



Період дослідження: 24 лютого 2022 – 31 серпня 2023

# СТРАТЕГІЇ ПОШИРЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ І ДЕЗІНФОРМАЦІЇ

Підготовлено ГО «CAT-UA: Communication Analysis Team – Ukraine»

Виконано на замовлення CRDF Global

- ✓ ОХОПЛЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ПОСТРАЖДАЛО ВІД ОБМЕЖЕНЬ, ЗАПРОВАДЖЕНИХ ЗАХІДНИМИ ПЛАТФОРМАМИ.
- ✓ ІСНУЄ ГРАДАЦІЯ МЕРЕЖ ПОШИРЕННЯ ПРОПАГАНДИ: ВІД БІЛЬШОГО ОХОПЛЕННЯ ДО ВІДВЕРТІШОЇ БРЕХНІ.
- ✓ ТЕМИ ПРОПАГАНДИ ЗМІНЮЮТЬСЯ РАЗОМ З РОСІЙСЬКИМ СТРАТЕГІЧНИМ НАРАТИВОМ.
- ✓ У КИРИЛІЧНОМУ СЕГМЕНТІ НАЙБІЛЬШЕ ОХОПЛЕННЯ БУДЬ-ЯКІ РОСІЙСЬКІ КАМПАНІЇ МАЮТЬ ВСЕРЕДИНІ РФ.
- ✓ ЗАХІДНІ СПІКЕРИ В КИРИЛІЧНОМУ СЕГМЕНТІ Є ЛИШЕ ДОПОМІЖНИМ ПРИЙОМОМ.
- ✓ ПРОПАГАНДА ПОБУДОВАНА БІЛЬШОЮ МІРОЮ НА НЕГАТИВНИХ ЕМОЦІЯХ.
- ✓ ЗМІШУВАННЯ ПРАВДИ І БРЕХНІ: ПРИЙОМ НЕ ВТРАЧАЄ АКТУАЛЬНОСТІ.
- ✓ ІМОВІРНО, ІСНУЄ СТРУКТУРА, ЯКА ПЛАНУЄ РОСІЙСЬКІ КАМПАНІЇ ОДНОЧАСНО В РІЗНИХ КРАЇНАХ, ПІДБИРАЮЧИ ДЛЯ КОЖНОЇ СПЕЦИФІЧНІ АРГУМЕНТИ.
- ✓ КЛЮЧОВИЙ СПОСІБ МАСОВОГО ПОШИРЕННЯ ОДНАКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ – РЕПОСТИ, РОЛЬ КОМЕНТАРІВ ЗНИЗИЛАСЯ ЧЕРЕЗ ПОЛІТИКУ ЗАХІДНИХ ПЛАТФОРМ.
- ✓ «СТАТЬ» БОТІВ РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА ДОБИРАЄ ЗАЗВИЧАЙ ВІДПОВІДНО ДО ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ.

## HIGHLIGHTS (ПРОДОВЖЕННЯ)

- ✓ БОТІВ ЗАЗВИЧАЙ ВИКОРИСТОВУЮТЬ У ТИХ САМИХ КРАЇНАХ, ДЕ ЗАДІЮЮТЬ ЛІДЕРІВ ДУМОК. АЛЕ ЧАСТИНА КАМПАНІЙ ІДЕ ВЗАГАЛІ МАЙЖЕ БЕЗ БОТІВ.
- ✓ РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА МАЄ ДЕКІЛЬКА КАНАЛІВ ВПЛИВУ НА УКРАЇНУ, ОДНАК ЇХНЯ ЕФЕКТИВНІСТЬ ОБМЕЖЕНА.
- ✓ ЧАСОМ УЖЕ РОЗКРУЧЕНИЙ МЕСЕДЖ СТАЄ САМОДОСТАТНІМ, І ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ДЛЯ ІНШИХ ПОТРЕБ.

### ТИПОВІ СТРАТЕГІЇ:

- ✓ АВРАЛЬНА РЕАКЦІЯ НА КРИЗУ ВКЛЮЧАЄ СТВОРЕННЯ ХАОСУ.
- ✓ ЯКЩО Є МОЖЛИВІСТЬ ДОБРЕ ВСЕ ПІДГОТУВАТИ, КОРИСТУЮТЬСЯ КОНСЕРВАТИВНІШИМИ КАМПАНІЯМИ.
- ✓ ДЕЯКІ «УЛЮБЛЕНІ» ТЕМИ РОСПРОПАГАНДИ ДАЮТЬ ІНФОПРИВОДИ ДЛЯ ЧИСЛЕННИХ ОКРЕМИХ, ДУЖЕ РІЗНОМАНІТНИХ КАМПАНІЙ.

- ✓ ТОП-СПІКЕРИ ЗАЛУЧАЮТЬСЯ ЛИШЕ ДО НАЙВАЖЛИВІШИХ КАМПАНІЙ, І, ЯК ПРАВИЛО, З ДОСТАТНІМИ ДОКАЗАМИ.
- ✓ МІЖНАРОДНІ КАМПАНІЇ СТАЮТЬ УСПІШНИМИ ЧАСТІШЕ КОЛИ Є ЗАЯВИ ПОВАЖНИХ ІНСТИТУЦІЙ І СПІКЕРІВ, ХОЧА Б ФЕЙКОВІ.

<b>Мета і методика дослідження</b>	<b>5</b>	<b>4. Тема знищення західної зброї в Україні</b>	<b>89</b>
<b>Порівняння тем: загальний огляд</b>	<b>7</b>	4.1. Найпопулярніші пости	91
<b>Порівняння тем: найпопулярніші дописи</b>	<b>8</b>	4.2. Вірусні пости і бот-атаки	102
<b>Порівняння тем: Вірусні пости і бот-атаки</b>	<b>15</b>	<b>5. Тема перепродажу зброї, наданої Україні</b>	<b>112</b>
<b>1. Заперечення злочинів росіян у Бучі</b>	<b>19</b>	5.1. Найпопулярніші пости	114
1.1. Найпопулярніші дописи	21	5.2. Вірусні пости і бот-атаки	125
1.2. Вірусні пости і бот-атаки	33	<b>6. Тема хвороби Володимира Зеленського</b>	<b>136</b>
<b>2. Негатив про біженців та ВПО з України</b>	<b>44</b>	6.1. Найпопулярніші пости	138
2.1. Найпопулярніші пости	46	6.2. Вірусні пости і бот-атаки	150
2.2. Вірусні пости і бот-атаки	58	<b>Висновки</b>	<b>160</b>
<b>3. Фейки про продаж українських дітей</b>	<b>68</b>		
3.1. Найпопулярніші пости	70		
3.2. Вірусні пости і бот-атаки	80		

# МЕТА І ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

**Мета дослідження** – розкрити стратегії, за допомогою яких проросійські пропагандисти здійснюють свій інформаційний вплив, зокрема і на українських громадян за посередництва медіа, соціальних мереж та месенджерів. За допомогою аналізу шести кейсів російської пропаганди ми з'ясуємо:

- Як пропагандисти підбирають **меседжі** для пропагандистських кампаній.
- Яким є підхід для організації **інформаційних приводів** у рамках кампаній.
- Як добираються **ключові автори**, що поширюють пропагандистські меседжі.
- Яка увага приділяється **аргументації**.
- Наскільки велика роль **ботів** у поширенні пропагандистських тем.
- Яку роль відіграють **емоції** при поширенні пропагандистського контенту.
- Які **акаунти** найчастіша задіяні у пропагандистських кампаніях.

**Вибірка кейсів.** Для проведення дослідження було обрано теми, що просувалися російською пропагандою у темі війни в Україні, на основі нашого попереднього дослідження про [дискурс фейків та фактчекінгу в Україні](#). Серед усіх згаданих тем було обрано шість шляхом квотування за кількома параметрами: тематикою кампанії, її обсягом та спрямованістю.

У результаті було відібрано **6** тем:

- Заперечення злочинів росіян у Бучі (військово-гуманітарна, масштабна, спрямована на всі аудиторії);
- Дегуманізація українських біженців та внутрішньо-переміщених осіб (гуманітарна, масштабна, перш за все спрямована на російську та західну аудиторії).
- Продаж українських дітей педофілам і трансплантологам (гуманітарна, порівняно невелика, спрямована на російську та українську аудиторії).
- Знищення західної зброї в Україні (військова, середнього розміру, спрямована на всі аудиторії).
- Перепродаж українцями зброї, яка надходить від союзників (політично-військова, середнього розміру, орієнтована на всі аудиторії).

- Хвороба Президента України Володимира Зеленського (політична, середнього розміру, орієнтована на російську та українську аудиторії).

За допомогою запитів, що містили ключові слова-маркери кожної з цих тем, у моніторинговій системі YouScan було зібрано всі публікації, що були оприлюднені в публічному доступі на платформах Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Telegram, V Kontakte, TikTok. До уваги бралися пости, коментарі і репости українською і російською мовами. Сумарно ці масиви містили 8,2 мільйона повідомлень.

На основі цих даних для кожної теми було сформовано по дві **вибірки публікацій**:

1. Публікації, які мали найбільше охоплення аудиторії. Найчастіше, написані відомими блогерами, політиками або сторінками медіа.
2. Публікації, які повторювалися з незмінним текстом, а отже, були результатом або бот-атак, або вірусного поширення публікацій.

Перша із цих вибірок формувалася таким чином: аналітику вручну обробляв тисячу повідомлень з найвищим охопленням, відкидаючи нерелевантні (такі, що не стосуються теми або не розділяють проросійської позиції). Якщо в результаті було отримано 400 і більше релевантних дописів, цим

кодування обмежувалося. Якщо ж ні, то кодувалися наступні за охопленням дописи, аж поки не було отримано 400 релевантних.

Друга вибірка формувалася за таким принципом: за допомогою спеціально складеної програми обиралися тексти, які в незмінному вигляді повторювалися найбільшу кількість разів. Аналітик кодував отриманий масив, починаючи з тих текстів, які повторювалися найбільшу кількість разів, аж поки не отримував 250 релевантних текстів.

Окрім визначення релевантності, **ручне кодування даних** проводилося з визначенням таких категорій:

- Спікерів, яких цитували автори публікацій;
- Меседжі, які просували пропагандистські дописи;
- Аргументи, якими автори публікацій обґрунтовували меседжі пропаганди;
- Інфоприводи, які спричиняли появу дописів;
- Емоції, які висловлюють автори публікацій.

Після того проводилася статистична обробка проведених масивів, побудова діаграм та якісний дискурс-аналіз.

ПОРІВНЯННЯ ТЕМ.  
ЗАГАЛЬНИЙ ОГЛЯД УСІХ ТЕМ

ПОРІВНЯННЯ ТЕМ.  
НАЙПОПУЛЯРНІШІ ДОПИСИ  
(ПЕРЕВАЖНО ЛІДЕРИ ДУМОК  
ТА ВІДОМІ МЕДІА)



## ЗАГАЛЬНЕ ОХОПЛЕННЯ ТЕМ

Перевагу в охопленні темі **біженців з України** забезпечують численні відеоматеріали YouTube-каналів з мільйонами переглядів, пік їхньої уваги припав на перший місяць повномасштабної війни (далі, ймовірно, на тлі «звикання» до теми, ажіотаж спав). До теми підключаються як провладні (**Россия 24, Соловьёв LIVE – поки їх не заблокували там**), так і опозиційні (**Телеканал Дождь, Редакция**) ресурси. Тема біженства швидше скидається не на точкову інфоатаку (чи серію таких атак), а на один із провідних наративів війни, присвячений новому досвіду: люди тікають за кордон, їхня поведінка може контрастувати з поведінкою місцевих, вони складно адаптуються до нового середовища, про них не піклуються. Роспропаганда розповідає свою версію його наративу.

Тема **контрабанди зброї** була у фокусі уваги проросійських проросійських телеграм-каналів в Україні (**Резидент, Легитимный** – разом 20 млн контактів з аудиторією, або 1/7 від усього охоплення), що стабільно мали багато переглядів (у середньому по 500 тисяч). Популярні блогери на YouTube (**БесогонTV, Ю.Швец, Е.Мисливец, М.Дульський**) продукували різні аналітичні міркування – про корупцію в українській владі, зростання напруженості у відносинах із союзниками через це.

До теми **Бучі** був один масований сплеск уваги топ-пропагандистів (В.Соловйов, А.Коц, Ю.Подолька, М.Онуфрієнко тощо; спікер А.Боке), підкріплений репостами в численних чатах та інших телеграм-каналах, який здобув левову частку охоплення. Йому передувало більш хаотичне поширення меседжів через провоєнні телеграм-канали, з не меншою інтенсивністю, але з набагато меншим охопленням.

Аудиторію в пропагандистському кейсі **знищення західної техніки** (HIMARS, Patriot) забезпечили синхронно різні російські топові новинні телеграм-канали та «воєнкори» (**РИА Новости, Readovka, Colonelcassad, Воєнкор Котенок** тощо; навіть сторінки опозиційних видань на кшталт **Медуза**).

Ресурси «другого ешелону» (**Украина.ру, Александр Семченко, Осташко! Важное, МРІЯ**) з меншим сумарним охопленням поширювали меседжі про проблему **педофільії та чорної трансплантології**, породжену війною в Україні (або таку, що навіть існувала задовго до війни у великих масштабах).

Кейс **хвороби В.Зеленського** розкручувався частіше маргінальнішими авторами чи неприхованими пропагандистами (**Царьград ТВ, ЧП Донецк Z** тощо) з порівняно нижчим охопленням, деколи – з підключенням російських тарологів, ворожок абощо (паралельно меседжі щодо хвороби Зеленського поширювали й через позірних експертів). Час від часу були залучені топові автори (**Легитимный, Тамир Шейх** тощо) – як-от під час інформування про В.Зеленського в реанімації (липень 2022, хакерська атака на радіостанції).

