

## СТРАТЕГІЇ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ РОСІЇ В РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКІЙ ВІЙНІ: ТИПОЛОГІЯ ФЕЙКІВ<sup>1</sup>

### RUSSIAN DISINFORMATION STRATEGIES IN THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR: TYPOLOGY OF FAKES

**Вовк С.О.,**

*доктор політичних наук, доцент,  
завідувач кафедри політології та правознавства  
Державного закладу «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»*

**Бадер А.В.,**

*доктор політичних наук, доцент,  
директор  
Навчально-наукового інституту історії, міжнародних відносин і соціально-політичних наук  
Державного закладу «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»*

У сучасному світі інформаційна війна стала невід'ємною складовою збройного насилля. Російсько-українська війна є прикладом, де дезінформація використовується агресором для впливу на українське суспільство з метою та здобуття стратегічної переваги. З поширенням соціальних мереж та онлайн-платформ стратегії дезінформації стали одним з інструментів формування громадської думки, а фейки стали засобом впливу на формування світогляду українських громадян, що становить пряму загрозу національній безпеці держави. Стаття розкриває різновиди фейків та їхню роль у гібридній війні, визначає типологію використовуваних стратегій та їхні наслідки для суспільства та національної безпеки. Автор використовує соціокультурний методологічний підхід та ряд наукових методів, таких як діалектичний, узагальнення, порівняльний та герменевтичний, для комплексного вивчення проблеми.

Проблема типологізації фейків полягає в тому, що фейки можуть приймати різноманітні форми і впливати на різні аспекти суспільства, інформаційного простору та політики. Типологізація фейків спрямована на класифікацію та систематизацію цих різних форм, але це завдання важке через, по-перше, їхню складність та постійну еволюцію; по-друге, фейки можуть бути спрямовані на досягнення різних цілей, таких як вплив на політичні рішення, сіяння паніки, збільшення прибутків або руйнування репутації; по-третє, деякі фейки мають обмежене поширення та призначені для впливу на окремі групи, тоді як інші можуть мати глобальний вплив; по-четверте, розвиток технологій, таких як дідфейки і синтетичний контент, ускладнює виявлення та класифікацію фейків; по-п'яте, фейки в конфліктних ситуаціях можуть відрізнятися від фейків у мирних часах, оскільки їхні мети та методи можуть змінюватися.

Тобто, проблема полягає в тому, як класифікувати та категоризувати ці різні аспекти фейків, з метою кращого їх розуміння та боротьби з ними. У типологізації важливо враховувати динаміку змін у сфері дезінформації та адаптувати класифікацію до нових реалій. Результати дослідження можуть служити основою для розробки ефективних стратегій протидії дезінформації та підвищення інформаційної безпеки в умовах сучасного інформаційного конфлікту.

**Ключові слова:** російсько-українська війна, інформаційна війна, фейк, типологія фейків.

Resume. In the modern world, information warfare has become an integral component of armed conflict. The Russian-Ukrainian war serves as an example where disinformation is employed by the aggressor to influence Ukrainian society and gain strategic advantages. With the proliferation of social media and online platforms, disinformation strategies have become tools for shaping public opinion, and fake news has become a means of influencing the worldview of Ukrainian citizens, posing a direct threat to national security. The article explores various types of fakes, their role in hybrid warfare, defines the typology of employed strategies, and examines their consequences for society and national security.

The problem of typologizing fakes lies in the fact that fakes can take diverse forms and impact various aspects of society, the information space, and politics. Typologizing fakes aims to classify and systematize these different forms, but the task is challenging due to their complexity and constant evolution. Fakes may pursue different goals, such as influencing political decisions, spreading panic, increasing profits, or damaging reputations. Some fakes have limited reach and target specific groups, while others may have a global impact. Technological advancements, such as deepfakes and synthetic content, further complicate the detection and classification of fakes. Additionally, fakes in conflict situations may differ from those in peacetime, as their goals and methods can vary.

