіпотези:

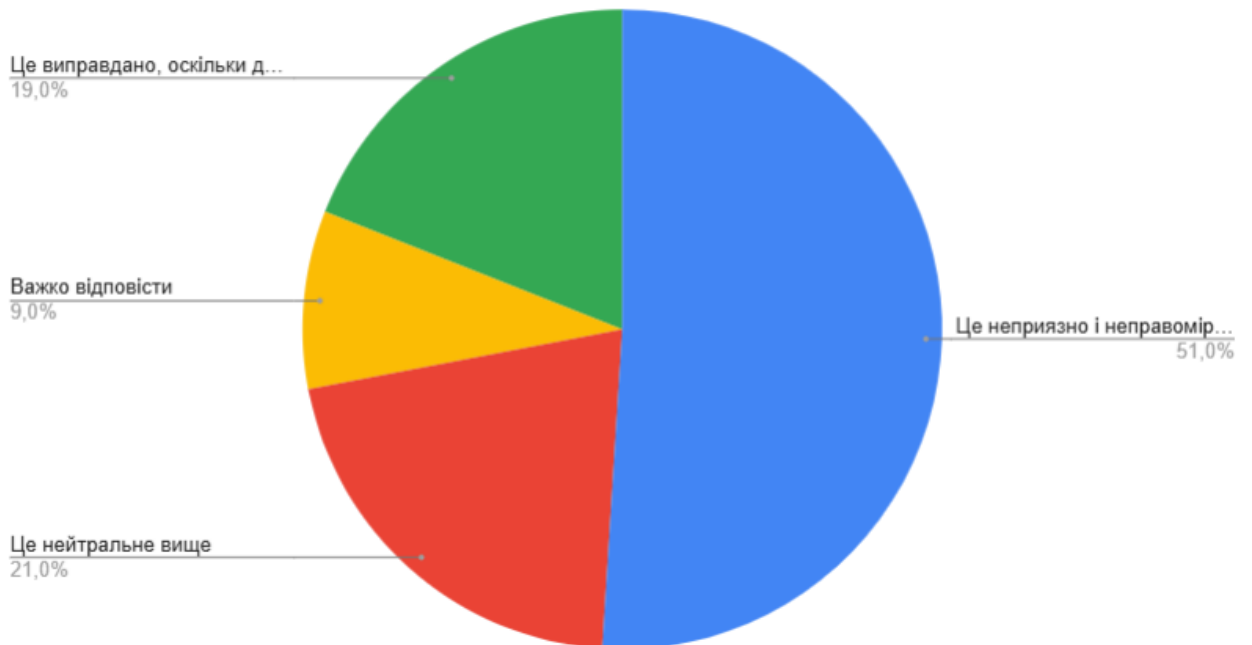
Згідно з результатами опитування, які зображені на діаграмах нижче (рис. 4.7. та 4.8.) ми бачимо, що більше респондентів готові виправдовувати використання негативних стереотипів про росіян в українській пропаганді, якщо порівнювати з аналогічними показниками використання негативних стереотипів про українців у російській пропаганді. Як ми бачимо на діаграмі (рис 4.7.), відповідь «Це виправдано, оскільки допомагає мобілізувати населення і підтримувати боротьбу» обрали 48% опитаних респондентів, в той час як на іншій діаграмі (рис. 4.8.) відповідь «Це виправдано, оскільки допомагає мобілізувати російське населення» обрали лише 19% опитаних респондентів. Отже, гіпотеза була підтверджена в процесі дослідження.

Як ви оцінюєте використання негативних стереотипів про росіян в українській пропаганді?



(рис. 4.7.)

Як ви оцінюєте використання негативних стереотипів про українців у російській пропаганді?



(рис. 4.8.)

Аналіз отриманих результатів електронного опитування респондентів (студентів віком 18–25 років) продемонстрував, що молодь здебільшого усвідомлює явища пропаганди в інформаційному середовищі та має сформоване ставлення до її різних проявів.

Згідно з результатами, респонденти вважають себе спроможними ідентифікувати пропаганду в інформаційному середовищі (91% респондентів висловили впевненість у своїх навичках). Цей високий рівень впевненості можна пояснити специфікою студентського середовища, яке сприяє розвитку критичного мислення через освітні програми та активне використання сучасних технологій і інформаційних ресурсів. Водночас це також може бути результатом ілюзії компетентності через велику кількість інформації, з якою вони взаємодіють.

Окрім цього, абсолютна більшість респондентів (96%) підтвердили, що стикалися з інформаційними фейками, пов'язаними з російсько-українською війною. Це свідчить про високу залученість молоді до інформаційного простору та їхнє усвідомлення загроз, які несуть маніпуляції та фейкові новини в умовах війни.

Значна частина респондентів (54%) погоджується з тим, що деструктивна пропаганда може бути виправдана, якщо вона сприяє перемозі на полі бою. Це свідчить про те, що в умовах війни національна безпека та досягнення перемоги стають пріоритетними цінностями, що може виправдовувати використання спірних засобів інформаційного впливу.