**Найбільші показники охоплення мають теми, до поширення яких долучилися акаунти російських державних ТОП-пропагандистів на початку війни. Дещо менше охоплення залучає спільнота російських мілітарі-блогерів. Проросійські телеграм-канали в Україні отримують значне охоплення перш за все завдяки постійним повторам меседжів. Нарешті, найменше охоплення – у пропагандистів, через яких зливаються відверті фейки. Аудиторія YouTube сильно скоротилася після корекції його політики, і з тих пір комунікація більше зосередилася в Telegram**

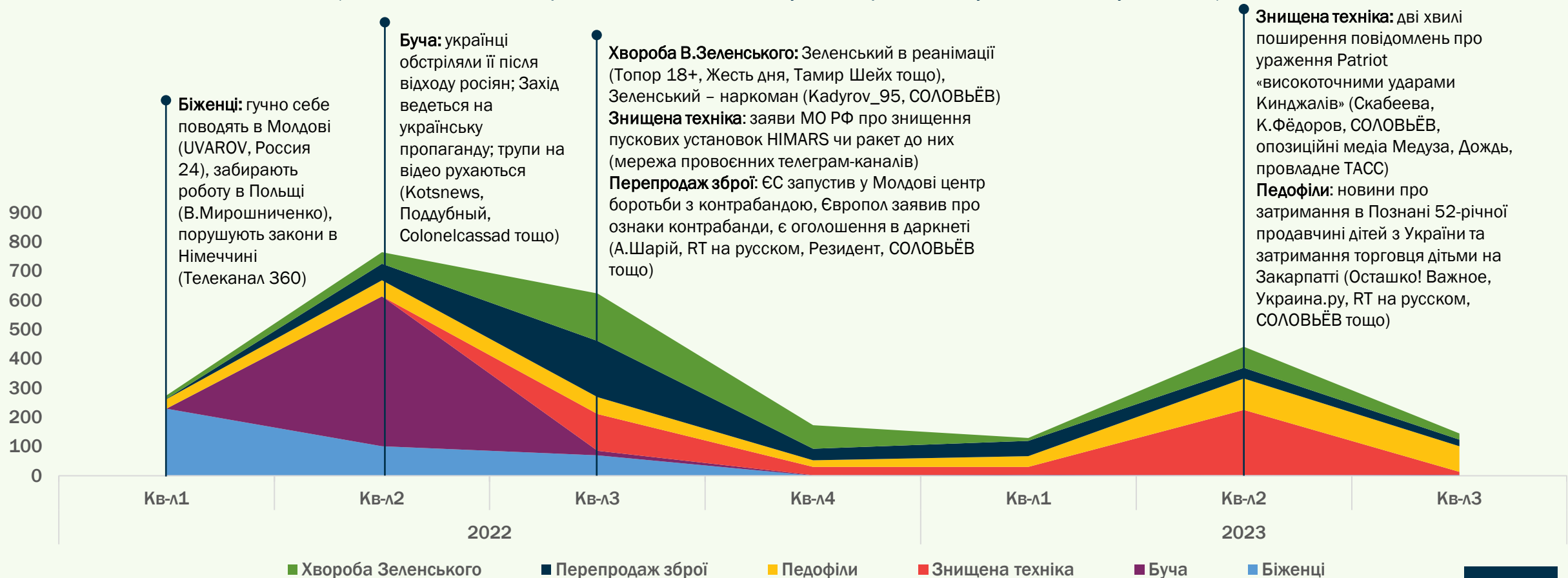
(кількість контактів з аудиторією)



# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ У РІЗНИХ ІНФОРМКАМПАНІЯХ

Перші місяці повномасштабної війни супроводжувалися посиленою увагою до гуманітарних питань (з одного боку – міграційні потоки; з іншого боку – дезінформація щодо цивільних жертв у Бучі), згодом порядок денний російської пропаганди став більше концентруватися на військово-політичних питаннях (стан здоров'я В.Зеленського, контрабанда зброї Україною; зрештою, 2023-й рік став роком «ренесансу» теми знищення західної зброї після перших поставок Patriot). Окрім того, після зміни політики YouTube росіянам стало складніше збирати такі аудиторії, як на початку вторгнення

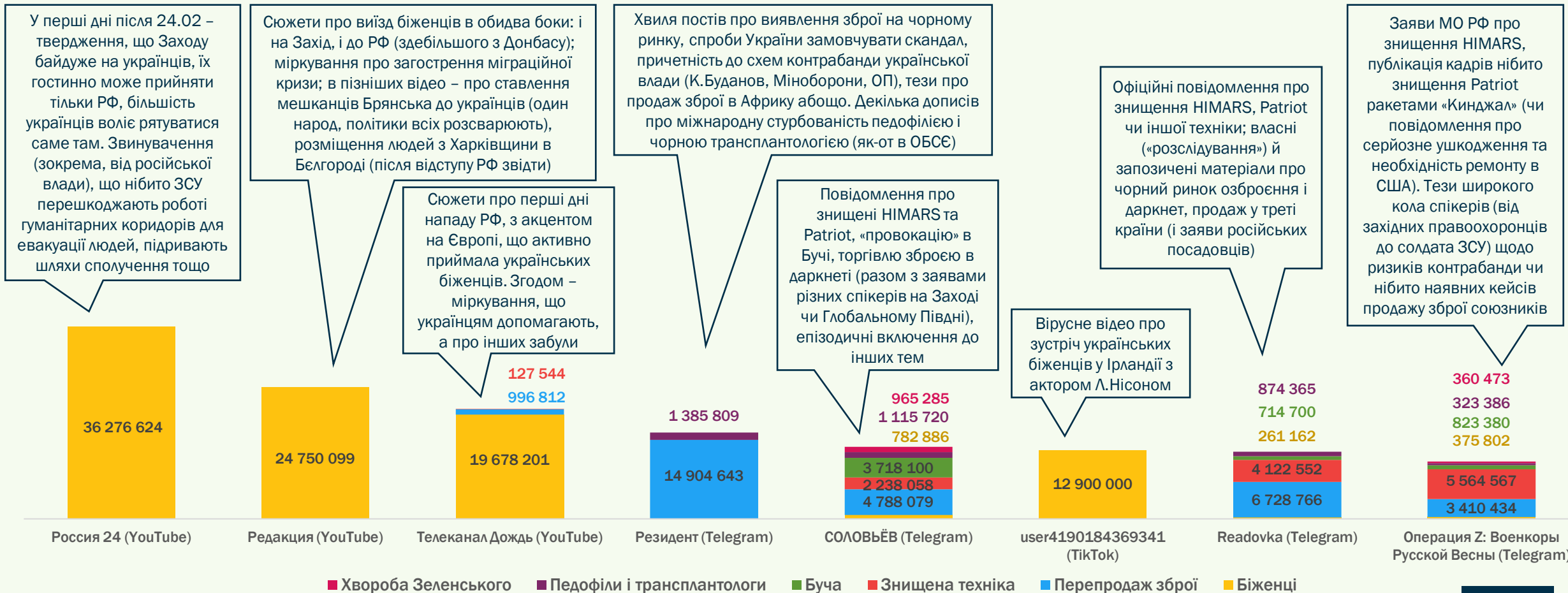
(кількість контактів з аудиторією; сегменти – теми, в яких були ці автори задіяні; в дужках – канал комунікації в СМ)



# ПРОВІДНІ АВТОРИ ПОСТІВ

Найбільше сукупне охоплення передусім мають автори, що розповідали про біженців – провідним каналом комунікації виступав YouTube (переважно в перші дні повномасштабної війни). У решті інформаційних кампаній були задіяні насамперед провідні новинні телеграм-канали з РФ (СОЛОВЬЄВ, Readovka) або проросійські анонімні в Україні (Резидент)

(кількість контактів з аудиторією; сегменти – теми, в яких були ці автори задіяні; в дужках – канал комунікації в СМ)



# РОЗПОДІЛ УВАГИ ДО ТИПІВ СПІКЕРІВ, ЗАЛУЧЕНИХ У КОЖНІЙ ТЕМІ

Для пропаганди часто достатньо побудувати кампанію суто на заявах власних політиків і блогерів. Західних або українських спікерів залучають у двох випадках: якщо є заяви притомних політиків, які можна вирвати з контексту або загалом використати, чи якщо потрібно вплинути на західну аудиторію – тоді залучаються проросійські, але формально західні експерти



**Російські військові** (представники МО РФ) посідають панівне становище в дискурсі знищення союзницької зброї, масовано наповнюючи інфопростір заявами про це (в контексті Patriot, HIMARS). В інших кампаніях практично не задіяні.

**Російські медійники** активно задіяні в кампаніях дезінформації щодо біженців, Бучі та хвороби В.Зеленського. Так, «воєнкор» А.Коц – провідний автор аргументів про те, чому ризанина в Бучі – це начебто інсценування (тіла рухаються, Україна обстрілювала місто). Так само на російських блогерів часто посилаються при пошуку «симптомів хвороби» В.Зеленського.

Найпомітніша залученість **західних медійників** – у контексті Бучі, однак це за рахунок надзвичайно активного цитування одного-

єдиного французького пропагандиста А.Боке, через якого намагалися легітимізувати на Заході меседжі щодо «бучанської провокації».

**Західні політики** (проросійські або навіть незаангажовані, чиї меседжі гіперболізувалися) були інструментом пропаганди в кампаніях щодо військово-політичних, а не гуманітарних питань: про погане здоров'я В.Зеленського розповідав спікер угорського парламенту Л.Кевер, про контрабанду зброї – конгрессмен В.Спартц. До другої теми були залучені і **західні військові** (офіцери й генерали у відставці, дезертири, військовополонені).

**Західні правоохоронці та правозахисники** засвітилися з заявами про випадки перепродажу зброї та педофільії, на них російська

пропаганда спиралася задля підтвердження своїх меседжів, зважаючи на їхній статус і статистичні дані.

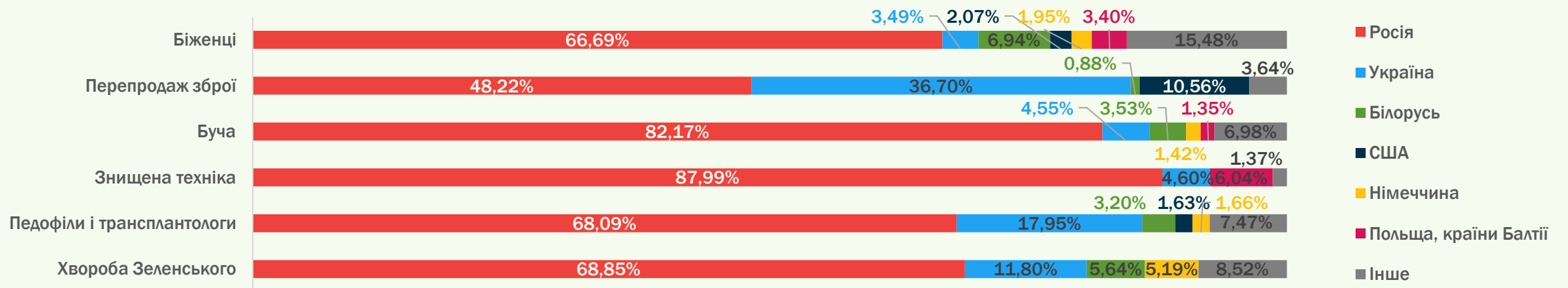
**Представники української влади та медіа** зрідка цитувалися у вигляді вирваних із контексту фраз або заяв з визнанням проблеми (наприклад, випадків поганого ставлення до біженців).

Спікери категорії «інше» – це, зокрема, **представники Глобального Півдня**. Вони були найактивніші в темі перепродажу зброї, адже деякі держави (КНР, Туреччина, країни Африки) висловлювали занепокоєння розповсюдженням зброї по всьому світу.

# КЛЮЧОВІ КРАЇНИ ПЕРЕБУВАННЯ АВТОРІВ У МЕЖАХ КОЖНОЇ ТЕМИ

Російські акаунти мають найбільшу частку в усіх темах, значна частка українських – у тих темах, де пропагандисти сподіваються зіграти на панівних наративах українців. Частина формально західних акаунтів також діють на ці дві аудиторії (як-от Ю.Швець зі США). Ще частина – діаспорні видання, в тому числі опозиційні, які не відмовляються цілком від цитування пропаганди

(кількість контактів з аудиторією кириличних дописів, у відсотках від загальної кількості в межах кожної теми)



Основною цільовою аудиторією більшості (дез)інформаційних атак є **Росія**. Значне охоплення залучають топові російські пропагандисти або пропагандистські медіа (Readovka, СОЛОВЬЄВ, РІА Новості), які тиражують, серед іншого, офіційні повідомлення МО РФ та інших відомств. Іншим «воєнкори» та військові «експерти» (А.Коц, Є.Поддубний, Б.Рожин).

**Українські акаунти** (такі, як Легитимний, Резидент, ЗеРада, Д.Василець, М.Дульський) залучають до тих кампаній, де є надія зіграти на комплексах, що вже поширені в Україні: невдоволення діями влади (як у кейсі з перепродажем зброї) чи непорозуміння між різними регіонами (тема біженців).

Наступна вагома локація для трансляції меседжів про контрабанду – **США**. Здебільшого так сталося через високе

охоплення відео ютубера Ю.Швеця, який «втерся» в довіру українців, зокрема, на хвилі уваги до заяв В.Спартц про А.Єрмака, але поширював і суто російські меседжі (про «надлишки» зброї в Африці). Не варто виключати і впливу на американську російськомовну аудиторію, аби підсилити голоси за згорання військової допомоги.

Найваріативніша географія (**Білорусь, Польща, країни Балтії, Німеччина** тощо, а не лише РФ чи Україна) в темі біженців, адже ця тема і стосується різноманітних країн, де утворилися чи розширилися українські діаспори. Тому окремі меседжі, що резонували з пропагандою, поширювали російські опозиційні видання-релоканти («Медуза» в Латвії), служби іномовлення (DW, BBC, турецький мовник TRT та інші), білоруські провладні

(АТН: новості Беларуси и мира) чи навіть опозиційні ресурси (Белсат, BOT TAK, NEXTA Live).

У випадку з **Німеччиною** була активна також російська діаспора, яка через свої ресурси (зокрема, YouTube-канали на кшталт Голос Європи) дискредитувала біженців з України (мовляв, ті невдячні, неохайні, безвідповідальні, дармоїди, є тягарем для всіх).

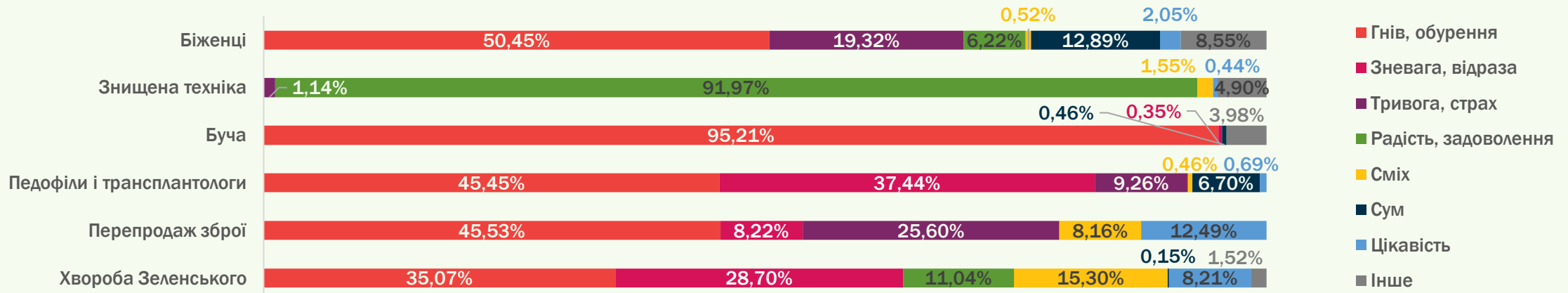
Окремо помітна висока частка **балтійського** сегменту в межах дезінформації про знищення західної техніки: «Медуза» ретранслювала заяви МО РФ. І хоч це було нарівні з українськими заявами (під виглядом балансу думок), та все ж це медіа не впоралося зі стандартною дилемою «цитування двох джерел, одне з яких бреше».



# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ В МЕЖАХ КОЖНОЇ ТЕМИ

Позитивні емоції є радше винятком із правила для російської пропаганди (для підняття бойового духу повідомленнями про знищену західну техніку). Найпоширеніша загалом емоція – це гнів, який має мобілізувати росіян на боротьбу. На другому місці сумарно – демобілізуючі негативні емоції: зневага та відраза (типові у ставленні до «молодшого брата») та тривога і страх (часто спрямовані на західну аудиторію, яку лякають наслідками війни)

(частки кількості контактів з аудиторією повідомлень з емоціями в межах кожної теми)



У більшості інформкампаній роспропаганди основними інструментами є негативні емоції (гнів, зневага, відраза тощо), виняток становлять заяви про знищену союзницьку техніку, де, навпаки, панівною є **радість**. Дописи, орієнтовані на російське суспільство, мали на меті підняти його бойовий дух, запевнити, що загрози становищу РФ у війні немає.

Базовим **гнівом** до об'єктів інформатаки здебільшого оперують повідомлення про Бучу: його спрямованона «організаторів провокації» (мовляв, ті прагнуть пересварити РФ з рештою світу, навмисне імітують воєнні злочини).

А от публікаціям щодо біженців та перепродажу зброї, на додачу до гніву, була часто притаманна й емоція **тривоги**. Аудиторію (часто західну) лякали можливими негативними наслідками воєнних міграційних потоків (для ринку праці, злочинності, зокрема торгівлі дітьми, зокрема через контрабандну зброю).

**Зневага або відраза** використовуються як інструмент знецінення ворога: українського суспільства, або влади, або колективного Заходу. Найяскравіше це проявляється в дезінформації щодо проблем із педофілією та трансплантологією. Фіксація на зовнішній та внутрішній непривабливості українського

керівництва помітна в темі нібито хвороби чи наркотичної залежності В.Зеленського.

**Сміх** не лише емоційно розвантажує споживачів російської пропаганди, але й підсилює зневагу (найчастіше в контексті «наркомана Зеленського»).

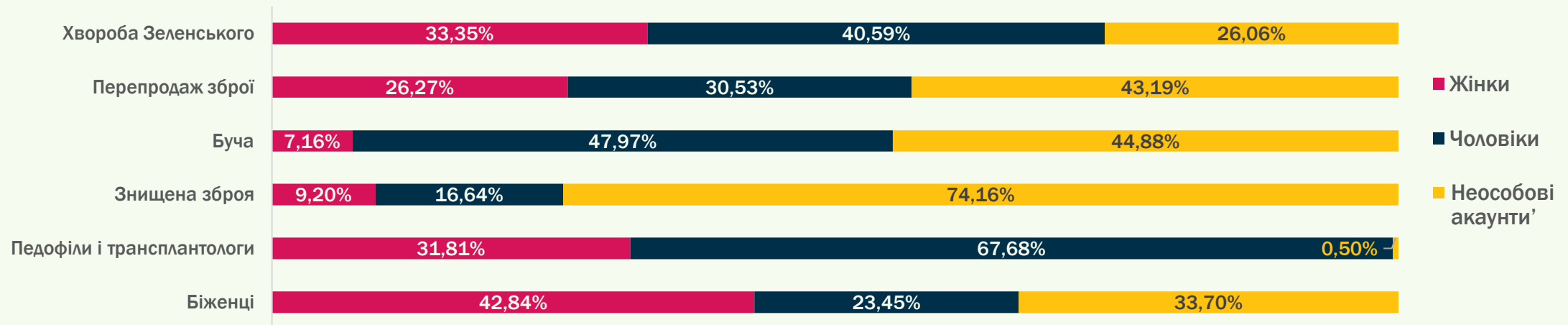
**Сум** часом використовується в гуманітарних темах: діти, що постраждали від педофілів, біженці з України. Ці демонстративні жертви слугують для підкреслення злочинності української влади.

ПОРІВНЯННЯ ТЕМ.  
ВІРУСНІ ДОПИСИ І БОТ-АТАКИ

# РОЗПОДІЛ ЗА ТИПАМИ АВТОРІВ ДОПИСІВ У МЕЖАХ КОЖНОЇ ТЕМИ

«Стать» ботів російська пропаганда добирає зазвичай відповідно до гендерних стереотипів: жіночі акаунти – для емоційних повідомлень на гуманітарні теми, чоловічі – для геополітичних та військових міркувань у форматі «диванної експертизи». Найвища частка неособових акаунтів – це Telegram-канали у поширенні «казенних» звітів про знищену західну техніку в Україні, а також побутові спільноти в Однокласниках – у темі Бучі

(кількість повторів повідомлень, у відсотках від загальної кількості в межах кожної теми)



**Неособові акаунти** використовуються у двох форматах: це або тематичні сторінки в Однокласниках та інших мережах, які спочатку накопичували аудиторію як сторінки про побут, або ж мережа провоєнних сторінок та мілітарі-блогерів, які масово поширювали одні й ті самі повідомлення. Це створює враження, що ця інформація – всюди, і, імовірно, покликане підвищувати довіру.

Найвищий відсоток жінок фіксувався в залученні до

розгону матеріалів про проблеми українських біженців. Дописи небагатослівні, з виразною емоційною складовою (наприклад, короткі описи до відео з розповідями про «злочини» бійців «Азову» від біженців з Маріуполя, які перебралися до РФ). Жінки проявляли емоційність у скаргах щодо хамства біженців, обурюючись такою поведінкою.

Роль чоловіків є більш вираженою в суто політичних темах – перепродаж зброї, хвороба В.Зеленського – а

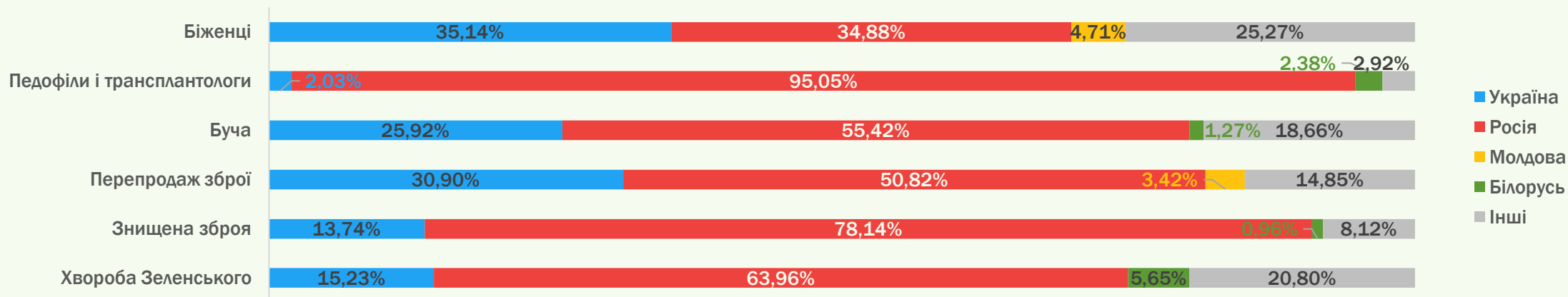
також у деяких гуманітарних (Буча, педофіли та чорні трансплантологи): якщо їх обговорювали здебільшого не в гуманітарному і емоційному вимірі, як кейс із біженцями, а в розрізі політичної аналітики – з частими посиланнями на матеріали в іноземних медіа чи інформацію правоохоронних органів, заяви політиків різного штибу. Чоловічий сегмент швидше в цьому сенсі виступав ватагою «диванних експертів», аніж групою тих, хто комусь співчуває.



# ГЕОГРАФІЯ ПОВІДОМЛЕНЬ У МЕЖАХ КОЖНОЇ ТЕМИ

В «інтернаціональних» темах (наочний приклад – біженці) частка формально російських поширювачів менш вагома, натомість підключаються люди з тих країн, яких стосується проблематика (і з самої України, де тема біженців/ВПО також релевантна). Українці також жваво поширювали інформацію про «перепродаж» зброї, така сама закономірність – і в сегменті лідерів думок

(кількість повторів повідомлень, у відсотках від загальної кількості в межах кожної теми)



Частка російських користувачів найсуттєвіша в поширенні маніпуляцій щодо педофільії та чорної трансплантології в Україні. Тут, окрім активного цитування статей різних західних медіа або заяв тамтешніх спікерів, фіксувалась і увага до суто російських спікерів (заява Слідчого комітету РФ про причетність Червоного Хреста до продажу дітей на органи, гнівний виступ В.Володіна про те, що не так з «київським режимом»). Високий відсоток повідомлень з РФ фіксується в темі знищення західної зброї, хоча це переважно активність різних провояєнних пабліків (ОК/ВК), що долучалися до поширення офіційних заяв у межах кампанії з дискредитації західного озброєння (HIMARS, Patriot). Для внутрішньої російської аудиторії інформація чи то про Бучу, чи то про перепродаж зброї союзників була суто повсякденним фоном, який проникав навіть у неполітичні ком'юніті.

Український сегмент соцмереж активно включений у вірусне поширення чи навіть бот-атаки з приводу звинувачень у перепродажі зброї до інших країн. Досить активними були навіть користувачі Facebook – а там якраз не було жодного формального росіянина, всі бодай маскувалися під патріотів, у кампанію були нерідко залучені й групи прихильників П.Порошенка (*Заповідник зЕлених дятлів, АРМІЯ + 25%*). Так само вони подекуди помітні в контексті інформатак з приводу стану В.Зеленського, але їхні меседжі відрізняються від російських (наприклад, щодо виходу книжок про Зеленського його порівнюють із пізнім Брежнєвим: хворий на нарцисизм).

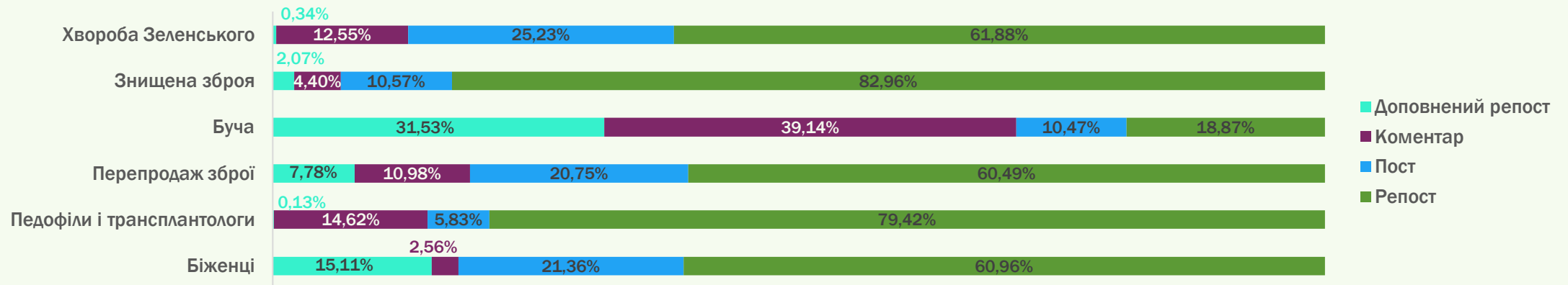
Молдовські користувачі (зокрема й мешканці невизнаного Придністров'я) були залучені до кампанії з дезінформації про контрабанду зброї – через маніпулятивне тлумачення заяви

про створення у їхній країні центру боротьби з контрабандою, а також через увагу до заяв тамтешніх політиків, суголосних із розпропагандою. Окрім цього вони, поряд з мешканцями низки інших країн, поширювали матеріали про українських біженців – ця тема загалом була найбільш «інтернаціональною» за широтою географії залучених користувачів (Італія, Німеччина, Польща, Ізраїль та інші). Таке широке коло зацікавлених країн корелює з розселенням там біженців з України. У повідомленнях про Бучу часто траплялися пости від мешканців Болгарії тамтешньою мовою (теж кирилицею) – країни з донедавна історично сильними (навіть серед деяких політиків) проросійськими настроями. Частка інтернаціональних користувачів (і білорусів) також помітна в темі «хвороб» В.Зеленського, але без певних закономірностей.

# РОЗПОДІЛ ЗА ТИПАМИ ПОВІДОМЛЕНЬ У КОЖНІЙ ТЕМІ

Ключовий спосіб поширення інформації – звичайні репости, і в деяких випадках (як-от у кампанії щодо біженців) навіть пости, що є механічними передруками текстів з інших акаунтів. Пропагандистські коментарі використовувалися активно на початку вторгнення під дописами незалежних медіа або відомих патріотів, щоб спробувати вплинути на людей з непроросійською позицією, перш за все у темі Бучі. Але згодом цей формат вийшов з ужитку, імовірно через зусилля платформ щодо блокування бот-мереж

(кількість повторів повідомлень, у відсотках від загальної кількості в межах кожної теми)



У більшості кампаній вірусність забезпечувалася звичайними **репостами**. Інформацію про причетність української влади або громадян України до продажу дітей на органи поширювали в такий спосіб індивідуальні користувачі. Натомість, репости інформації про знищення західної техніки жваво здійснювали ключові провоєнні телеграм-канали з великою кількістю підписників, а також тисячі тематичних спільнот в Однокласниках.

**Дововнені репости** переважно практикуються у неполітичних спільнотах в ОК, хоча вони практично

повністю дублюють за змістом звичайні репости (як-от у темі Бучі – про «провокацію», «постановку», «фейк нюз» тощо), користувачі не мають чіткої геолокації і значно урізноманітнюють тексти про Бучу в соцмережах.

Досить рідко ідентичні тексти поширювалися у форматі окремих **дописів**: до такого способу долучалися переважно ключові новинні ресурси та/або військкори. У кампаніях щодо біженців, перепродажу зброї та хвороби В.Зеленського відсоток дописів удвічі більший.

Активним було залучення **коментарів** ботів під новинними

дописами лідерів думок або медіа (зокрема, проукраїнських або російських антивоєнних – Д.Комаров, Meduza, BBC News Russian) у Facebook та їхніми відео на YouTube, коли мова йшла про Бучу, в такий спосіб росіяни на початку повномасштабного вторгнення сподівалися відчайдушно переконати протилежну сторону в своїй правоті, атакуючи їхні «інфобульбашки» аргументами про начебто сфабрикованість воєнних злочинів. Пізніші інформкампанії вже рідше застосовували формат коментарів, не намагаючись зайти в протилежні за поглядами цільові аудиторії.

1

# ЗАПЕРЕЧЕННЯ ЗЛОЧИНІВ РОСІЯН У БУЧІ

# ЗАПЕРЕЧЕННЯ ЗЛОЧИНІВ РОСІЯН У БУЧІ

## Загальний опис теми

**Часовий проміжок проаналізованого періоду: 1 березня 2022 – 31 серпня 2023 року.**

Російська пропаганда миттєво відреагувала на оприлюднення фото «Бучанської різні»: 3 квітня 2022 Міноборони РФ видало заяву із запереченням причетності РФ до звірств, тоді ж підключаються провоєнні пабліки та воєнкори (Война с фейками, Kotsnews, Д.Безсонов). 4 квітня речниця міністр закордонних справ Росії Сергій Лавров назвав Бучу загрозою для міжнародної безпеки. Наступний пік бот-кампанії – 10 травня 2022. Тоді блогер Адріан Боке на французькому радіо заперечив злочини росіян у Бучі. Його заяви підхопила російська пропаганда, а за два місяці покликала його повторити звинувачення в бік України уже на російському телебаченні. У 2023 році представники влади Росії і далі називають злочини у Бучі фейком під час виступів у міжнародних організаціях.