In essence, the problem revolves around how to classify and categorize these diverse aspects of fakes for better understanding and combating them. Typologizing is crucial to consider the dynamic changes in the realm of disinformation and adapt the classification to new realities. The definition of the nature and understanding of the key characteristics of fake news are crucial elements for developing strategies to counter disinformation and enhancing the information literacy of the population in Ukraine amid Russian aggression. The analysis has revealed that fake news can take various forms depending on goals, audience, and context. Some of them are explicitly targeted at specific social groups and prove

<sup>1</sup> Публікація містить результати досліджень, проведених при грантовій підтримці Національного фонду досліджень України за проектом 2021.01/002.

to be more effective in achieving their objectives compared to others. Today, it is highly necessary to develop effective strategies to counter fake news and create tools aimed at reducing their impact on society.

The research findings can serve as a foundation for developing effective strategies to counter disinformation and enhance information security in the conditions of contemporary information conflict.

**Key words:** Russian-Ukrainian war, information war, fake, typology of fakes.

**Вступ.** У сучасному світі інформаційна війна стала невід’ємною складовою збройного насилля. Російсько-українська війна є прикладом, де дезінформація використовується агресором для впливу на українське суспільство з метою та здобуття стратегічної переваги. З поширенням соціальних мереж та онлайн-платформ стратегії дезінформації стали одним з інструментів формування громадської думки, а фейки стали засобом впливу на формування світогляду українських громадян, що становить пряму загрозу національній безпеці держави. В умовах війни Україна переживає інформаційний тиск з боку агресора, і, відповідно, розуміння типології фейків та стратегій дезінформації є критичним для протидії цим загрозам.

**Метою** даної статті є дослідження типології фейків у російсько-українській війні та їхнього впливу на національну безпеку України. Сформульована мета вимагає розв’язання цілої низки конкретних завдань, а саме: проаналізувати підходи до визначення дефініції «фейк»; встановити ознаки та особливості застосування фейку як стратегії дезінформації; виокремити критерії для побудови типології; навести типологію фейків, які застосовувалися росією.

**Методи дослідження.** Дослідники базуються на наукових працях, що стосуються цієї теми, і аналізують поточну інформаційну ситуацію в Україні. Для досягнення цілей статті використовується соціокультурний методологічний підхід та ряд наукових методів, включаючи діалектичний, узагальнення, порівняльний і герменевтичний аналіз. Ця методологія дозволяє авторам розглянути фейки як важливий феномен сучасного суспільства і зрозуміти їхню роль у гібридних конфліктах та загрозу національній безпеці. У зв’язку з цим контекстом, розвиток ефективних стратегій протидії дезінформації та розуміння їхнього впливу на національну безпеку стає важливою складовою сучасної політики та стратегій захисту.

**Виклад основного матеріалу.** Поняття «фейк» активно використовується в різних контекстах – від журналістики та інформаційних технологій до політики та науки. В залежності від галузі застосування, термін може отримувати різні відтінки значень:

– «Фейк – це підробка, фальшивка, яка розповсюджується спеціально для того, щоб дезінформувати аудиторію» [1, с. 184].

– «Фейк – це 1) подання фактів у спотвореному вигляді або подання свідомо неправдивої

інформації; 2) спосіб маніпуляції свідомістю шляхом надання неповної інформації, спотворення контексту, частини інформації з метою підштовхнути аудиторію до дій чи думок, які потрібні маніпулятору» [2].

– Фейк – це «...повністю або частково вигадана інформація про суспільні події, явища, певних осіб, яка подається у ЗМІ під виглядом справжніх журналістських матеріалів» [3].

– «Фейк» в широкому сенсі, тобто «фейк» – об’єкт, персона, подія чи засіб, який є неправдивим, підробленим або шахрайським; і – у вузькому: інформація, здебільшого новинного характеру, яка повністю або частково вигадана і яку застосовують з метою маніпуляції думками та настроями аудиторії.

– Фейк – це «неправдива, спотворена, невірогідна інформація, яка швидко поширюється та сприяє формуванню в адресата особливого сприйняття реальних або вигаданих подій» [4].

– Фейк – «підробка або імітація елементів інформаційного простору у вигляді спотвореної інформації, каналу поширення недостовірної інформації або підробної сторінки певної людини в соціальних мережах, яка створена з метою ввести в оману користувача платформи» [5].