Також треба зазначити, що більшість респондентів (86%) вважають, що інформаційний тиск у ЗМІ значно зріс після початку повномасштабного вторгнення. Це відображає як об'єктивне збільшення обсягу новин у медіапросторі, так і суб'єктивне відчуття респондентів щодо навантаження, спричиненого постійним потоком інформації про війну.

Згідно з результатами перевірки п'ятої гіпотези, респонденти демонструють критичне ставлення до маніпуляцій фактами та фейкових

новин: 79% вважають ці явища абсолютно негативними. Водночас такі форми пропаганди, як просування демократії та прав людини, оцінюються переважно позитивно або нейтрально. Це підтверджує, що молодь здатна диференціювати деструктивну та конструктивну пропаганду.

Згідно з результатами останньої гіпотези, більше респондентів готові виправдовувати використання негативних стереотипів про росіян в українській пропаганді, якщо порівнювати з аналогічними показниками використання негативних стереотипів про українців у російській пропаганді. Це показує, що, незважаючи на аналогічність ситуації в питанні, створення негативного образу ворога допомагає суспільству раціоналізувати свої дії та об'єднуватися перед спільною небезпекою.

Необхідно зазначити, що отримані результати свідчать про високий рівень обізнаності студентів щодо інформаційної війни та її викликів. Водночас вони підкреслюють важливість подальшого розвитку медіаграмотності для підсилення здатності молоді розпізнавати деструктивні інформаційні впливи та зберігати критичне мислення в умовах інтенсивного інформаційного навантаження.

Згідно з результатами дослідження у четвертому розділі роботи, усі п'ять гіпотез дослідження були підтверджені, що вказує на здатність молоді критично оцінювати явища пропаганди. Проте, зважаючи на можливу завищену самооцінку, необхідно продовжувати вдосконалювати освітні ініціативи, спрямовані на розвиток об'єктивного сприйняття інформації. Варто включити більше навчальних модулів з медіаграмотності та інформаційної безпеки до освітніх програм в університетах, школах та навіть для більш дорослого населення країни. Це забезпечить більшу стійкість молоді до маніпуляцій і дезінформації в інформаційному просторі України в майбутньому. В майбутньому також було б цікаво провести схоже опитування, але для більш дорослого населення з різних регіонів для порівняння отриманих

результатів. Це також могло б стати поштовхом для роботи над загальною медіаграмотністю українського суспільства.

ВИСНОВКИ

В ході написання магістерської роботи на тему «Конструктивна та деструктивна роль пропаганди в українському інформаційному просторі у період Незалежності» були опрацьовані та досягнуті наступні цілі:

- Визначити поняття «пропаганда» та проаналізувати типологію інформаційного впливу.

Особлива увага приділена типології інформаційного впливу, яка включає конструктивну та деструктивну пропаганду, пряму та непряму маніпуляцію, а також різні медійні прийоми, що використовуються для формування суспільної думки. Це дозволило уточнити механізми, через які пропаганда впливає на різні сегменти аудиторії, та визначити її основні риси: регулярність, емоційність, цільова спрямованість і контроль за каналами комунікації.

- Розкрити вплив конструктивної пропаганди на формування національної ідентичності та державності в Україні.

В роботі було проаналізовано, як конструктивна пропаганда в пострадянський період сприяла утвердженню української державності. Зокрема, пропаганда, орієнтована на популяризацію української мови, культури, історії та національних героїв, відіграла важливу роль у формуванні почуття єдності серед громадян. Особливий акцент зроблено на використанні таких інструментів, як освітні програми, державна підтримка національного кіно, мистецькі проекти та інформаційні кампанії, спрямовані на популяризацію українських символів та історичних подій.

- Проаналізувати деструктивні аспекти пропаганди та її наслідки для внутрішньої стабільності країни.

Цей тип інформаційного впливу був розглянутий як важливий інструмент, що може використовуватися для послаблення внутрішньої стабільності держави. Аналіз включав вивчення впливу маніпулятивної

інформації, фейкових новин, «постправди», мови ворожнечі та стереотипів, які поширювалися як з внутрішніх, так і зовнішніх джерел. Зокрема, під час збройного конфлікту на сході України деструктивна пропаганда сприяла розколу суспільства, формуванню сепаратистських настроїв і деморалізації громадян. Наслідками цього стали зниження довіри до державних інституцій, поляризація суспільства та посилення соціальної напруги.

- Охарактеризувати стратегії та прийоми впливу на інформаційний простір країни на різних етапах.

В ході дослідження була проведена періодизація стратегій інформаційного впливу в Україні, починаючи з 1991 року. Наприклад, у 1990-х роках акцент робився на популяризації української культури через традиційні медіа, а у 2000-х роках зростання цифрових технологій сприяло активізації інтернет-пропаганди. У період збройного конфлікту на сході України були впроваджені стратегії інформаційної безпеки, зокрема боротьба з російською дезінформацією та блокування ворожих медіаресурсів. Також було проаналізовано використання соціальних мереж як інструменту впливу на суспільну думку.