Унікальних постів в аналізованій вибірці було небагато – зазвичай пропагандистські тези до інформаційного простору запускали «лідери думок». А далі їх репостили у чати та провоєнні спільноти у соцмережах. Найчастіше для цього «копіпейстингу» використовували Telegram, великі новинні канали якого зручні для розгортання бот-кампаній.

Пропагандисти нашаровують аргументи у своїх дописах, ніяк не підтверджуючи правдивість. Стратегія росіян полягає у тому, аби створити декілька версій подій – аби повірити у правду було важче, ніж у брехню. Так, водночас пропагандисти кажуть, що трупів грають актори (Д.Безсонов, перемонтований уривок з сюжету «Еспресо»); трупи справжні, але переміщені з інших місць (А.Боке, І.Кива); трупи не переміщували – людей розстріляла українська артилерія (О.Коц, відео «Война с фейками»); навіть звучить аргумент, що росіянам не вигідно було б не прибрати трупи (І.Бобров). Маніпулюють і заявами українських політиків, нарікаючи, що мер Бучі 4 дні мовчав про звірства в місті (заява МО РФ, В.Небензя) – а отже, українська влада в цей час готувала виставу для західних ЗМІ.

## 1.1.

НАЙПОПУЛЯРНІШІ ДОПИСИ  
(ПЕРЕВАЖНО ЛІДЕРИ ДУМОК ТА  
ВІДОМІ МЕДІА)

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ У СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

**Telegram є головним майданчиком для поширення російської дезінформації про злочини у Бучі, переважно з використанням топ-блогерів, і перш за все на власну аудиторію. YouTube – переважно інструмент трансляції офіційних цитат. Решта каналів – переважно заради доступу до специфічної аудиторії (українці, молодь тощо)**

(кількість контактів з аудиторією у кириличному сегменті соцмереж)



**Telegram:** в Росії платформа популярна серед пропагандистів (Олександр Коц, Борис Рожин, Володимир Соловійов), які пишуть тригерні пости із багатьма аргументами, що їх потім розповсюджують через популярні провоянні ТГ-чати та пабліки. Значне охоплення фейку – від каналів **Война с фейками** та **Репортёр Руденко V**. Аргументація не спирається на жодні авторитетні джерела; часто поширюють цитати з інтерв'ю французького журналіста **Адріана Боке**. **Українські проросійські автори** долучаються до поширення постів російських лідерів думок із тезою про переслідування українців, що називають Бучу фейком укр. влади (Дмитро Василець, Шейх Тамір). У **західних** країнах публікації росіян поширюють у місцеві чати.

**YouTube:** російські офіційні канали найефективніші в поширенні рос.інфоприводів (інтерв'ю **Сергія Лаврова** та його виступ в ООН, заява **Марії Захарової** на брифінгу МЗС. До пропаганди долучаються також блогери: як політичні (**Павло Іванов**), так і науково-

популярні (**Злой Эколог**). **Україна:** заяву М.Захарової поширює антивоєнний **АМОН РА**: та назвала західні медіа співучасниками злочину в Бучі. Російський емігрант Іван Бобров (нині проживає в **Німеччині**) аргументує фейковість злочинів у Бучі тим, що росіянам було б не вигідно не прибрати трупи.

**VK:** росіяни поширюють відео, де на російського посла в Польщі виливають сироп – «кров» українського народу.

**Facebook:** **Настоящее Время** публікує результати опитування про Бучу серед росіян, Київ.Live поширює цитату Серія Лаврова про провокації та загрозу нацбезпеці.

**TikTok:** змонтовані нарізки з інтерв'ю Сергія Лаврова та Адріана Боке; пропагандистські відео змонтовані як «розвінчання фейків».

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

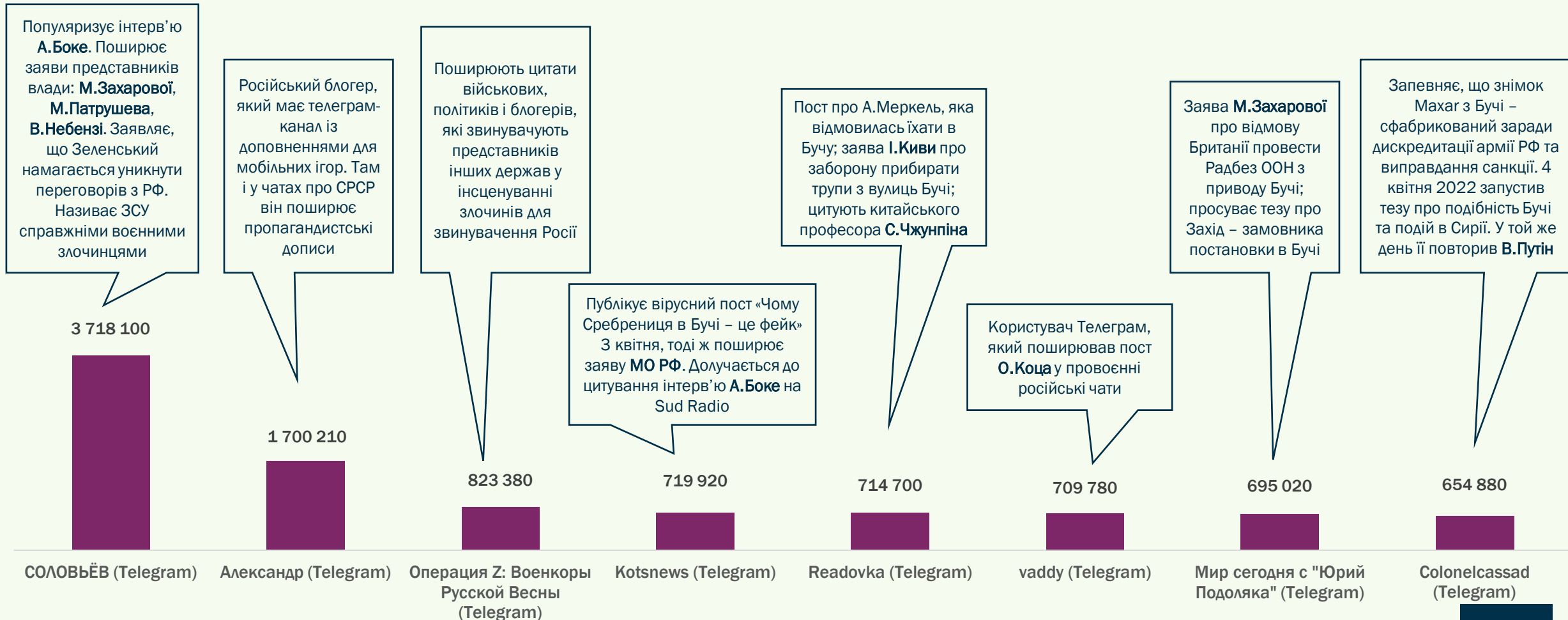
Перший сплеск публікацій стався після оприлюднення українськими та західними медіа звірств у Бучі 3 квітня, на які відреагувало МО РФ, опісля підключились пропагандисти та боти в ТГ. Другий – після виступу блогера А.Боке в ефірі Sud Radio 10 травня. Цитати з інтерв'ю Боке підхопили всі можливі канали поширення: відомі російські пропагандисти (В.Соловйов), провоєнні пабліки та великі чати у Телеграмі. Друга хвиля мала менше дописів, але була більше підготовлена



# КЛЮЧОВІ АВТОРИ КОНТЕНТУ

Основні автори – відомі пропагандисти, що самостійно генерують безліч аргументів на користь російської версії подій. До поширення дезінформації у спільнотах залучають акаунти, схожі на ботів

(кількість контактів з аудиторією; в дужках – канали комунікації авторів у СМ)





## ОСНОВНІ ГРУПИ ЦИТОВАНИХ СПІКЕРІВ

**Західний блогер/експерт/журналіст.** Головний спікер цієї категорії – колишній французький військовий **А.Боке**. Він який дав 2 ключові інтерв'ю (Sud Radio, Соловйов Live), де звинуватив Україну в нацизмі.

**Російський блогер/експерт/журналіст.** Найпомітніший автор – В.Соловйов, який приписує звинувачував інші держави у фальсифікації злочинів у Бучі. Схожу з ним позицію займає **Б.Рожин**. **О.Коц** просуває тези про гуманність російських військових.

**Російський політик.** **В.Путін** і **С.Лавров** називають злочини у бучі інсценізованими. **В.Небензя** у виступі на Радбезі ООН назвав Україну терористичною державою.

**Політик з країн «Глобального півдня»** – лідер турецької націоналістичної партії **Д.Бахчелі** згадує вторгнення в Ірак як приклад використання провокації для виправдання військових дій та вважає, що Росію оббрехав колективний Захід.

**Експерт з країн «Глобального півдня»** – китайський професор **С.Чжунпін**. Він розповідав, що президент України в минулому був актором – тому й у Бучі велика вистава.

**Тема розгортається переважно блогерами та журналістами: як власне російськими, так і західними, на заявах яких було побудовано більшу частину контенту**

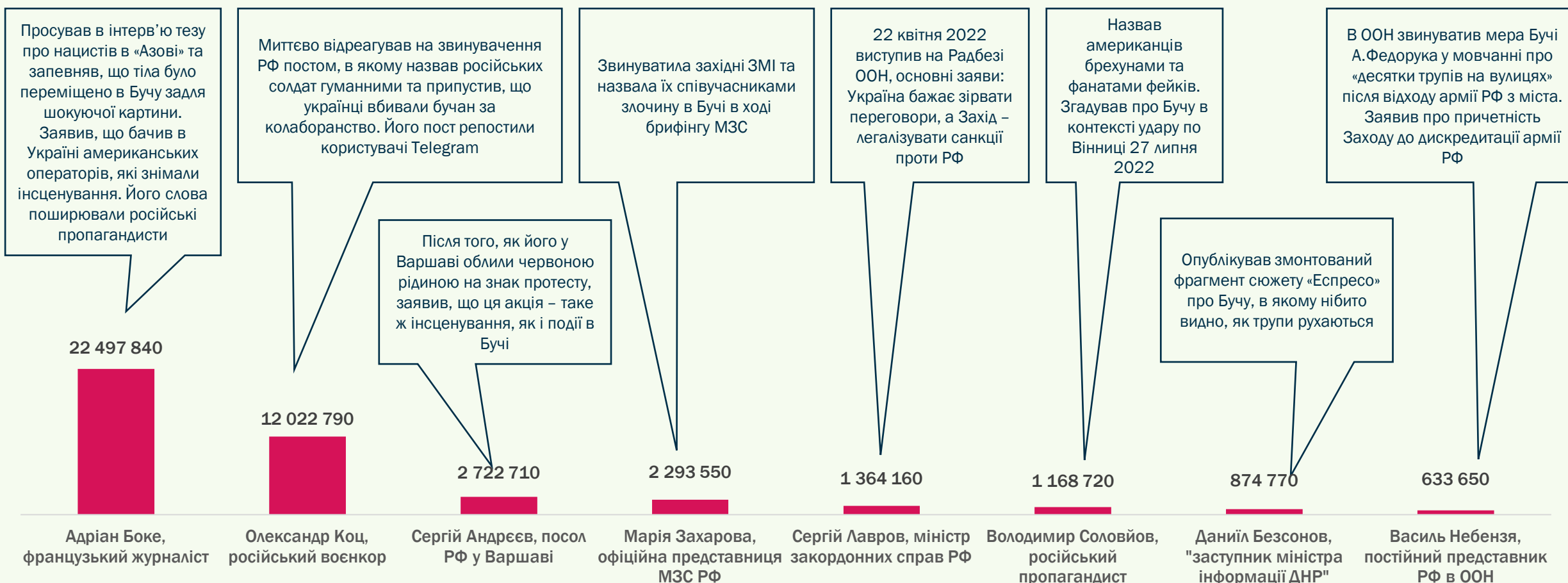
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

На західну аудиторію працювали заяви А.Боке із двох інтерв'ю: для французького та російського медіа. Офіційні спікери частіше звучали на міжнародних майданчиках, їхнє поширення було порівняно меншим. Пропагандисти допомагали у поширенні офіційних заяв на широку публіку

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

## Проросійські автори побудували меседжбокс з прицілом на Захід і на критику його підступності, намагаючись посіяти сумнів у щирості підтримки Заходом України

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ (ПРОДОВЖЕННЯ)

Важливою, хоча й менш поширеною частиною дискурсу були скарги і нарікання, мовляв, росіян намагаються підставити (дискредитувати армію, покарати санкціями тощо). Фокус уваги свідомо зміщується на агресора, який постає жертвою

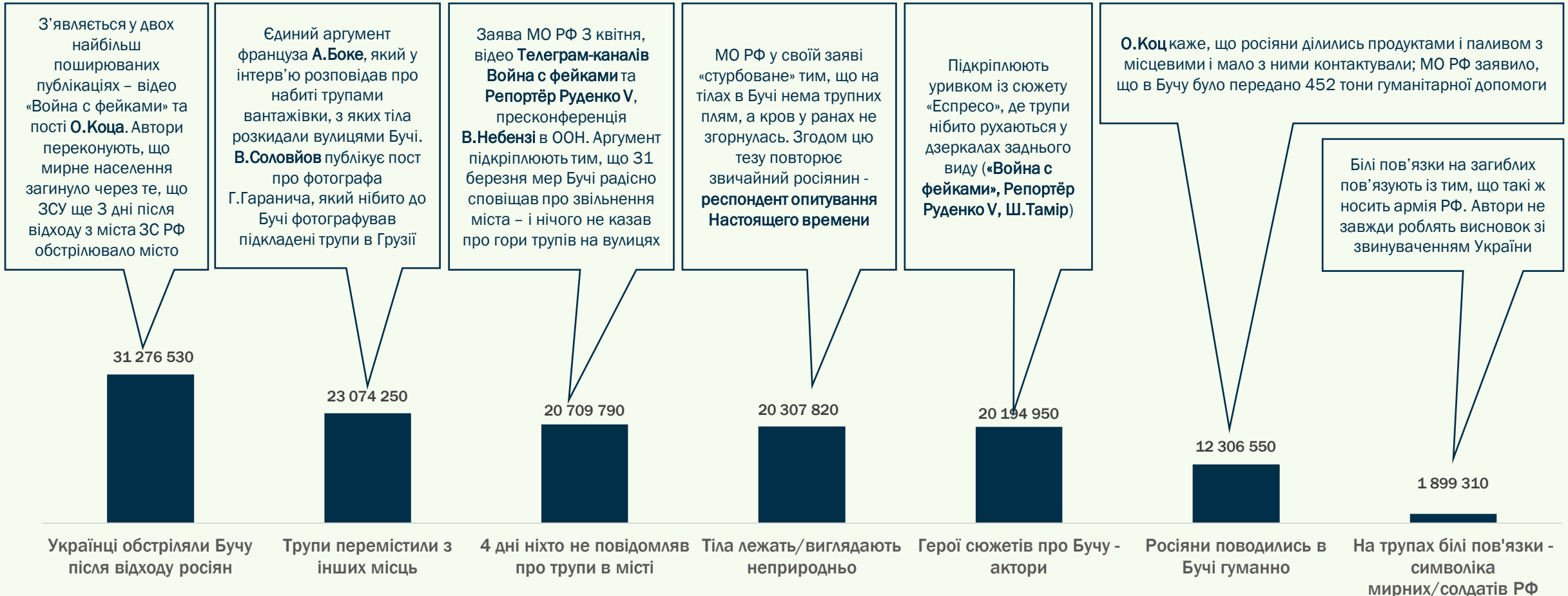
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