Висвітлення цих підходів в інтродукції статті дозволяє встановити тлумачення фейка як складного та багатогранного явища, що вимагає уважного вивчення та розуміння його ознак для розробки ефективних стратегій протидії та забезпечення інформаційної безпеки.

Визначення природи та основних ознак фейку є завданням неоднозначним та багатограним, оскільки в сучасному інформаційному просторі фейки набувають різноманітних форм і виявляються в різних контекстах. Важливо розуміти, що фейк – це не просто випадкова помилка чи неправда, а спеціально створений обман, спрямований на вплив на свідомість аудиторії. Матеріали здійсненого дослідження дозволяють конкретизувати ключові властивості фейку:

1. Фейк здебільшого створюється або розповсюджується невідомим джерелом, яке не має авторитету або надійності. Відсутність ідентифікованого джерела або сумнівне походження інформації може бути попереджувальним сигналом щодо визначення статусу неправдивості.

2. Фейки містять інформацію, яка не може бути перевірена або підтверджена незалежними джерелами. Інформація може бути надто суб’єктивною або аморфною.

3. Фейки поширюються через джерела, які не мають жодного стосунку до теми або області, яку вони висвітлюють. Наприклад, важливі політичні події можуть бути коментовані непрофільними блогерами чи веб-сайтами.

4. Фейки містять висновки, твердження або статистику, які не підтверджені жодними достовірними джерелами або доказами. Зазвичай, автори фейків не надають жодних посилань на джерела. Іноді автори фейків можуть намагатися додавати непереконливі або фабриковані докази, але вони легко виявляються як недостатні або неправдоподібні.

5. Фейки мають підозрілий стиль написання, такий як використання агресивних заголовків, сенсаційних тверджень або надмірної образності. Автори намагаються спровокувати емоційну реакцію у читачів. Фейки містять суперечливі або сумнівні твердження, які можуть викликати плутанину або конфлікт думок серед читачів.

6. Фейки стрімко поширюються через соціальні мережі та інші канали масової комунікації. Швидкість поширення є підозрілою, особливо якщо інформація починає з'являтися на шпальтах великої кількості джерел одночасно.

Отже, розгляд фейків як складної та багатогранної проблеми дозволяє краще розуміти їхню сутність та визначати критерії для типології.

Складність питання типологізації фейків полягає в тому, що фейки можуть приймати різноманітні форми і впливати на різні аспекти суспільства, інформаційного простору та політики. Типологізація фейків спрямована на класифікацію та систематизацію цих різних форм, але це завдання важке через, по-перше, їхню складність та постійну еволюцію; по-друге, фейки можуть бути спрямовані на досягнення різних цілей, таких як вплив на політичні рішення, сіяння паніки, збільшення прибутків або руйнування репутації; по-третє, деякі фейки мають обмежене поширення та призначені для впливу на окремі групи, тоді як інші можуть мати глобальний вплив; по-четверте, розвиток технологій, таких як дідфейки і синтетичний контент, ускладнює виявлення та класифікацію фейків; по-п'яте, фейки в конфліктних ситуаціях можуть відрізнятися від фейків у мирних часах, оскільки їхні мети та методи можуть змінюватися.

Тобто, проблема полягає в тому, як класифікувати та категоризувати ці різні аспекти фейків, з метою кращого їх розуміння та боротьби з ними. У типологізації важливо враховувати динаміку змін у сфері дезінформації та адаптувати класифікацію до нових реалій.

Зібраний і проаналізований фактичний матеріал дозволяє проілюструвати в залежності від виокремлених критеріїв наступну типологію фейків:

I. За тематикою.

1. Фейки, пов'язані з подіями на фронті, бойовими діями та втратами. Так, російські телеграм канали регулярно поширюють «документи», які нібито містять відомості про втрати ЗСУ або за певний термін російсько-української війни або під час певних бойових операцій (звільнення Херсону, оборона Бахмуту, контрнаступу на запорізькому напрямі). Як правило, такі документи містять помилки, які не притаманні правилам ділової української мови та офіційного документообігу, містять русизми.

2. Фейки, спрямовані на вплив на політичний процес, вибори, політичні рішення та лідерів. Після того, як Росія вторглася в Україну, російські пропагандисти почали розповсюджувати неправдиву інформацію, яка стверджувала, що президент Володимир Зеленський втік за кордон. Проте сам Володимир Зеленський спростував цю чутку, зробивши відеозапис зі свого робочого кабінету в Банковій, щоб показати, що він залишається в Україні.