- Вивчити роль інформаційної агресії з боку Росії та її вплив на українське суспільство.

В роботі особливу увагу було приділено інформаційній агресії з боку Росії, яка стала ключовою складовою гібридної війни. Було розглянуто основні наративи російської пропаганди, спрямовані на дискредитацію української влади, розпалювання міжрегіональних конфліктів та формування недовіри до західних союзників. Дослідження історичних матеріалів та новин показало, що такі дії мали суттєвий вплив на окремі групи населення, сприяли ескалації конфлікту на сході України та підриву національної єдності.

- Проаналізувати наявні матеріали для виявлення пропагандистського підґрунтя для початку військових дій на території України.

У дослідженні проаналізовано, як російська пропаганда готувала ґрунт для легітимації військової агресії проти України. Зокрема, було розглянуто використання наративів про "захист російськомовного населення", "нацистів в Україні" та "загрози з боку НАТО". Ці наративи були поширені через медіа, соціальні мережі та офіційні заяви, створюючи виправдання для подальшої агресії. Аналіз цих матеріалів дозволив зрозуміти, як інформаційні кампанії слугували інструментом підготовки до війни.

- З'ясувати ставлення студентської молоді України до пропаганди в сучасних умовах.

Емпіричний етап дослідження включав опитування студентської молоді, яка є важливою аудиторією для пропагандистських кампаній через активне використання цифрових технологій і соціальних мереж. Було виявлено, що студенти здебільшого усвідомлюють загрози пропаганди, але часто переоцінюють свої здібності її розпізнавати. Результати опитування показали, що молодь більш критично ставиться до пропаганди з боку держави-агресора, але водночас готова виправдовувати використання пропагандистських прийомів з боку України, якщо це сприяє захисту національних інтересів.

Саме виконання вищезгаданих цілей зробило роботу цілісною та важливою. Дослідження спрямоване на всебічне розуміння ролі пропаганди в історичному та сучасному контексті. Вивчення цього феномену дозволить не лише оцінити його вплив на українське суспільство, але й розробити рекомендації для посилення інформаційної безпеки та ефективного використання інформаційних інструментів у державній політиці.

До рекомендацій, які зможуть допомогти протидії деструктивному інформаційному впливу, можна віднести наступне:

- Зосередження уряду на формуванні довгострокової інформаційної стратегії, яка поєднуватиме підтримку конструктивної пропаганди

(популяризація культури, історії, європейських цінностей) із заходами протидії деструктивному впливу, та створення постійно діючих аналітичних центрів для моніторингу та оцінки інформаційних загроз.

- Запровадження освітніх програм з медіаграмотності на рівні шкіл та університетів, які навчають молодь розпізнавати пропаганду, аналізувати інформацію та протидіяти маніпуляціям.
- Забезпечення системної боротьби з фейками та дезінформацією через створення національних платформ для перевірки фактів (fact-checking), та блокування джерел пропаганди, які загрожують суверенітету держави, на законодавчому рівні.
- Стимулювання розвитку суспільного мовлення як джерела об'єктивної та неупередженої інформації та впровадження сучасних технологій для аналізу та нейтралізації інформаційних атак у цифровому просторі.
- Поглиблення співпраці з європейськими та міжнародними організаціями у сфері боротьби з дезінформацією. Використання досвіду інших країн, які вже впровадили ефективні моделі протидії інформаційним загрозам.

В ході дослідження даної проблематики мною були проаналізовані праці таких відомих іноземних та українських дослідників, як Едвард Бернейс, Жак Еллюль, Ентоні Родс, Пітер Померанцев, Герберт Шиллер, Ноам Чомски, Едвард Герман, Ерік Гоффер, Майкл Сандерс, Георгій Почепцов, Андрій Багінський, Марія Войтко та Юрій Каганов, що допомогло мені створити наукове підґрунтя для формулювання поглядів та думок, які викладені в дослідженні.

Отже, основним висновком цього дослідження є усвідомлення багатогранної ролі пропаганди в українському інформаційному просторі, яка протягом різних історичних етапів відіграла як конструктивну, так і деструктивну функції. З моменту відновлення незалежності України у 1991 році пропаганда стала важливим інструментом у процесах формування

національної ідентичності, утвердження державності та мобілізації суспільства в умовах криз. Водночас її деструктивний вплив, зокрема з боку зовнішніх акторів, таких як Росія, сприяв поширенню дезінформації, підризу довіри до державних інституцій та поглибленню внутрішньої поляризації.

Згідно з вищезгаданими фактами, конструктивна пропаганда, яка сприяла популяризації української мови, культури та історії, особливо під час складних періодів, таких як Революція Гідності чи початок війни на сході України, продемонструвала свою ефективність у розвитку та об'єднанні українського суспільства та підвищенні морального духу. Водночас деструктивна пропаганда, яка активно використовувала маніпулятивні техніки, «постправду», мову ворожнечі та фейкові наративи, стала потужною зброєю гібридної війни, що мала на меті послаблення України. Російська пропаганда продовжує використання багаторівневого інформаційного впливу, спрямованого на дискредитацію української влади, поширення панічних настроїв і створення негативного іміджу України на міжнародній арені.