Різні, часто взаємовиключні аргументи поширюються приблизно з однаковою силою. Під час першої хвилі поширень намагалися створити максимально суперечливу картинку, під час другої – завдяки А.Боке зосередилися на одному з них, якого раніше не використовували

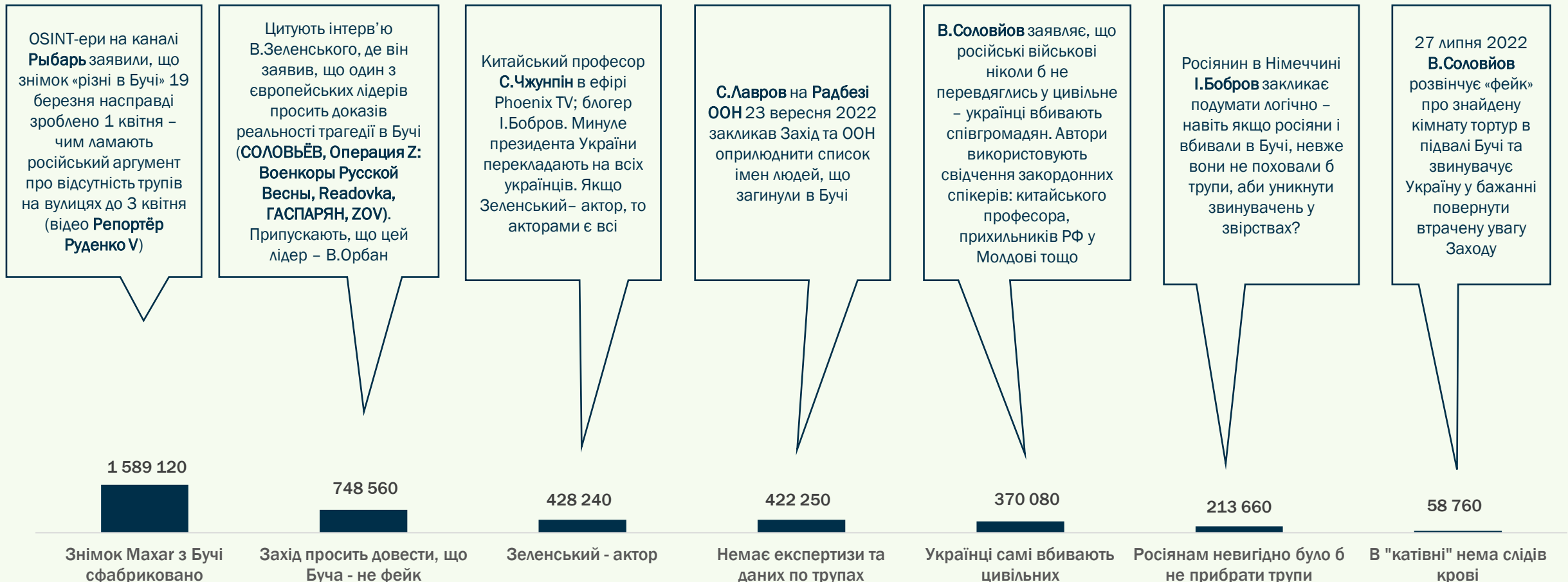
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ (ПРОДОВЖЕННЯ)

Менш поширені аргументи – максимально маніпулятивні і з безліччю логічних хиб (Зеленський в минулому актор, отже, й у Бучі всі – актори). Тут відсутні докази, лише слова росіян проти слів українців

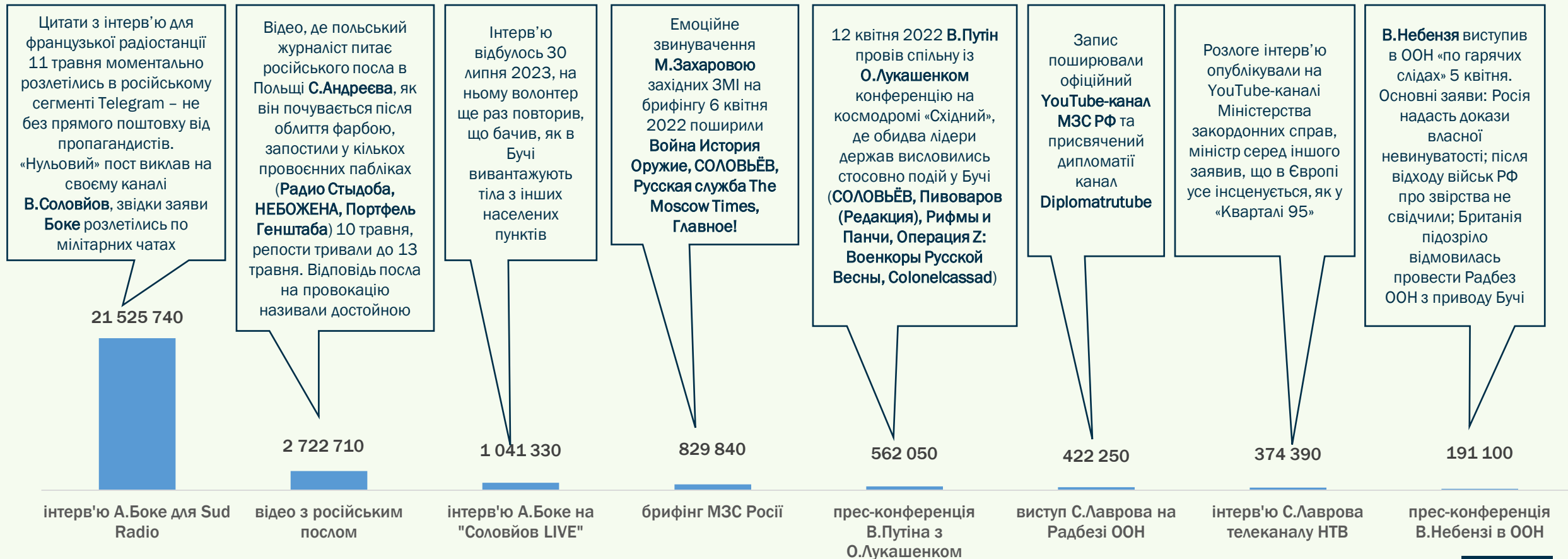
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРИВОДИ, ЗАПУЩЕНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Кейс А.Боке виглядає добре спланованою медіакампанією з боку РФ – В.Соловйов, який розпочав поширення цитат француза в Telegram, згодом запросив його на інтерв'ю для власного каналу, де Боке мав змогу повторити потрібні пропаганді тези. Переважна більшість інших інфоприводів була організована російською стороною на міжнародних майданчиках, і лише облиття фарбою російського посла було не їхнім, але активно використаним

(кількість контактів з аудиторією)





# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**В основному пропаганда просувала гнів та обурення, спрямовані на Захід та Україну, автори часто вживали відносно опонентів мову ворожнечі**

**Гнів** висловлюють як представники влади (**М.Захарова, В.Небензя**) у публічних виступах, так і «лідери думок» у постах. Часто підкреслюється, що українці – нацисти, а представники Заходу (переважно США та Великобританія) – брехуни.

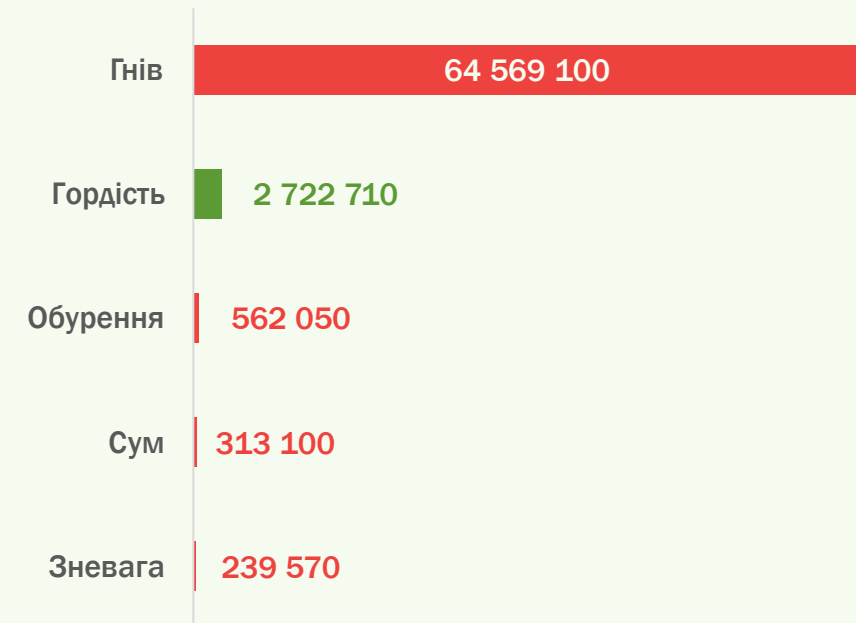
**Гордість** у росіян викликала відповідь російського посла на «провокацію» в Польщі, посла називають «патріотом» та «справжнім мужиком», в коментарях до відео пишуть гасло: «Сила в правде».

**Обурення:** виступ **В.Путіна** на спільній з **О.Лукашенком** пресконференції, президент РФ займається «вотебаутизмом», нагадуючи, як американська авіація знищувала сирійські міста.

**Сум:** опитування видання **Настоящее Время** про ситуацію в Бучі, дехто із респондентів ділиться, що в нього «за всіх болить душа».

**Зневагу** до американців висловлює **В.Соловйов** у дописі про брехливість і лицемірство США.

(кількість контактів з аудиторією)



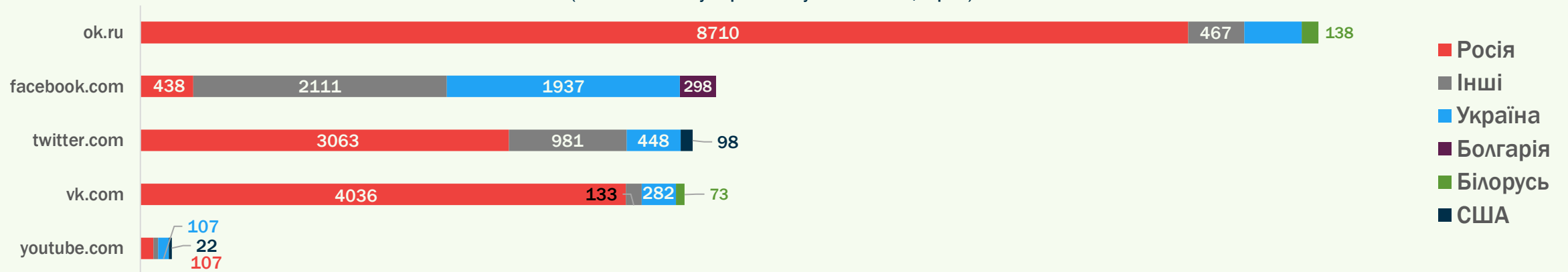


# 1.2. ВІРУСНІ ДОПИСИ І БОТ-АТАКИ

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

**В російському та білоруському сегменті для поширення дезінформації в основному послуговуються російськими соцмережами VK і Однокласники. Незручні для пропаганди пости там видаляються, користувачі не звикли до фактчекінгу. Але це не заважає використовувати в Україні та західних країнах Facebook та Twitter**

(кількість постів у кириличному сегменті соцмереж)



**ОК:** у Росії злочини у Бучі спростовують у різноманітних тематичних групах, не пов'язаних із війною чи політикою, на кшталт «Рецепты на все случаи жизни», «Красивые фотографии». Як правило, там поширюють відео із основними тезами пропаганди. Також користувачі поширюють на своїх особистих сторінках заяви посадовців. **Українські** автори перепублікують пости, в яких Україну звинувачують в убивствах людей в Бучі, а боти масово розсилають пропаганду як коментарі у проукраїнських спільнотах. В Білорусі популярною є заява О.Лукашенка про британців-постановників Бучі.

**Facebook:** інші країни (Болгарія, Казахстан) поширюють інтерв'ю А.Боке, також серед проросійських європейців популярні заяви офіційних осіб (В.Путін, О.Лукашенко, заяви МО РФ). **Україна:** відео «Настоящего времени» з опитуванням росіян про Бучу; слова С.Лаврова про загрозу національній безпеці – доповнені репости із обуренням. **Російські** автори поширюють пропаганду у спільнотах російської діаспори.

**Twitter:** в РФ тут значно активніші чоловіки, акаунти із провоєнними нікнеймами (Игорь ZOV, Пулемёт Максим Z) розповсюджують пост про китайські медіа, які нібито спростували Бучу. В інших країнах поширюють публікацію ТАСС, доповнивши її спростуванням російського фейку англійською мовою. **Українці** обурені тим, що донька О.Невзорова назвала Бучу фейком.

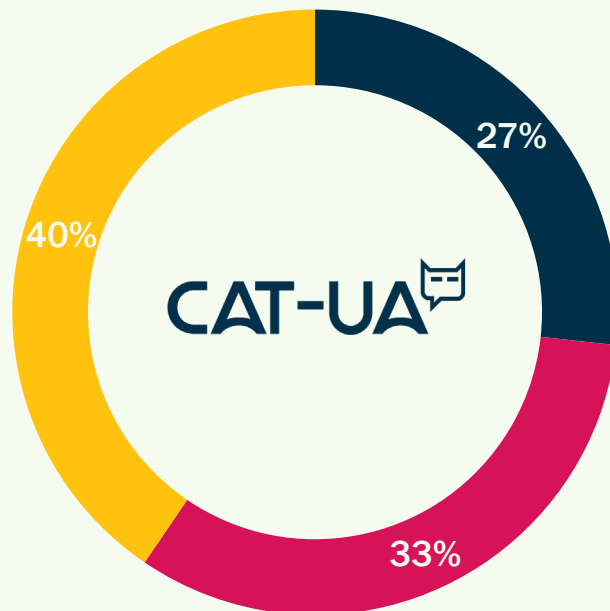
**VK:** пости про Бучу з'являються у російських регіональних спільнотах (*Интересный Сочи, Санкт-Петербург | Питер работа знакомства*); ретранслюють інформацію також провоєнні пабліки (*Вежливые. Злые. СВОи., Ополчение Новороссии*). В Україні цитати А.Боке поширюють на окупованих територіях (Крим, Донецьк, Луганськ).