3. Фейки, пов'язані з гуманітарними кризами, гуманітарною допомогою та правами людини. У мережі поширювали інформацію, нібито у звіті Верховного комісара ООН з прав людини визнали, що Україна більше не є правовою державою [11]. Автори стверджують, що за підтримки української влади систематично відбуваються викрадення та арешти без суду, а затриманих громадян піддають тортурам [7].

У рамках цього нарративу пропагандисти писали, нібито ЗСУ навмисно підривають критичну інфраструктуру на території Донбасу, аби створити гуманітарну катастрофу [8]. Або що влада не проводить евакуацію населення, а в Україні назріває гуманітарна катастрофа. Проросійські та російські медіа поширювали маніпулятивні заяви про тотальне розкрадання гуманітарної допомоги, її подробиць та продаж у магазинах. У проросійських телеграм-каналах писали, що начебто Польща передала Україні у складі гуманітарної допомоги партію печива, інгредієнти якого викликають рак.

4. Фейки, спрямовані на вплив на стосунки з іншими країнами та міжнародними організаціями. Прикладом такої інформаційної фальсифікації стало повідомлення, що криза в Європі почалася через Україну. Ключова мета згаданого нарративу – показати, що кризу спричинили дії саме Заходу, тому нести відповідальність за «необдумані санкції» мають ЄС і США.

Наступна ілюзія правдивості створена, щоб нашкодити відносинам України та Польщі. Російські пропагандисти поширили фейк про те, що «західні області України перейдуть під протекторат Польщі» [6].

5. Фейки, що використовують культурні аспекти та ідентичності, включаючи мову, історію

та релігію. В першу чергу, це спотворення історії, як от хибні тези, немов «Україна – це колиська давньоруської державності» чи «історична частина росії». Крім цього, російські телеграм-канали постійно маніпулюють на темі спільної історії України та Польщі, розповідаючи про «геноцид, влаштований українськими націоналістами на Волині».

Досить поширеним різновидом цієї групи фейків є маніпуляція на ґрунті релігійних відносин. Так, наприкінці 2022 р. російські пропагандисти почали розповсюджувати фейк про те, що парафіянам Української православної церкви московського патріархату нібито доведеться «перехрещуватися» в Православній церкві України [6].

## II. За «першеджерелом».

1. Фейки, поширювані через російські ЗМІ та інформаційні агентства. Єдиний спосіб для росіян отримувати інформацію – це дозволені державою ЗМІ, які за мету обрали посягти брехню та ворожечу: НТВ, інформагентство «Антифашист», RT, газета «Комсомольская правда», російське інформагентство «ФАН», телекомпанія «Россия», журнал «Русское слово», РЕН ТВ, «Лента.ру», телеканал «Царьград», МІА «Россия сегодня», «Интерфакс», інформагентство «Главные новости», МІЦ «Известия», телеканал «Звезда», сетевое издание Wargonzo, газета «Вечерняя Москва», Общество друзей Юманите, Anna News тощо.

2. Фейки, які отримують поширення через публікації та репости в соціальних мережах. Платформи соціальних мереж, які часто відвідують росіяни, такі як ВКонтакте і Telegram, засновані мільярдером П. Дуровим. Ці меседжери переповнені російською державною пропагандою та дезінформацією.

3. Фейки, що виникають в офіційних заявах російських політиків та військових. Ще до повномасштабного вторгнення росія активно поширювала фейки про «американські біологічні лабораторії» в Україні. А восени 2002 р. російський міністр оборони С. Шойгу заявив, що Україна нібито готує на своїй території провокації із застосуванням «брудної бомби» [6]. Російські інформаційні канали поширювали заяву секретаря радбезу рф м. патрушева, начебто «в Україні одразу після кривавого держперевороту в 2014 році почала діяти мережа з продажу дітей за кордон. Те, що до неї залучили керівників великих українських клінік, може свідчити про продаж дітей на органи».

4. Фейки, що створюються начебто експертами.