Окрім цього, загальний аналіз проблематики продемонстрував, що ефективна протидія деструктивній пропаганді можлива лише за умов комплексного підходу, який включає розвиток інформаційної політики, підвищення медіаграмотності громадян, підтримку незалежних медіа та впровадження сучасних технологій для моніторингу і нейтралізації інформаційних загроз. Крім того, важливою залишається міжнародна співпраця, яка дозволяє враховувати кращі практики інших країн у боротьбі з дезінформацією.

Таким чином, пропаганда залишається потужним інструментом впливу, який може як зміцнювати державу, так і послаблювати її. У сучасних умовах інформаційних війн і глобалізації медіапростору важливо не лише визнавати цей вплив, але й активно працювати над тим, щоб спрямувати його у конструктивне русло та мінімізувати деструктивні ризики. Тільки так можна

забезпечити інформаційну стійкість українського суспільства та захистити національні інтереси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 24 Канал. (2024, 3 листопада). "Кокосова пальма", Тейлор Свіфт і тіктокери: як Камала Гарріс закохує в себе покоління Gen Z. *24 Канал*. https://24tv.ua/vibori-ssha-2024-yak-kamala-garris-vikoristovuye-memi-tiktok_n2673685
- 5 канал. (2007, 8 січня). Людмила Янукович, наколотые апельсины и американские валенки - 30.11.2004 [Відео]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=oicOHnK9ihM>
- AG Marketing. (2024). *Таргетована реклама у соцімережах: що це таке і в чому її переваги*. AG Marketing. <https://ag.marketing/blog/targetovana-reklama-u-socmerezah>
- Alex de Waal · The Big Man: The Rwandan Genocide. (2016). *London Review of Books*. <https://www.lrb.co.uk/the-paper/v38/n21/alex-de-waal/the-big-man>
- BBC NEWS | Europe | The press in Ukraine. (2006). *Wayback Machine*. <https://web.archive.org/web/20071017053918/http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/4073375.stm>
- BBC News Україна. (2022). Смартфон і планшет - теж зброя. Як українці воюють на віртуальному фронті - BBC News Україна. *BBC News Україна*. <https://www.bbc.com/ukrainian/features-60692128>
- BBC News Україна. (2024). Отруєння Ющенко міг замовити особисто Путін. Розвідка США розсекретила звіт - BBC News Україна. *BBC News Україна*. <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cn4vnjyq9dxo>
- BBC News Україна. (2024). Як Путін програв вибори в Україні і це назавжди змінило Росію - BBC News Україна. *BBC News Україна*. <https://www.bbc.com/ukrainian/articles/c98dzyrddwpo>
- Bernays, E. (1928). Propaganda. *Horace Liveright*. https://www.voltairenet.org/IMG/pdf/Bernays_Propaganda_in_english.pdf

Congregation for the Evangelization of Peoples Profile. (б. д.). *Vatican*.
<https://www.vatican.va/content/romancuria/en/congregazioni/congregazione-per-levangelizzazione-dei-popoli/profilo.html>

detector.media. (2013, 6 грудня). Українські кінематографісти знімають документальний фільм про київський Євромайдан. *detector.media*.
<https://detector.media/kritika/article/88262/2013-12-06-ukrainski-kinematografisty-znimayut-dokufilm-pro-kyivskyu-ievromaydan/>

detector.media. (2014, 10 квітня). «Россия 1» і НТВ показали одного і того ж чоловіка прихильником «Правого сектору» та федералізації. *detector.media*.
<https://detector.media/kritika/article/92540/2014-04-10-rossyya-1-i-ntv-pokazaly-odnogo-i-togo-zh-cholovika-prykhylnykom-pravogo-sektoru-ta-federalizatsii/>

Deutsche Welle. (2014, 8 квітня). Суперечності між сходом і заходом: міф про дві України – DW <https://www.dw.com/uk/суперечності-між-сходом-і-заходом-міф-про-дві-україни/a-17551594>

Ellul, J. (1973). Propaganda: the formation of men's attitudes. *Vintage Books*.
https://monoskop.org/images/4/44/Ellul_Jacques_Propaganda_The_Formation_of_Mens_Attitudes.pdf

espresso.tv. (2022). Песков цинічно назвав звірства РФ у Бучі "кровожерливим фейком" західних піарників. *espresso.tv*. <https://espresso.tv/u-kremli-nazvali-masovi-vbivstva-v-buchi-maysterno-zroblenim-krovozherlivim-instsenuvannyam>