**YouTube:** росіяни залишають коментарі про фейковість Бучі під відео українців.

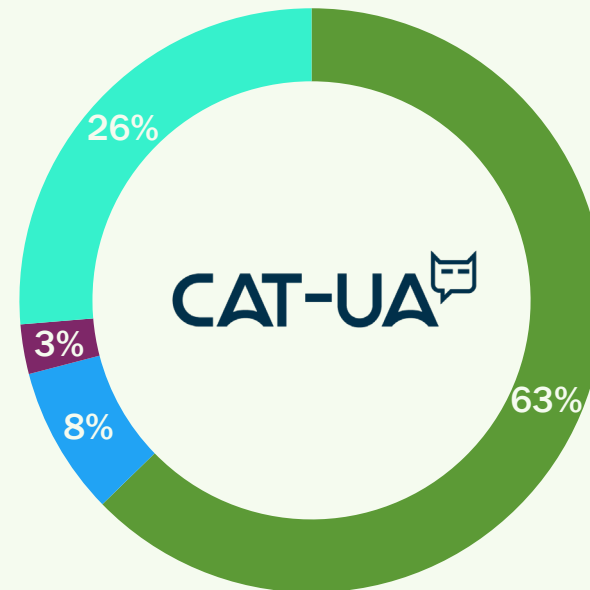
## ДЕМОГРАФІЯ І ТИПИ ПОВІДОМЛЕНЬ У СОЦМЕРЕЖАХ

Неособові акаунти в Однокласниках використовуються для поширення вірусних відео, в яких доводять, що події в Бучі – постановка. Переважно групи не мають нічого спільного з політичною або військовою тематикою, а спеціалізуються на їжі, спорті, красі, кіно тощо. Відео супроводжуються клікбейтними текстівками, які спонукають користувачів активно поширювати контент далі. Жіночі акаунти поширюють публікації «лідерів думок» (О.Коц) та влади (МО РФ, С. Лавров) у Facebook, звинувачують українців у нацизмі в Twitter і діляться цитатами із інтерв'ю А.Боке про нацистів в «Азові» у VK. Чоловічі частіше використовуються для гнівних коментарів до дописів, розповсюджують вірусні публікації у чатах в Telegram та частіше за жіночі публікують оригінальні пости в Однокласниках. Найпопулярнішими як серед чоловіків, так і жінок є репости; доповнені репости публікують на сторінках спільнот

(частка повідомлень, у відсотках)



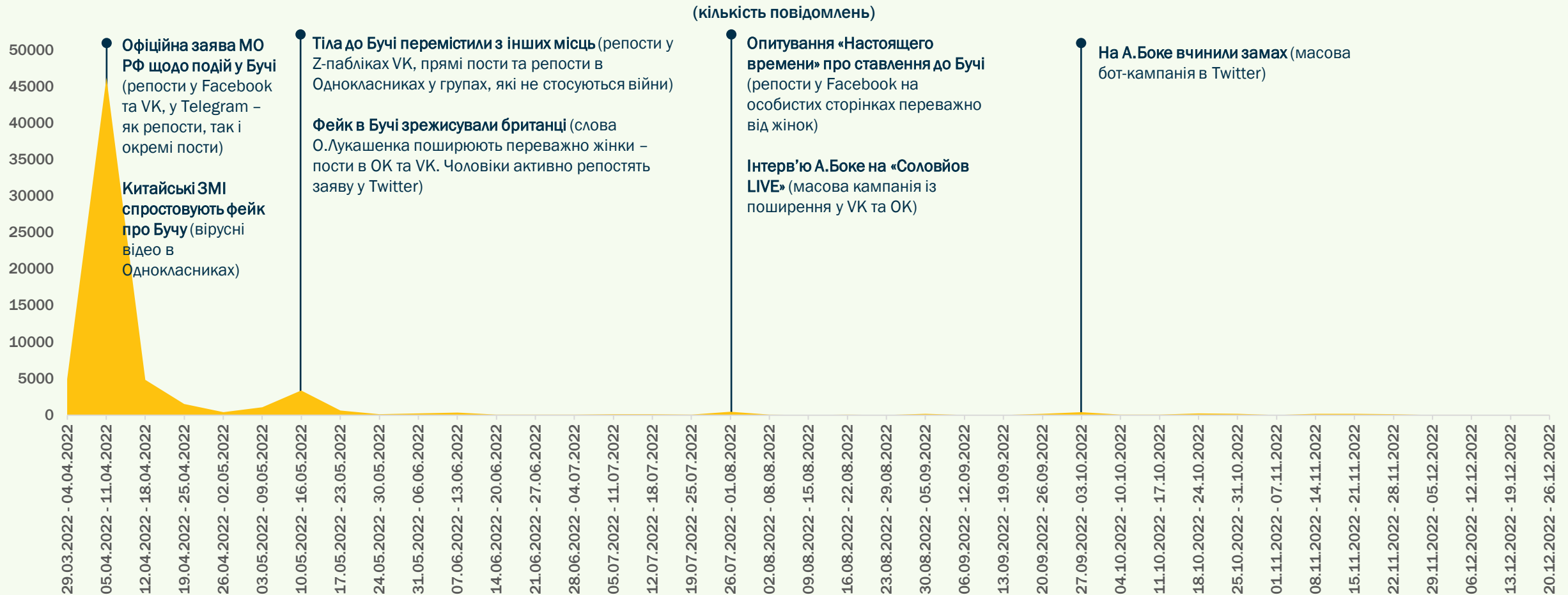
- Чоловіки
- Жінки
- Неособові акаунти



- Репост
- Пост
- Коментар
- Доповнений репост

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

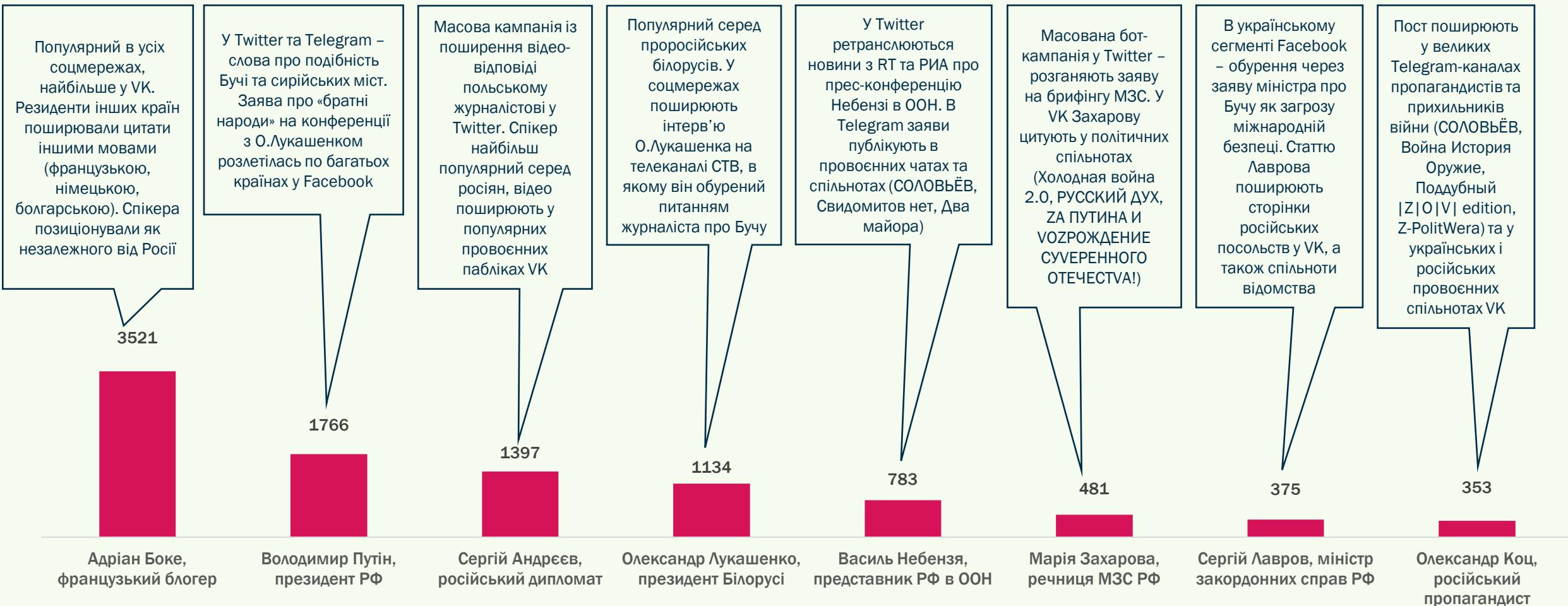
Вірусне поширення постів про Бучу стартувало водночас із публікаціями «лідерів думок» 3 квітня – саме ці пости і поширювали у соцмережах (заява МО РФ, пост О.Коца тощо). Кампанія тривала аж до кінця місяця. Наступна хвиля поширень відбулась завдяки А.Боке та його інтерв'ю та відео із С.Андрєєвим, найбільше публікацій з'явилося у Вконтакте, однак інтенсивність тоді була вже значно меншою



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

Найчастіше бот-атаки не містили цитат спікерів, однак все ж масово розганялися цитати французького волонтера А.Боке під час другої хвилі активності. Російські офіційні спікери розганялися переважно у форматі «яскравих цитат»

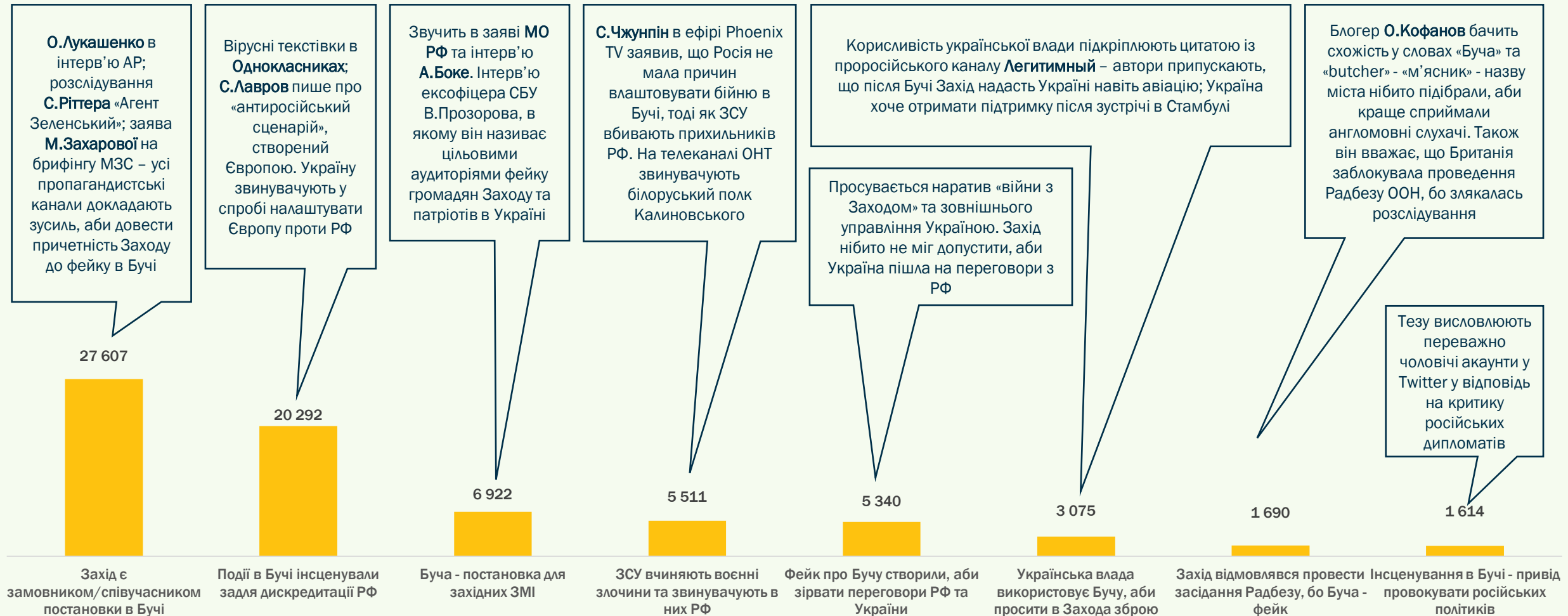
(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

Найпопулярніші меседжі в бот-атаках – приблизно такі самі, як і у випадку лідерів думок. Західні країни показують основними винуватцями та замовниками провокації в Бучі, підкреслюючи вороже ставлення до США та ЄС

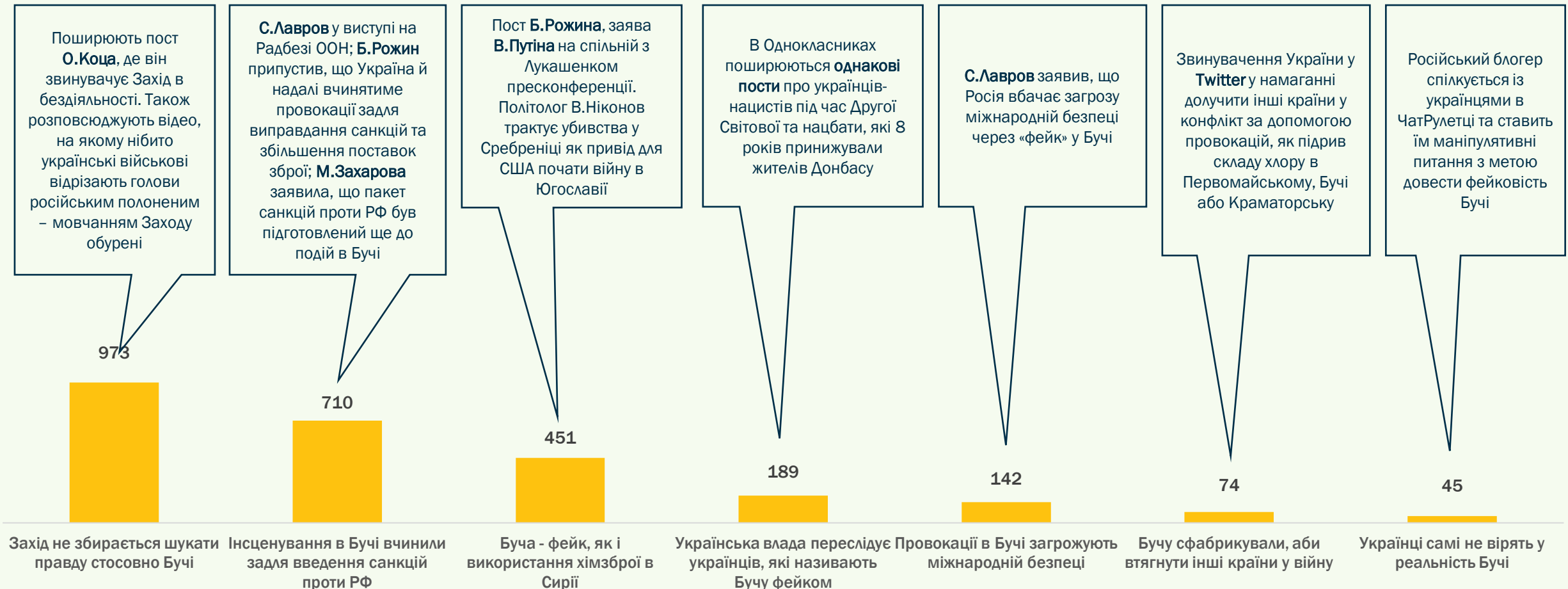
(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ (ПРОДОВЖЕННЯ)