Російські телеграм-канали та медіа поширюють слова ексаналітика ЦРУ Ларрі Джонсона, які він сказав у інтерв'ю для ютуб-каналу «Judging Freedom». Джонсон заявив, що українська ППО знищена, російські літаки вільно літають над територією України, а інформація про збиття російських ракет – неправда.

5. Фейки, які можуть бути поширені анонімними користувачами та групами. Так, в групах деяких телеграм каналів з метою збільшення аудиторії поширюють дезінформацію, нібито через спалах гепатиту А у всіх областях України запроваджено карантинні обмеження. Також повідомляють, що у 16 областях України буде встановлено карантинні блокування.

## III. За метою та наслідками.

1. Фейки, створені російськими діячами, використовуються для маніпуляції громадською думкою в Україні. З метою впливу на погляди і настрої громадян, для створення підґрунтя для розмежування суспільства та збуренню громадянського суспільства. Так, у проросійському інфопросторі досить часто розгортається чергова хвиля дезінформації із загальним наративом – «Україна під тиском Заходу готова до російських умов миру». Зеленський навмисне затягує війну, бо розуміє, що не зможе виграти на виборах. Тому його мета – зменшити кількість потенційних виборців, вбивши якомога більше українців на війні. Російські телеграм-канали поширюють результати опитування, за яким 30% українців готові на все заради миру. Це нібито підтверджує, що українці вимагають капітуляції.

2. Фейки, спрямовані, на знищення довіри до інформації або джерела. Маніпуляція псевдоінформацією відбувається під логотипами всесвітньо відомих ЗМІ, використовується їх авторитет. Наприклад, фальшиве відео ракетного обстрілу Краматорську від ВВС, коли стверджувалося, що ракету випустили українські війська по власному народові або дописи у соцмережах «від CCN».

3. Фейки, спрямовані на посилення внутрішніх конфліктів в українському суспільстві, з метою створити або підвищити рівень напруги та розбіжностей серед різних соціальних та політичних груп, підірвати національну єдність. Так, росія розпочала кампанію з дезінформації щодо ВПО. Мета цієї кампанії – показати, що життя ВПО потенційно гірше, ніж життя на так званих «звільнених територіях». А отже, покидати тимчасово окуповані території або втікати від війни – гірше, ніж дочекатися приходу окупаційної влади [9].

4. Фейки, що використовуються для створення конспірологічних теорій та змов, що можуть слугувати інтересам росії в Україні. Так, різні конспірологічні теорії про біолабораторії США часто висвітлюють у тижневих звітах за результатами моніторингу російської пропаганди й дезінформації про війн. Це один з найулюбленіших фейків пропагандистів.

Окремі телеграм канали поширювали різноманітні версії кримінальної змови, що призвела до авіакатастрофи у Броварах. Вони заперечували версію про нещасний випадок.

5. Фейки, що несуть загрозу економічній безпеці, мають на меті негативний вплив на економічну стабільність, створюючи підґрунтя для паніки на фінансових ринках та зменшення інвестицій.

Голова Асоціації українських банків А. Дубас констатував, що вітчизняні банки вже тривалий час зазнають інформаційних атак від країни-агресора. «Метою ініціаторів інформаційних диверсій є паніка. Хвили фейків та бруду про українські банки – це диверсія, бо жоден український банк зараз не має статусу проблемного» [10]. Проросійський TG-канал «Резидент» написав: «Кінець безмежної фінансової допомоги Україні може спровокувати дефолт і обвал усіх фінансових інститутів країни, а також знецінення гривні – залежність від допомоги набула незворотного характеру».

6. Фейки, що використовуються для дестабілізації фронтних ліній та створення невирішених ситуацій на воєнних ділянках, що має на меті чинити прямий військовий вплив на національну безпеку України. Так, у мережі досить часто поширювали уривки з програми американського журналіста Клейтона Морріса, де він заявляє про 10 тис. українських військових, які здалися у полон з середини літа 2023 року під час контрнаступу ЗСУ. Російські телеграм-канали та медіа опублікували фото нібито наказу командира 123-ї бригади ТрО про створення мобільних крематоріїв. Причиною такого розпорядження в «документі» вказана велика кількість втрат зі сторони України та переповнені морги.