Herman, E. S., Chomsky, N. (2008). Manufacturing consent: The political economy of the mass media. *Bodley Head*.
[https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537300/mod_resource/content/1/Noam%20Chomsky%20Edward%20S.%20Herman%20-%20Manufacturing%20Consent%20The%20Political%20Economy%20of%20the%20Mass%20Media-Bodley%20Head%20\(2008\).pdf](https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/5537300/mod_resource/content/1/Noam%20Chomsky%20Edward%20S.%20Herman%20-%20Manufacturing%20Consent%20The%20Political%20Economy%20of%20the%20Mass%20Media-Bodley%20Head%20(2008).pdf)

Hoffer, E. (1951). The True Believer. *HarperCollins*. <https://archive.org/details/the-true-believer-eric-hoffer/page/n1/mode/2up?view=theater>

New Voice. (2024). Кремлівський план «Майдан-3». Як оточення Путіна за допомогою TikTok, Telegram та YouTube хоче примусити Україну до миру. *New Voice*. <https://nv.ua/ukr/ukraine/events/maydan-3-yak-kreml-propagandoyu-hoche-primusiti-ukrajini-do-miru-50396868.html>

New Voice. (2023). Майже Майдан. 22 роки тому бійкою з Беркутом у Києві завершилася акція Україна без Кучми — фото, відео. *New Voice*. <https://nv.ua/ukr/ukraine/politics/9-bereznya-20-rokiv-zakinchennya-akciji-ukrajina-bez-kuchmi-hronologiya-foto-video-novini-ukrajini-50145405.html>

Orwell, G. (1997). 1984. *Books On Tape*. (Оригінал опубліковано 1949 р.)

Pomerantsev, P. (2020). This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality. *PublicAffairs*.

Sanders, M. L. (1975). Wellington House and British Propaganda during the First World War. *The Historical Journal*, 18(1), 119. <https://www.jstor.org/stable/2638471>

Schiller, H. I. (1976). Communication and Cultural Domination. *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9781315179162>

The Daily Star. (б. д.). Russia using TikTok as propaganda machine for war. *The Daily Star*. <https://www.thedailystar.net/tech-startup/science-gadgets-and-tech/tech-news/news/russia-using-tiktok-propaganda-machine-war-2971801>

UkraineCrisis. (2023). Українські біженці в ЄС: у фокусі російської пропаганди | UACRISIS.ORG. *Uacrisis.org*. <https://uacrisis.org/uk/ukrayinski-bizhentsi-v-yes-u-fokusi-rosijskoyi-propagandy>

Ukrinform. (2022, 2 лютого). У Києві активісти вимагали санкцій проти телеканалу «НАШ». *Укрінформ - актуальні новини України та світу*. <https://www.ukrinform.ua/rubric-kyiv/3396751-u-kievi-aktivisti-vimagali-sankcij-proti-telekanalu-nas.html>

Багінський, А. (2009). Політична символіка демократичної консолідації. *Гілея*, (27), 379. <http://gileya.org/download.php?id=42>

Високий Замок. (2014). Нуланд: "США не витрачали гроші на підтримку Майдану". *Високий Замок*. <https://wz.lviv.ua/statti/126683-nuland-ssha-ne-vytrachaly-hroshi-na-pidtrymku-maidanu>

Войтко, М. (2021, 6 квітня). *Як соціальні мережі впливають на протести в Україні*. Українська правда. <https://www.pravda.com.ua/columns/2021/04/6/7289180/>

Грінченко-інформ. (2020). ЧОМУ РЕВОЛЮЦІЯ ГІДНОСТІ НЕ Є ДЕРЖАВНИМ ПЕРЕВОРОТОМ. *Грінченко-інформ – Суспільно-політичне видання*. <https://grinchenko-inform.kubg.edu.ua/chomu-revolyuetsiya-hidnosti-ne-ye-derzhavnym-perevorotom/>

Дудар, О. (2021). Українською, будь ласка, або Чому українська мова досі доводить своє право на існування. *Дивись.info*. <https://dyvys.info/2021/01/21/ukrayinskoju-bud-laska-abo-chomu-ukrayinska-mova-dosi-dovodyt-svoje-pravo-na-isnuvannya/>.

Ефірне телебачення та радіомовлення в Україні. (2021). РНБО запровадила санкції проти каналів 112 Україна, ZIK, Newsone. *Ефірне телебачення та радіомовлення в Україні*. <https://ukrtvr.org/novyna/2095>

Захарченко, А. (2024, 1 квітня). Стратегії російської пропаганди: як це у них працює. *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/columns/2024/04/1/7449107/>

Каганов, Ю. (2013). «ВОРОЖІ ГОЛОСИ»: ІДЕОЛОГІЧНЕ ПРОТИСТОЯННЯ НА РАДІОХВИЛЯХ У РАДЯНСЬКІЙ УКРАЇНІ (ДРУГА ПОЛОВИНА ХХ ст.). *Historians*. <https://www.historians.in.ua/index.php/en/doslidzhennya/891-yurii-kahanov-vorozhi-holosy-ideolohichne-protystoyannya-na-radiokhvylyakh-u-radyanskiy-ukrayini-druha-polovyna-xx-st>