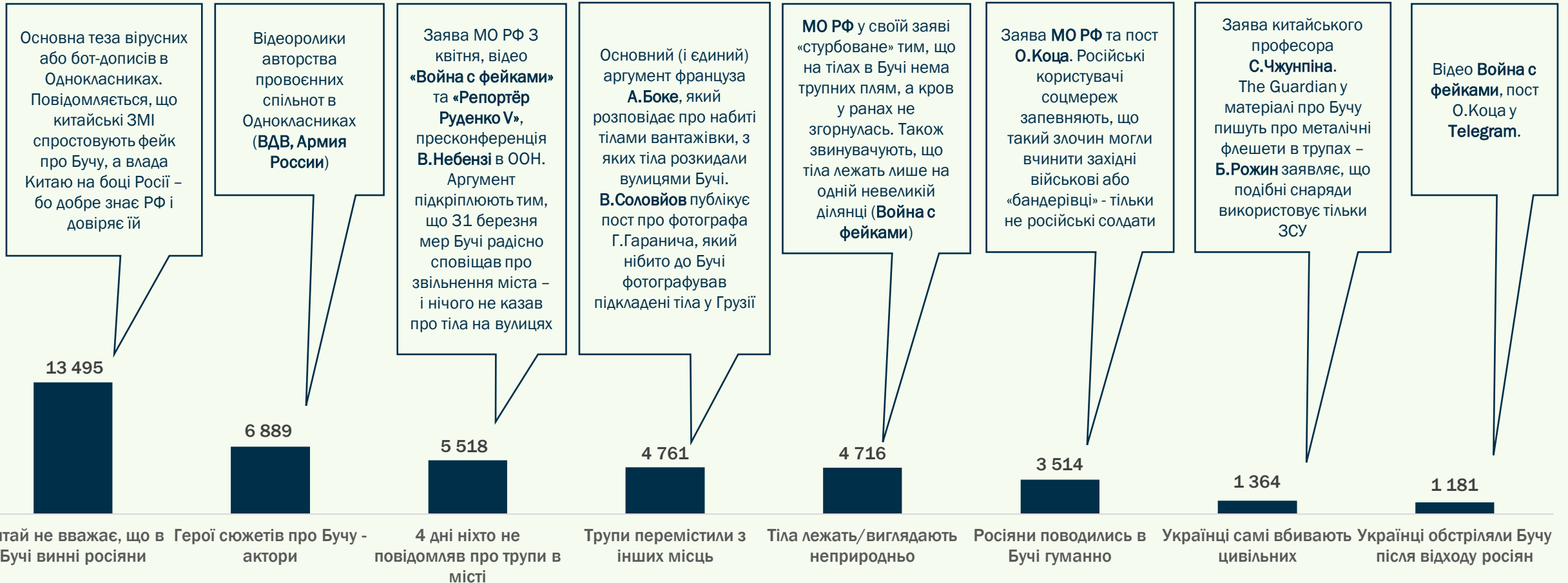
Пропагандисти використовують ворожнечу між українцями, аби підтвердити фейковість Бучі. Проводяться паралелі із Сребреніцею – дехто з блогерів заявляє, що Буча – зовсім інший випадок, дехто заявляє, що події в Києві так само сфабриковані задля виправдання війни

(кількість повідомлень)



## Організатори бот-атак намагаються додати ваги аргументам, посиляючись на авторитетного союзника – Китай. Решта аргументів – такі самі, як і у лідерів думок

(кількість повідомлень)

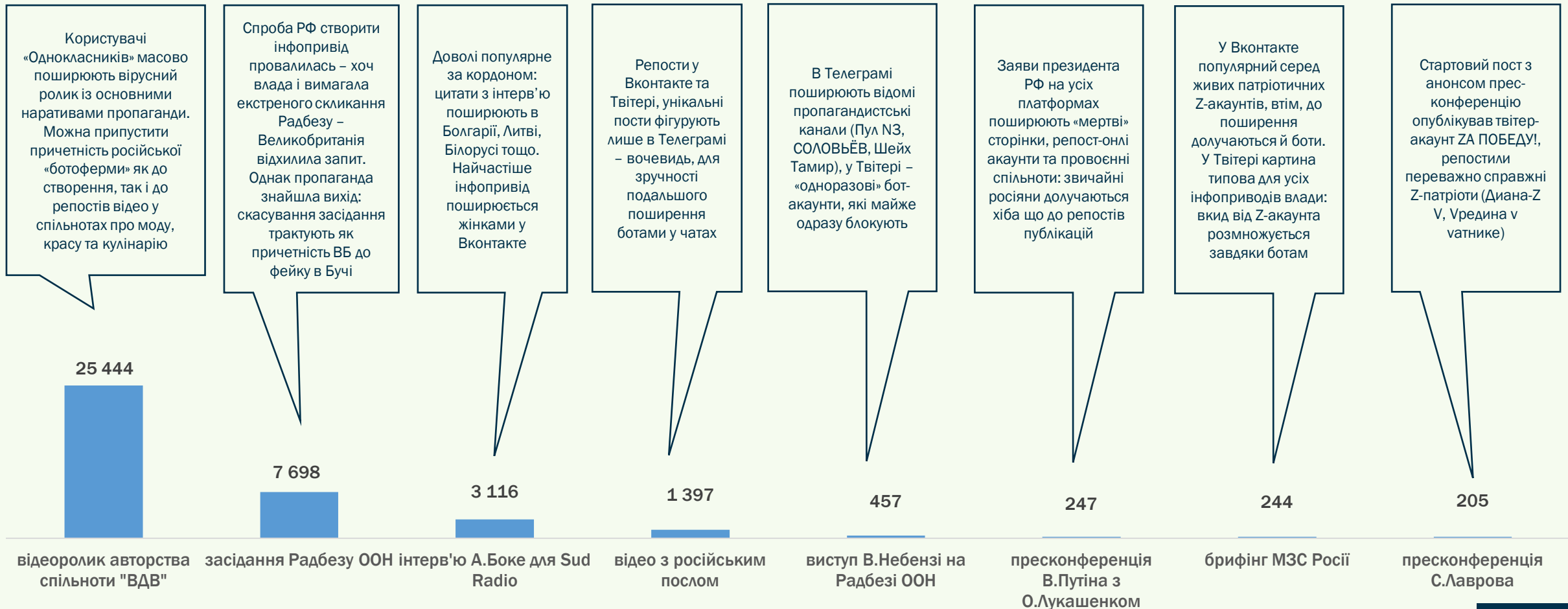




# КЛЮЧОВІ ІНФОПРИВОДИ, ІНІЦІЙОВАНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Бот-атака зосередилася на спеціально зробленому для «Однокласників» короткому ролику: його безліч разів поширили у популярні спільноти для авдиторії, яку не цікавлять політика і війна. Прямо зініційовані владою інфоприводи розганялися найдешевшими, «одноразовими» ботофермами, окрім поширення інформації про провальне засідання Радбезу ООН.

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Гнів:** Україна вчинила провокацію в Бучі, як і в пологовому в Маріуполі (МО РФ); на Росію знов накладатимуть санкції (М.Захарова); Захід підозріло активно реагує на Бучу (В.Небензя). Нацисти вчиняють воєнні злочини (А.Боке). Армію РФ намагаються обмовити (С.Чжунпін, О.Лукашевич).

**Сум:** опитування опозиційного російського медіа **Настоящее время:** дехто з росіян повторює пропаганду, дехто вірить у злочин РФ і чекає на розплату.

**Гордість:** відповідь російського посла польському журналістові на твердження «На вас кров українців».

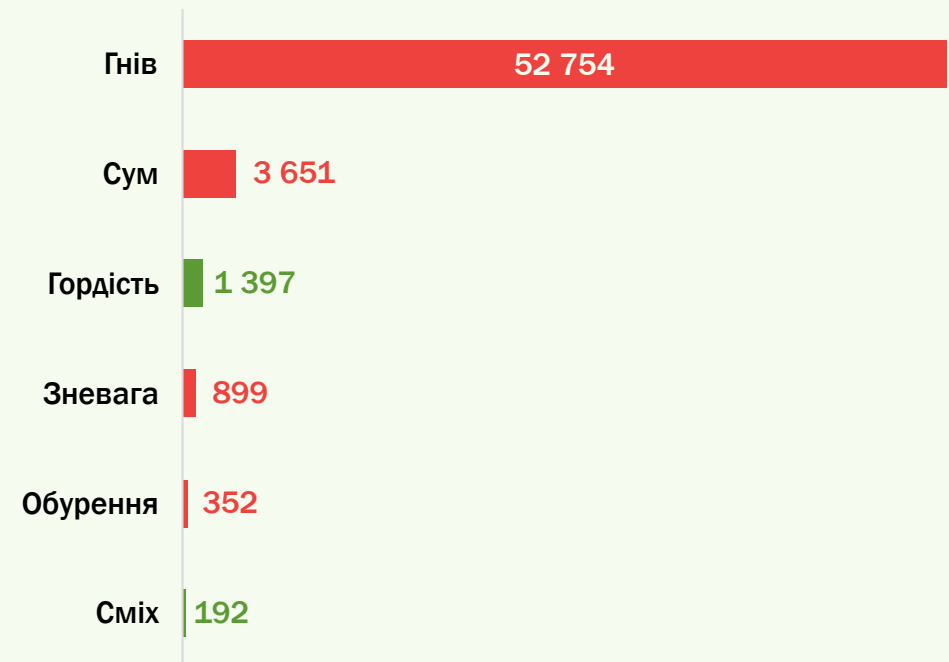
**Зневагу** висловлюють, коли описують недолугість українського «фейку» про злочини у Бучі. Мовляв, тіла лежать неправильно, на відео потрапили моменти «розкладання» тіл. Обговорення маніпулятивного відео із «п'яним» Зеленським, який начебто зізнався, що Буча – фейк.

**Обурення:** В.Путін про схожість фейку в Бучі та «фейку» із застосування хімічної зброї у Сирії. Звинувачення, що тіла виглядають дивно, у них зв'язані руки, люди лежать хаотично, а не поряд.

**Сміх:** з актора **Шона Пенна**, який підтримав Україну. Жарт про переданий Зеленському «Оскар» за інсценування подій у Бучі. Звинувачення The Guardian, мовляв видання розвінчало фейк про Бучу.

**У вірусних та бот-публікаціях спектр емоцій дещо різноманітніший, ніж у лідерів думок, але все одно домінує гнів через «несправедливі» звинувачення з боку Заходу**

(кількість повідомлень)



# ЗАПЕРЕЧЕННЯ ЗЛОЧИНІВ РОСІЯН У БУЧІ

## Стратегія побудови інформаційної кампанії

Російська кампанія з заперечення убивств приводу Бучі мала дві частини з двома окремими стратегіями. Перша була авральною реакцією на міжнародний скандал, і розгорталася всіма доступними засобами. Друга, яка виникла за кілька місяців, була добре підготовленою інформаційною кампанією.

Для першої частини атаки було характерним потужне застосування онлайн-інструментів: лідерів думок у Telegram, а також бот-атак через акаунти, що залучили аудиторію на неполітичних темах. Це найдоступніші і найдешевші інструменти. При цьому, вочевидь, через брак часу, не вигадували окремих меседжів для кожного з цих двох інструментів: бот-кампанії просто посилювали ті самі меседжі, які були внесені в інформаційний простір топ-блогерами. Загалом же меседжі для цього етапу використовувалися якнайрізноманітніші, включаючи взаємозаперечні. Імовірно, метою було ускладнити підтримку будь-якої з версій, включаючи правдиву. Тези були хаотично аргументовані: використовувалися досить голослівні аргументи, лише частково «підтверджені» змонтованими відеокадрами. Офіційна російська влада намагалася озвучувати відповідні меседжі перш за все на міжнародних майданчиках, і обрала основною мішенню не Україну, а Захід. Із резонансних виступів, лише спіч речниці російського МЗС Марії Захарової був «внутрішньоросійським».

Друга частина атаки була набагато консервативнішою. Помітно було, що вона готувалася ретельно, і відповідальною за неї був відомий пропагандист В.Соловйов. Вона фокусувалася довкола виступу французького журналіста А.Боке, який свідчив про постановочність трагедії в Бучі. Виступ у французькому медіа був дуже активно підхоплений російськими ресурсами В.Соловйова, однак, набагато слабше поширений топ-блогерами або бот-мережами. Меседж А.Боке також був новим: його не використовували під час першої хвилі. Аргументація в цьому випадку була набагато більш цілісною, і не використовувала суперечностей.

Емоційна палітра в обох випадках була монолітною, і майже цілком фокусувалася на гніві.

2

ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ  
ПРО БІЖЕНЦІВ З УКРАЇНИ ТА  
ВПО

# ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ПРО БІЖЕНЦІВ З УКРАЇНИ

## Загальний опис теми

### Часовий проміжок аналізованого періоду: 24 лютого - 30 вересня 2022 року.

Тема українських біженців та ВПО у російській пропаганді також почала поширюватися з перших днів повномасштабного вторгнення. Помітною є персоналізованість розповідей у ній: багато спікерів «з народу», блогерів з версіями, навіть «офіційні» пропагандисти посилаються на історії, почуті від учасників подій. Найбільш офіційними є промови С.Лаврова та В.Небензі в ООН, РФ достатньо швидко починає активно комунікувати на міжнародну аудиторію страждання простих людей і злочини української влади та військових проти знедолених.

Вже 24 лютого потроху починають поширюватися новини про кілометрові черги на кордонах, а патріотичні російські канали кажуть, що біженців не буде – мовляв, Росія не атакує цивільних, і масово тікати можуть лише «нацисти». На початку березня тема «несправжніх» біженців підтримується британським найманцем, але вже з визнанням, що військові – не єдині, хто тікає з країни. Ці наративи формально ініційовані британським «жовтим» виданням. Особливо популярні теми біженства – у березні 2022, після чого стабільно тримають не досить велику увагу. У вересні 2022 наратив обстрілу колон біженців, які їдуть до РФ, виникає знов на фоні звільнення Харківщини: українці нібито рятуються від «режиму», і новини про них майже не відрізняються лексично від весняних.

Передрікати Європі складнощі через навалу біженців у лютому почав білоруський ТК АТН. Європа, мовляв, готує інфраструктуру для українців, а мала б готуватися до важких часів. Піком обговорення цього наративу стає сюжет Т.Карлсона у серпні: передрікає холодну і голодну зиму європейцям і просуває сюжети про німців, які вимушені вирубувати парки для обігріву.