7. Фейки, що спрямовані на збурення інформаційної ситуації та зміни управлінських рішень в Україні з метою створення загрози інформаційній безпеці країни. Ворожі медіа поширюють фейки, нібито в Україні визнали ефективність російських кібератак. Заявляється, що заступник голови Держслужби спецзв'язку та захисту інформації України Жора заявив про ефективність ворожих кібератак у матеріалі Politico. Джерело, на яку посилаються – стаття «Київ стверджує, що російські кібератаки є військовими злочинами».

IV. За механізмами стратегій (за матеріалами сайту Центру протидії дезінформації [12]).

1. Фейки, створені за допомогою стратегій («заговорювання, «буденна розповідь»), спрямованих на створення втоми та втрати інтересу у населенні.

Не маючи можливості приховати відео, викладені у соцмережах, пропагандисти рф використовують метод «заговорювання» населення щодо вибухів на Новофедорівському аеродромі в окупованому Криму. Основною версією вибухів «призначають» порушення правил протипожежної безпеки, другорядною – диверсію з безпілотною.

2. Фейки, створені за допомогою стратегій маніпулювання часовими параметрами («ефект первинності», «удар на випередження»).

У соцмережах поширюється відео з військовим підрозділом сил ТрО, що нібито був перекинутий із Закарпаття до Харківської області. Через відсутність військової підготовки та зброї, окрім декількох автоматів, військові просять керівництво країни врятувати їх від неминучого знищення ворогом.

3. Фейки, створені за допомогою стратегій маніпулювання сприйняттям та асоціаціями («обхід з флангу», «створення проблеми»).

В публічних зведеннях МО рф вказує «точні адреси» місць дислокації підрозділів ЗСУ, «які розміщуються в небезпечній близькості до цивільних об'єктів» на кшталт: «у Дніпрі на територіях школи №129 (вул. Космонавтів) розміщено підрозділи національних військових формувань та артилерію, при цьому евакуація мешканців будинків не проводилася».

4. Фейки, створені за допомогою психологічного впливу («керований коментар», «ефект ореолу», «відволікання уваги»).

Трагедія у Вінниці супроводжувалася керованими коментарями з великою кількістю різних аргументів, що схиляли читача до думки, що це справді був «обстріл військового об'єкту, де ЗСУ зберігало боєприпаси».

5. Фейки, створені за допомогою стратегій спільного переконання («маніпулювання опитуванням громадської думки», «зараження або стадний інстинкт»).

Російські телеграм-канали поширюють результати опитування, за яким 30% українців готові на все заради миру. Це нібито підтверджує, що українці вимагають капітуляції. Насправді російська пропаганда зманіпулювала даними. 28 липня 2023 року Фонд «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва справді опублікував аналітичний звіт за підсумками опитування «Війна, мир, перемога, майбутнє». Проводили дослідження спільно з «Центром політичної соціології» та у співпраці з Громадянською мережею «ОПОРА». У звіті вказано, що «якнайшвидшого завершення війни за будь-яких умов бажає 30% українців, проте дійсно готові піти на хоч якісь поступки заради швидкого закінчення війни лише 8% респондентів». Тобто, українці не готові до капітуляції, а бажають швидшого настання миру. До того ж лише меншість готова піти на поступки заради швидшого закінчення війни.

У Facebook масово тегають публічні сторінки або надсилають користувачам спам-повідомлення з текстом: «Подивіться, хто загинув у ДТП, я думаю, ви його знаєте, так шкода...».

6. Фейки, створені за допомогою стратегій паралельності та підміни понять («дублювання акаунтів», «підміна понять»).

Вислів путіна, що зростання рівня ВВП – це зростання рівня економіки, а отже – і рівня життя.

Будь-який економіст знає, що зростання рівня ВВП не тотожне зростанню рівня економіки – це одна з його складових. Зростання рівня ВВП не пов'язане зі зростанням рівня життя. Тому в цьому прикладі бачимо подвійну підміну понять. Але пересічний громадянин рф, слухаючи виступ путіна про збільшення рівня ВВП, уявлятиме лише своє краще життя. Хоча, як вже зрозуміло, одне зовсім не означає інше. Цю технологію часто використовують пропагандисти рф, зокрема вживаючи замість терміну «війна» – термін «спецоперація», не «вибухи», а «хлопки» тощо.