Казарін, П. (2022, 15 серпня). Чому дехто й досі мріє про СРСР. *ГЛАВКОМ*. <https://glavcom.ua/columns/pavlokazarin/chomu-dekhto-j-dosi-mrije-pro-srsr-868214.html>

- Кількість осіб, які навчаються у закладі освіти | КПІ ім. Ігоря Сікорського. (2024). *КПІ ім. Ігоря Сікорського*. <https://kpi.ua/web-student>
- Мацишина, І. В. (2024). Образ українського біженця у Польщі в російській пропаганді. *Вісник Донецького національного університету імені Василя Стуса. Серія політичні науки*, (9), 19–29. <https://doi.org/10.31558/2617-0248.2024.9.3>
- Мещеряков, Д. (2022). Суб'єктна протидія інформаційному тиску під час війни. https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/732466/1/2022_Mescheryakov_D.S..pdf
- Море, А., Цехановська, О. (2022, 26 липня). У чому небезпека «інформаційної бульбашки» та як комфортно із неї вийти? *Громадське радіо*. <https://hromadske.radio/podcasts/myslennia-bazova-funktsiia/1065085>
- Наджафов, І. (2023, 3 листопада). Одиннарод: як виник міф про «історичну єдність» України та Росії. *Детектор Медіа*. <https://ms.detector.media/trendi/post/33382/2023-11-03-odynnarod-yak-vynyk-mif-pro-istorychnu-iednist-ukrainy-ta-rosii/>
- Новик, П. (2024). Чергові фейки про мобілізацію та втечу Зеленського: добірка дезінформації за тиждень. *Є.иа*. https://ye.ua/syspilstvo/68703_Chergovi_feyki_pro_mobilizaciyi_ta_vtechu_Zelen_sкого_dobirka_dezinformaciyi_za_tizhden.html
- Офіційне інтернет-представництво Президента України. (2017). УКАЗ ПРЕЗИДЕНТА УКРАЇНИ №47/2017 — Офіційне інтернет-представництво Президента України. <https://www.president.gov.ua/documents/472017-21374>
- Павлов, Д. (2018). Принципи пропаганди як умови ефективного здійснення. *Вісник Львівського університету*, (16), 189–195. http://fps-visnyk.lnu.lviv.ua/archive/16_2018/29.pdf
- Польське Радіо (2022, 13 грудня). Поляризація суспільства — умова для подальшої експансії ззовні. *Польське Радіо*.

<https://www.polskieradio.pl/398/7988/artykul/3086698,поляризація-суспільства-—умова-для-подальшої-експансії-ззовні>

ПолітХаб. (2006). Газета КПУ "Комуніст". Україна.

<https://www.chesno.org/political-ads/4188/>

Помаранчева революція. (б. д.). Національний меморіальний комплекс Героїв Небесної Сотні – Музей Революції Гідності.

<https://www.maidanmuseum.org/uk/storinka/pomarancheva-revolyuciya>

Почепцов, Г. (1999). Теорія комунікації. *Ваклер*.

Радіо Свобода. (2014, 19 серпня). Україна заборонила мовлення 14 російських каналів. *Радіо Свобода*. <https://www.radiosvoboda.org/a/26539960.html>

Революція Гідності. (б. д.). Національний меморіальний комплекс Героїв Небесної Сотні – Музей Революції Гідності.

<https://www.maidanmuseum.org/uk/storinka/revolyuciya-gidnosti>

Романюк, В. (2020) Україна в інформаційному просторі Росії та Білорусі: основні наративи / моніторинг провели Вікторія Романюк, Олена Чуранова, Могилянська школа журналістики, StopFake.org // *Інститут масової інформації*. <https://imi.org.ua/monitorings/ukrayina-v-informatsijnomu-prostori-rosiyi-ta-bilorusi-osnovni-naratyvy-i35175>

Сайко, Л. (2024, 22 листопада). 29 фільмів про Голодомор, які варто подивитися всім. *WoMo* — видання для дивовижних жінок.

<https://womo.ua/den-pamyati-zhertv-golodomoru-filmy-yaki-varto-podyvytys-usim>

Сайт Міністерства освіти та науки України. (2022, 17 лютого). МОН та МКІП анонсували всеукраїнський урок з медіаграмотності. *Сайт Міністерства освіти та науки України*. <https://mon.gov.ua/news/mon-ta-mkip-anonsuvali-vseukrainskiy-urok-z-mediagramotnosti>

<https://mon.gov.ua/news/mon-ta-mkip-anonsuvali-vseukrainskiy-urok-z-mediagramotnosti>

Снопко, О. (2023, 17 травня). ВКонтакте з окупантами: машина російської пропаганди на тимчасово окупованих територіях. *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/columns/2023/05/17/7402284/>

Соціальний рух. (2016). УРОКИ ГРУДНЯ. До річниці початку акції "Україна без Кучми". *Соціальний рух*. <https://rev.org.ua/uroki-grudnya-do-richnici-pochatku-akcii-ukraina-bez-kuchmi/>