#### V. За формою подання.

1. Фотофейк, коли відбувається маніпуляція зображенням, яка спрямована на створення враження про події чи ситуації, які фактично не мали місця або виглядали інакше в реальності. Створення фотофейку відбувається різним шляхом, як от: підробка зображення; ілюстрація вигаданих сценаріїв, які ілюструють події, що не мали місця; псевдоавтентичності, інтегруючись у традиційні або популярні засоби інформації.

Російські телеграм-канали та медіа публікують фото листівки з логотипом українського МЗС та надписом «Як сплатити за студентські борги? Вступай до Інтернаціонального легіону для захисту України!» («How to pay off your student loans? Join the International legion for the defence of Ukraine»). Пропагандисти заявляють, що оголошення розмістили для вербування найманців серед американських студентів. Центри вербування на війну нібито розташовані при українських посольствах та консульствах у десятках країн світу.

2. Відеофейк, маніпуляція відеозаписом з метою створення враження, що події, показані на відео, відбулися або виглядають інакше, ніж це було насправді. Це може включати вставку нових об'єктів, зміну існуючих, ретушування кадрів або навіть створення віртуальних сцен, які не існували в реальності. Окрім відображення вигаданих образів, відеофейки часто супроводжуються маніпуляцією звуку, такою як додавання аудіокоментарів, звукових ефектів або навіть зміна мовлення персонажів. Сучасні алгоритми глибокого навчання можуть використовуватися для створення відеофейків, де обличчя та рухи персонажів можуть бути інтегровані в реальний відеоконтент. Велика увага приділяється тому, щоб відеофейк виглядав якнайбільш реалістично, щоб обманути спостерігача та зробити його сумнівним щодо його автентичності.

Так, у соціальних мережах поширювали відео, де нібито мережа «NOVUS» продає партію енергетиків «Ukie», яка призначалася для військових.

3. Аудіофейк, маніпуляція аудіозаписом з метою створення враження, що звуковий контент відтворює реальні події чи висловлює реальні думки, які не існували в реальності. Це може включати

додавання, вилучення чи зміну аудіофрагментів, які створюють враження реальної події чи висловлення. Або відбувається застосування: технологій, які імітують голос певної особи чи створюють аудіозапис із зміненим тембром чи інтонацією; фільтрів, ефектів та інших аудіоінструментів для досягнення певного звучання, яке може обманути слухача.

На початку повно масштабного вторгнення було запущено фейк про те, що голова Миколаївської обласної адміністрації В. Кім звертається до мешканців області з тим, що необхідно здатися.

#### VI. За адресатом.

Фейки, спрямовані на певну аудиторію, з метою впливу на певну групу людей (пенсіонерів, студентів) або сприйняття певних ідей чи думок окремими категоріями громадян (військовозобов'язаними, ВПО, мешканцями тимчасово окупованих територій, мешканцями так званої «сірої зони»). Фейк може бути створений таким чином, щоб виглядати настільки, ніби він спеціально адресований конкретній групі або її інтересам, та може включати в себе використання мови, символів або тем, які вже знайомі та прийнятні для цієї аудиторії. Головна мета таких фейків викликати певні емоції у цільовій аудиторії, щоб викликати конкретну реакцію на певну ситуацію. Як правило використовуються загальновідомі стереотипи або перекирчуються факти так, щоб вони відповідали певному уявленню цільової аудиторії.

Так, у мережі поширювали інформацію, що до Верховної Ради внесли законопроект № 9480, який обмежить виїзд українських підлітків віком від 16 до 18 років за кордон. Автори підкреслювали ніби це роблять, щоб відправити підлітків на фронт та повідомляли, мовляв, в Україні дедалі частіше не випускають за кордон 17-річних юнаків, вимагаючи в них документи з територіальних центрів комплектації (ТЦК).

У мережі поширювали фото листа від нібито компанії «Коменерго-Тернопіль 1», у якому йдеться про те, що у разі неявки до Тернопільського територіального центру комплектування (ТЦК) до зазначеної дати адресату вимкнуть водопостачання та газопостачання у квартирі згідно із законом «Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію».

**Висновки.** Визначення природи та розуміння основних ознак фейку є ключовим елементом для розвитку стратегій протидії дезінформації та підвищення інформаційної грамотності населення України в умовах російської агресії. Аналіз показав, що фейки можуть приймати різноманітні форми залежно від цілей, аудиторії та контексту. Деякі з них мають явно виражену спрямованість на конкретні соціальні групи, виявляються більш ефективними в досягненні своєї мети в порівнянні

з іншими. На сьогодні є вкрай необхідним розвиток ефективних стратегій для протидії фейкам та формування інструментів, спрямованих на зменшення їхнього впливу на суспільство. Результати

дослідження можуть служити основою для розробки ефективних стратегій протидії дезінформації та підвищення інформаційної безпеки в умовах сучасного інформаційного конфлікту.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Мудра І. Поняття «фейк» та його види у ЗМІ. *Теле- та радіожурналістика*. 2016. Випуск 15. С. 184–189.
2. Як визначити та зловити фейк. URL: <https://imi.org.ua/advices/yak-vyznachyty-ta-zlovyty-fejk-i2388>.
3. Кіца М. Фейкова інформація в українських соціальних медіа: поняття, види вплив на аудиторію. *Наукові записки. Соціальні комунікації*. 2016. № 1(52). URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-52/36.pdf>
4. Вовк М. Фейки як загроза національній безпеці в умовах гібридної війни. *Філософські та методологічні проблеми права*. 2022. № 2 (24). URL: [https://philosophy.naiu.kiev.ua/index.php/philosophy/article/download/1517/1511/?\\_\\_cf\\_chl\\_tk=uWkA8rzlhCwK2\\_9VD4LGD4CkF2wmWq.ebGIDNmOaeMs-1699346350-0-gaNycGzNDIA](https://philosophy.naiu.kiev.ua/index.php/philosophy/article/download/1517/1511/?__cf_chl_tk=uWkA8rzlhCwK2_9VD4LGD4CkF2wmWq.ebGIDNmOaeMs-1699346350-0-gaNycGzNDIA).
5. Посібник з протидії дезінформації розроблено працівниками Центру протидії дезінформації робочого органу Ради національної безпеки і оборони України за підтримки Консультативної місії Європейського Союзу в Україні. URL: <https://cpd.gov.ua/announcement/posibnyk-z-protydiyi-dezinformacziyi/>.
6. Слово і діло. Аналітичний портал. Топ абсурдних російських фейків про Україну за час повномасштабної війни. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2023/05/12/infografika/bezpeka/top-absurdnyh-rosijskyh-fejkiv-pro-ukrayinu-chas-povnomasshtabnoyi-vijny>
7. Команда «Вокс Україна. Аналітика. Суспільство. Огляд провокацій та дезінформацій рф. Частина 1. URL: <https://voxukraine.org/oglyad-provokatsij-ta-dezinformatsiyi-rf>.
8. Толуб Н. Гідра брехні та пропаганди. URL: <https://thepage.ua/ua/politics/fejki-ta-propaganda-rosiyi-proti-ukrayini-narativi-ta-kanali-prosuvannya>.
9. Терзі Т. Розвінчуємо фейки: чому тема переселенців в Україні у фокусі російської дезінформації. URL: <https://mahala.com.ua/viyna/rozvinchuyemo-fejky-chomu-tema-pereselentsiv-v-ukrayini-u-fokusi-rosiyskoyi-dezinformatsiyi/>.
10. Дубас А. Жоден український банк не має статус проблемного. LB.UA. URL: [https://lb.ua/economics/2022/07/23/524074\\_hvili\\_feykiv\\_brudu\\_pro\\_ukrainski.html/](https://lb.ua/economics/2022/07/23/524074_hvili_feykiv_brudu_pro_ukrainski.html/).
11. За рік зафіксували майже 1900 фейкових новин і постів щодо здоров'я українців. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-health/3740219-za-rik-zafiksuvali-majze-1-900-fejkovih-novin-i-postiv-sodo-zdorova-ukrainsiv.html>.
12. Центр протидії дезінформації. URL: <https://cpd.gov.ua/#>.