Телебачення Торонто. (2022, 23 жовтня). РЕВОЛЮЦІЯ НА ГРАНІТІ: як українці виборювали право на Незалежність [Відео]. *YouTube*. https://www.youtube.com/watch?v=i_GSyhUJgTc

Телебачення Торонто. (2024, 24 листопада). ПОМАРАНЧЕВА РЕВОЛЮЦІЯ У ПОП-КУЛЬТУРІ: фільми, музика, меми про події 20-річної давнини. [Відео]. *YouTube*. <https://www.youtube.com/watch?v=t4XE0gPtPmY>

Тищенко, Ю. (2024, 2 травня). Дискурс ненависті: як працює російська пропаганда. *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/columns/2024/05/2/7453513/>

ТСН. (2020, 15 травня). Україна подовжила заборону російських соцмереж: що змінилося за три роки без "ВКонтакте" і "Яндексу". *ТСН.ua*. <https://tsn.ua/ukrayina/ukrayina-podovzhila-zaboronu-rosiyskih-socmerezh-scho-zminilosya-za-tri-roki-bez-vkontakte-i-yandeksu-1547058.html>

Україна Молода. (2004). «Бігморди». *Wayback Machine*. <https://web.archive.org/web/20200725001748/https://www.umoloda.kyiv.ua/number/245/115/8704/>

Українська правда. (2019, 29 липня). 4 психологічні причини, чому “ковбаса була смачніша” в СРСР. *Українська правда*. <https://www.pravda.com.ua/articles/2019/07/29/7217828/>

Центр стратегічних комунікацій. (2021). Видобування газу: між фейками і правдою газової незалежності України - Центр стратегічних комунікацій.

Центр стратегічних комунікацій. <https://spravdi.gov.ua/yuzivka-mizh-fejkamy-i-pravdoyu-gazovoyi-nezalezhnosti-ukrayiny/>

Історична правда. (2011, 21 січня). Американський агітпроп часів Другої світової (плакати). *Історична правда. Частина 1.*
<https://www.istpravda.com.ua/artefacts/2011/01/21/16996/>

ДОДАТОК А

Анкета до опитування «Дослідження ставлення до конструктивної та деструктивної пропаганди студентської молоді України».

1. Наскільки Ви впевнені, що вмієте відрізнити пропаганду в інформаційному середовищі?
 - 1.1. Повністю впевнений/впевнена
 - 1.2. Скоріше впевнений/впевнена
 - 1.3. Скоріше не впевнений/впевнена
 - 1.4. Впевнений/впевнена, що не вмію
 - 1.5. Важко відповісти
2. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як підтримка національної єдності та патріотизму.
 - 2.1. Це абсолютно негативне явище
 - 2.2. Це скоріше негативне явище
 - 2.3. Це нейтральне явище
 - 2.4. Це скоріше позитивне явище
 - 2.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 2.6. Важко відповісти
3. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як мобілізація на захист країни.
 - 3.1. Це абсолютно негативне явище
 - 3.2. Це скоріше негативне явище
 - 3.3. Це нейтральне явище
 - 3.4. Це скоріше позитивне явище
 - 3.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 3.6. Важко відповісти
4. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як підтримка пропагування здорового способу життя.

- 4.1. Це абсолютно негативне явище
 - 4.2. Це скоріше негативне явище
 - 4.3. Це нейтральне явище
 - 4.4. Це скоріше позитивне явище
 - 4.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 4.6. Важко відповісти
5. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як зміцнення соціальної згуртованості.
- 5.1. Це абсолютно негативне явище
 - 5.2. Це скоріше негативне явище
 - 5.3. Це нейтральне явище
 - 5.4. Це скоріше позитивне явище
 - 5.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 5.6. Важко відповісти
6. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як просування демократії та прав людини.
- 6.1. Це абсолютно негативне явище
 - 6.2. Це скоріше негативне явище
 - 6.3. Це нейтральне явище
 - 6.4. Це скоріше позитивне явище
 - 6.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 6.6. Важко відповісти
7. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як підтримка культурної самобутності та історичної пам'яті.
- 7.1. Це абсолютно негативне явище
 - 7.2. Це скоріше негативне явище
 - 7.3. Це нейтральне явище
 - 7.4. Це скоріше позитивне явище
 - 7.5. Це абсолютно позитивне явище

- 7.6. Важко відповісти
8. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як підбурювання до насильства та ворожнечі.
- 8.1. Це абсолютно негативне явище
 - 8.2. Це скоріше негативне явище
 - 8.3. Це нейтральне явище
 - 8.4. Це скоріше позитивне явище
 - 8.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 8.6. Важко відповісти
9. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як маніпуляція фактами та фальшиві новини.
- 9.1. Це абсолютно негативне явище
 - 9.2. Це скоріше негативне явище
 - 9.3. Це нейтральне явище
 - 9.4. Це скоріше позитивне явище
 - 9.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 9.6. Важко відповісти
10. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як підрив довіри до інститутів державної влади.
- 10.1. Це абсолютно негативне явище
 - 10.2. Це скоріше негативне явище
 - 10.3. Це нейтральне явище
 - 10.4. Це скоріше позитивне явище
 - 10.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 10.6. Важко відповісти
11. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як використання стереотипів і дискримінації.
- 11.1. Це абсолютно негативне явище
 - 11.2. Це скоріше негативне явище
 - 11.3. Це нейтральне явище

- 11.4. Це скоріше позитивне явище
 - 11.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 11.6. Важко відповісти
12. Будь ласка, оберіть варіант відповіді, який описує ваше ставлення до такого прояву пропаганди, як поляризація суспільства.
- 12.1. Це абсолютно негативне явище
 - 12.2. Це скоріше негативне явище
 - 12.3. Це нейтральне явище
 - 12.4. Це скоріше позитивне явище
 - 12.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 12.6. Важко відповісти
13. Наскільки часто відчували Ви на собі описані вище прояви пропаганди?
- 13.1. Відчуваю часто
 - 13.2. Іноді відчуваю
 - 13.3. Зовсім не відчуваю
 - 13.4. Важко відповісти
14. Як ви оцінюєте вплив соціальних мереж на поширення пропаганди?
- 14.1. Соціальні мережі значно посилюють вплив пропаганди
 - 14.2. Соціальні мережі лише швидко розповсюджують новини, але не несуть пропаганди
 - 14.3. Соціальні мережі не мають значного впливу на формування пропаганди
 - 14.4. Важко відповісти
15. Як на вашу думку, чи змінився інформаційний тиск в ЗМІ після початку повномасштабного вторгнення?
- 15.1. Тиск став більший
 - 15.2. Тиск став менший
 - 15.3. Тиск не змінився
 - 15.4. Важко відповісти

16. Скажіть, будь ласка, чи стикались Ви з інформаційними фейками, які пов'язані з російсько-українською війною?
 - 16.1. Так
 - 16.2. Ні
 - 16.3. Важко відповісти
17. Яким є Ваше ставлення до пропаганди в умовах воєнного часу?
 - 17.1. Це абсолютно негативне явище
 - 17.2. Це скоріше негативне явище
 - 17.3. Це нейтральне явище
 - 17.4. Це скоріше позитивне явище
 - 17.5. Це абсолютно позитивне явище
 - 17.6. Важко відповісти
18. Чи погоджуєтесь ви з тим, що деструктивна пропаганда може бути виправдана в умовах війни, якщо вона сприяє перемозі на полі бою?
 - 18.1. Так, це необхідний інструмент для досягнення стратегічних цілей
 - 18.2. Ні, навіть у війні важливо зберігати моральні принципи та не ставати на сторону ворога
 - 18.3. Важко відповісти
19. Як ви оцінюєте використання негативних стереотипів про росіян в українській пропаганді?
 - 19.1. Це виправдано, оскільки допомагає мобілізувати населення і підтримувати боротьбу
 - 19.2. Це неприязно і неправомірно, адже стереотипи завжди є маніпуляцією
 - 19.3. Це нейтральне вище
 - 19.4. Важко відповісти
20. Як ви оцінюєте використання негативних стереотипів про українців у російській пропаганді?
 - 20.1. Це виправдано, оскільки допомагає мобілізувати російське населення

- 20.2. Це неприязно і неправомірно, адже стереотипи завжди є маніпуляцією
 - 20.3. Це нейтральне вище
 - 20.4. Важко відповісти
21. Яким чином, на вашу думку, потрібно протидіяти деструктивній пропаганді росіян в Україні в умовах війни?
- 21.1. Підвищувати медіаграмотність серед населення
 - 21.2. Розвивати незалежні медіа, що надають об'єктивну інформацію
 - 21.3. Проводити інформаційні кампанії, спрямовані на боротьбу з фейковими новинами
 - 21.4. Призначати закони, що обмежують поширення маніпуляційної інформації
 - 21.5. Важко відповісти
22. Зазначте, будь ласка Вашу стать:
- 22.1. Жіноча
 - 22.2. Чоловіча
 - 22.3. Важко відповісти
23. Скільки років Вам вже виповнилося?
24. Оберіть, будь ласка, тип та розмір Вашого населеного пункту:
- 24.1. Село
 - 24.2. Селище міського типу
 - 24.3. Маленьке місто (до 20 тисяч мешканців)
 - 24.4. Середнє місто (20-49 тис.)
 - 24.5. Велике місто (50-499 тис.)
 - 24.6. Дуже велике місто (більше 500 тис.)
 - 24.7. Важко відповісти
25. Вкажіть будь-ласка, яка у Вас освіта?
- 25.1. Незакінчена середня
 - 25.2. Закінчена середня
 - 25.3. Незакінчена середня спеціальна

- 25.4. Закінчена середня спеціальна
- 25.5. Незакінчена вища
- 25.6. Закінчена вища
- 25.7. Маю науковий ступінь
- 25.8. Важко відповісти