Серед основних меседжів – погіршення кримінальної ситуації в «країнах прийому», дивні вимоги біженців, агресивність і жадібність. Українці одночасно не хочуть працювати і відбирають роботу у місцевих, багаті – і залежать від соціальних виплат (в березні ж починаються розповіді щодо скасування їх або навіть повернення вже отриманих грошей).

## 2.1.

НАЙПОПУЛЯРНІШІ ДОПИСИ  
(ПЕРЕВАЖНО ЛІДЕРИ ДУМОК ТА  
ВІДОМІ МЕДІА)

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

**YouTube помітний за рахунок російських новинних каналів: велика аудиторія, можливості з виробництва сюжетів, професійна картинка. Білоруські канали теж дають пропаганду переважно на Ютубі, в Телеграмі ж представлені символічно і стримано**

(кількість контактів з аудиторією у кириличному сегменті соцмереж)



**YouTube:** для **росіян** українські біженці стають не лише важелем впливу на ситуацію в Україні, а й для приводом для переділу влади в РФ. Регіональні умовно опозиційні політики (як-от **М.Володарський**) критикують офіційну владу за перекидання відповідальності на пересічних громадян. Втім, внутрішнього порядку денного небагато: помітними стають сюжети про кордон України з Польщею. За словами «британського найманця», з України тікає багато його колег. **Т.Карлсон** розповідає про проблеми «старого світу» – від нього звучать наративи про жахливу бідність європейців, які вимушені збирати гроші на потреби українців. **Інші** країни: **Туреччина** транслює родинні наративи – кинуті діти, розлучені родини. **Білорусь** помітно переймається за Молдову. **Ю.Уваров** розповідає про гучну поведінку і дорогі авто українців-біженців. Умовно-українські ютуб-канали (кримські новинні, **Мрія, Страна, Д.Василець** тощо) переважно розповідають про світову міграційну кризу: українців багато, закордону важко, а додому ніхто не повернеться. **Польські канали**

також скаржаться на українців: мовляв, до них у Польщі краще ставляться, ніж до власних громадян.

**TikTok:** сюжети **Рен ТВ** про дивну поведінку біженців: мовляв, світ у шоці. Іноді такі відео з часом зникають.

**Telegram:** у **Росії** активно поширює пропагандистські новинні повідомлення. Велику аудиторію забезпечують РІА Новини, мовляв, українські військові обстрілюють колони утікачів від бойових дій. **Білоруські** новинні ресурси повідомляють про міграційну кризу – підраховують українців, що вже виїхали. **Українські** ж телеграм-канали, як і в Ютубі, працюють на аудиторію з окупованих територій. Тут також розповідають про розстріли біженців з посиланням на «прокуратури Донецької і Луганської народних республік».

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Найактивніша інформаційна хвиля помітна в березні і збігається з найбільшою хвилею міграції. Джерела – це зазвичай думки окремих учасників подій. Цікаво, що для небагатої Молдови розганяють версії про багатство українців, а для законослухняної Німеччини – про агресію та порушення законів біженцями. А наприкінці досліджуваного періоду починають активно поширюватися меседжі про плани вигнати українців – і лише РФ іще готова бачити всіх у себе

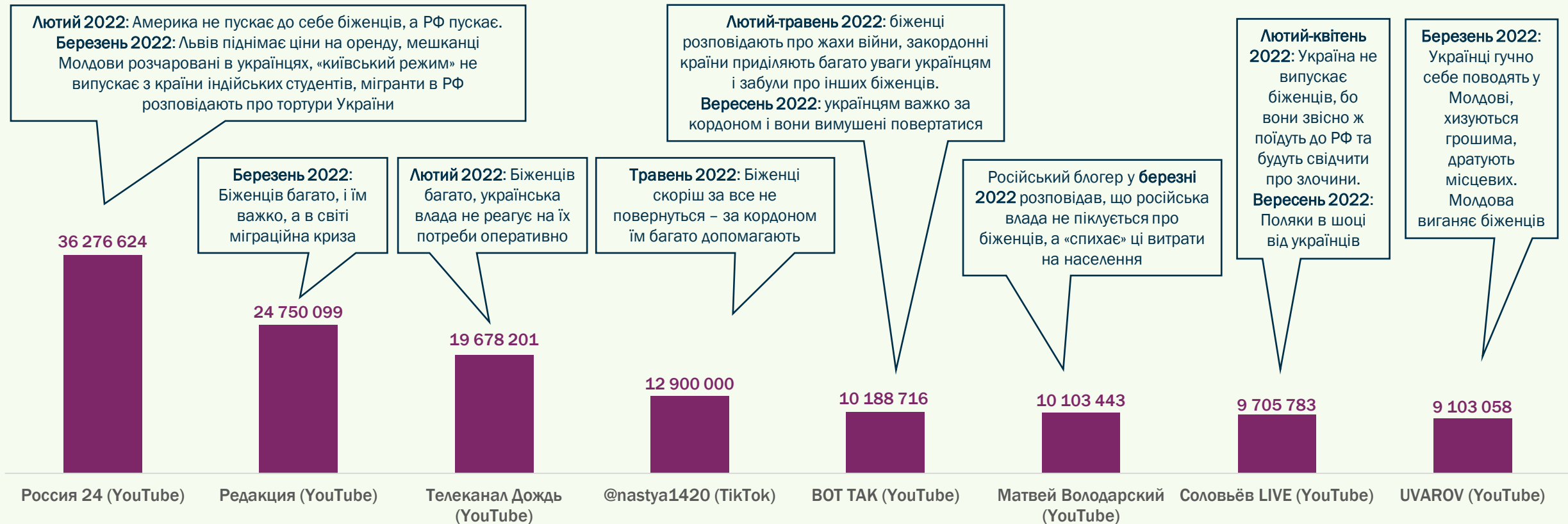




# КЛЮЧОВІ АВТОРИ КОНТЕНТУ

Навіть умовно опозиційні російські канали критикують українську владу та сумніваються, що українці повернуться з-за кордону. Провладні ж автори не стримують себе: РФ у них переважно хороша (за винятком спроб соціальних меседжів, спрямованих на росіян), Америка не допомагає, а Європа бідує. Історію з Молдовою розганяє білоруський пропагандист

(кількість контактів з аудиторією; в дужках – канали комунікації авторів у СМ)



## ОСНОВНІ ГРУПИ СПІКЕРІВ ДОПИСІВ

**Російські медіа:** джерелом інформації виступають зазвичай новинні канали: РЕН ТВ Новости, Россия 24, Телеканал 360, Редакция, Редакция, ОТЕЧЕСТВО, Телеканал Дождь, Новости на Первом Канале. Тези озвучуються як сюжети новин на теми: іноземці в шоці від українських біженців, українці крадуть, агресивні, нападають на росіян.

**Російський блогер/експерт/журналіст:** Віталій Мирошніченко, який «спеціалізується» на українцях в Польщі; **Маргарита Симоньян** розповідає чутки від нібито знайомих біженців, які їй розповіли жахи про ЗСУ; **Руслан Щедрін** поширює меседж, що німці втомилися від українців; **Станіслав Васильєв** транслює позицію, що біженці вважають інші країни вільними на відміну від України, і розповідає про сексуальне насильство щодо біженців; **Анастасія Бендесюк** поширює позицію, що українська влада не піклується про своїх громадян, але їх радо приймає Білорусь; **Володимир Соловйов** заявляв, що ЗСУ не дають біженцям виїхати; **Євген Решетньов** запевняв, що українська еліта без перешкод виїжджає з України, в той час як прості люди стоять у багатогодинних чергах.

**Іноземний блогер/експерт/журналіст:** **Такер Карлсон** розповідає, що держави, які приймають біженців, бідніють; **Михайло Бур** та **Тетяна Гейдер** розповідають про незадоволення німців від українських біженців, **Марк Бернарді** – те ж саме про італійців, **Матеуш Піскорський** – про поляків; **Скотт Ріттер** піднімає мовні питання, на кшталт того, що біженці навіть не знають української; канадський **Алекс Брежнев** розповідає перебірливість українців, які у пошуках притулку намагаються обрати країну з найкращими умовами.

**Помітний «персональний» погляд: часто про біженців блогери кажуть зі свого досвіду або цитують знайомих пересічних громадян. Навіть журналісти посилаються на те, що їм розповіли учасники з місця подій. Телеканали не фокусуються окремо на «біженських» сюжетах, згадки – найчастіше в контексті новин про «СВО»**

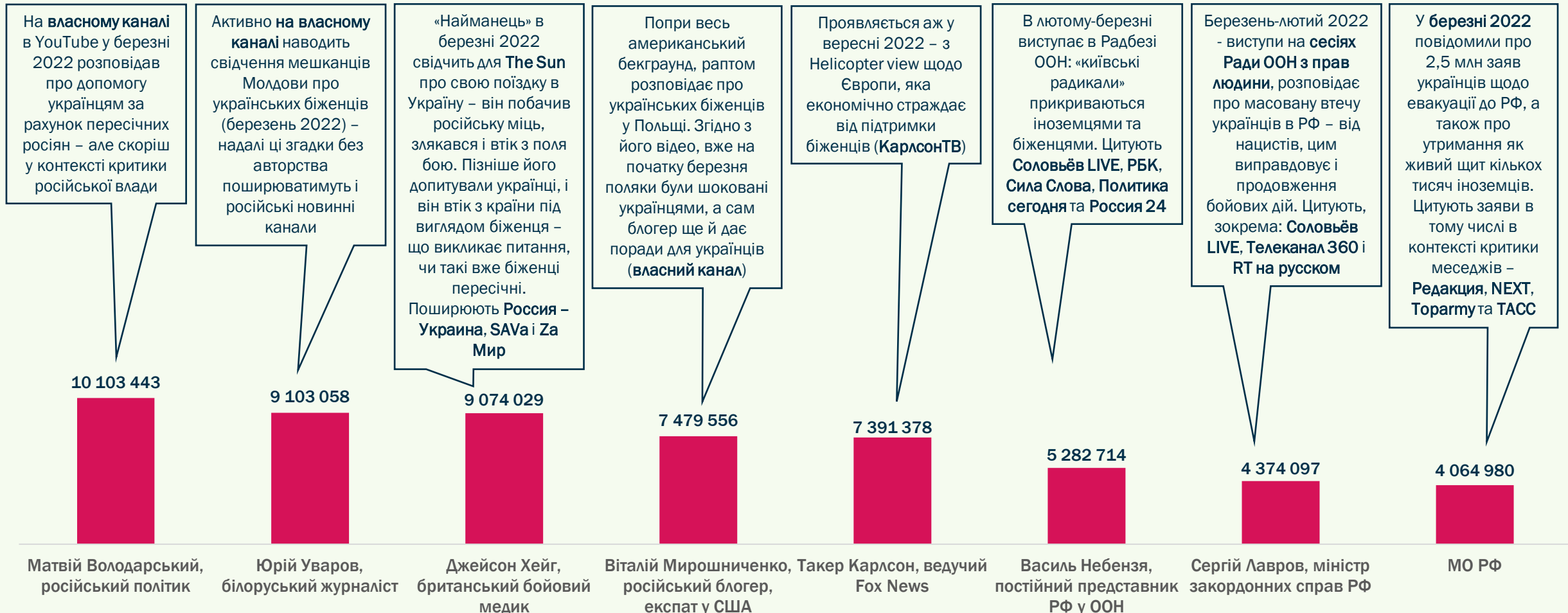
(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

Російські офіційні особи розповідають про на зовнішню аудиторію, зокрема на засіданнях ООН, але цитують їх активно внутрішні російські канали. Західні спікери транслюють меседжі для закордонних медіа. Винятком стає Ю.Уваров: наративи про обурення молдован транслюються переважно на білоруську аудиторію

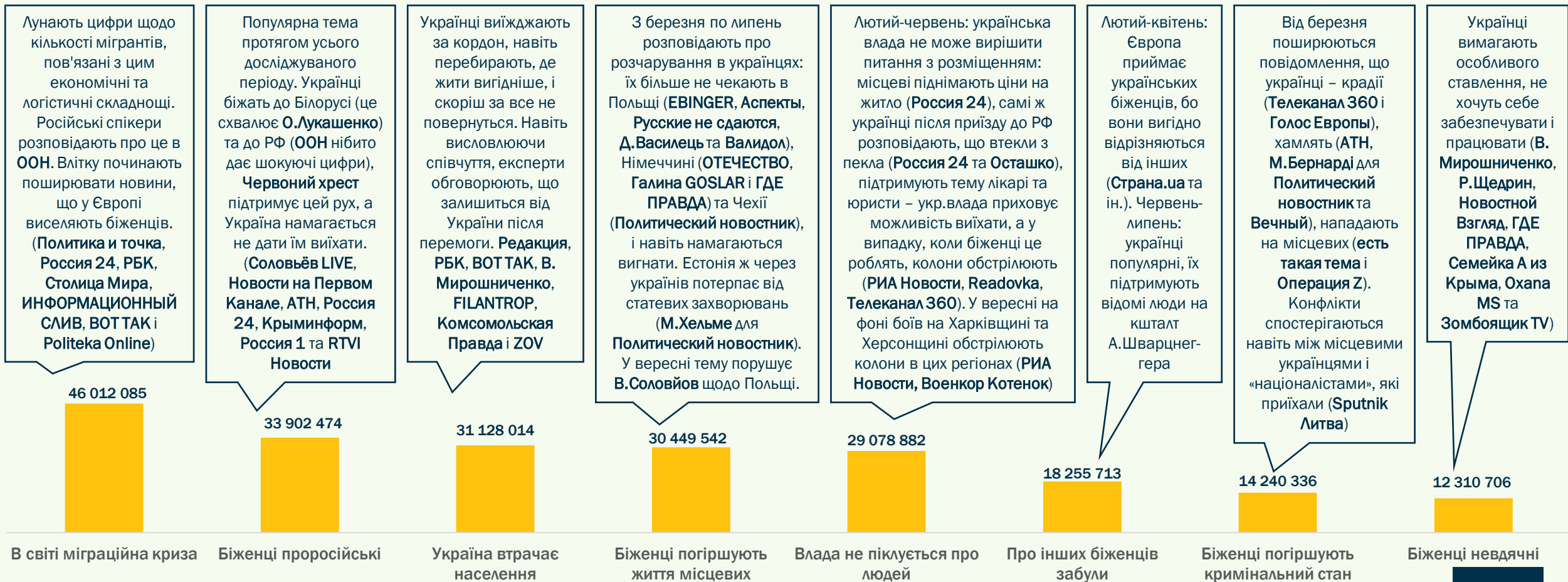
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

Суперечливі меседжі є і тут: біженці одночасно і багаті, і знедолені, країни і нехтують біженцями, і надмірно піклуються. За часом теж є різниця: якщо в лютому і на початку березня активно поширюються теми про складність виїхати: черги, відсутність зручностей та грошей, небажання української влади випускати населення аж до обстрілів, то з березня активно поширюють «відгуки» місцевих, в першу чергу про загрозу безпеці мешканців окупованих територій від українців

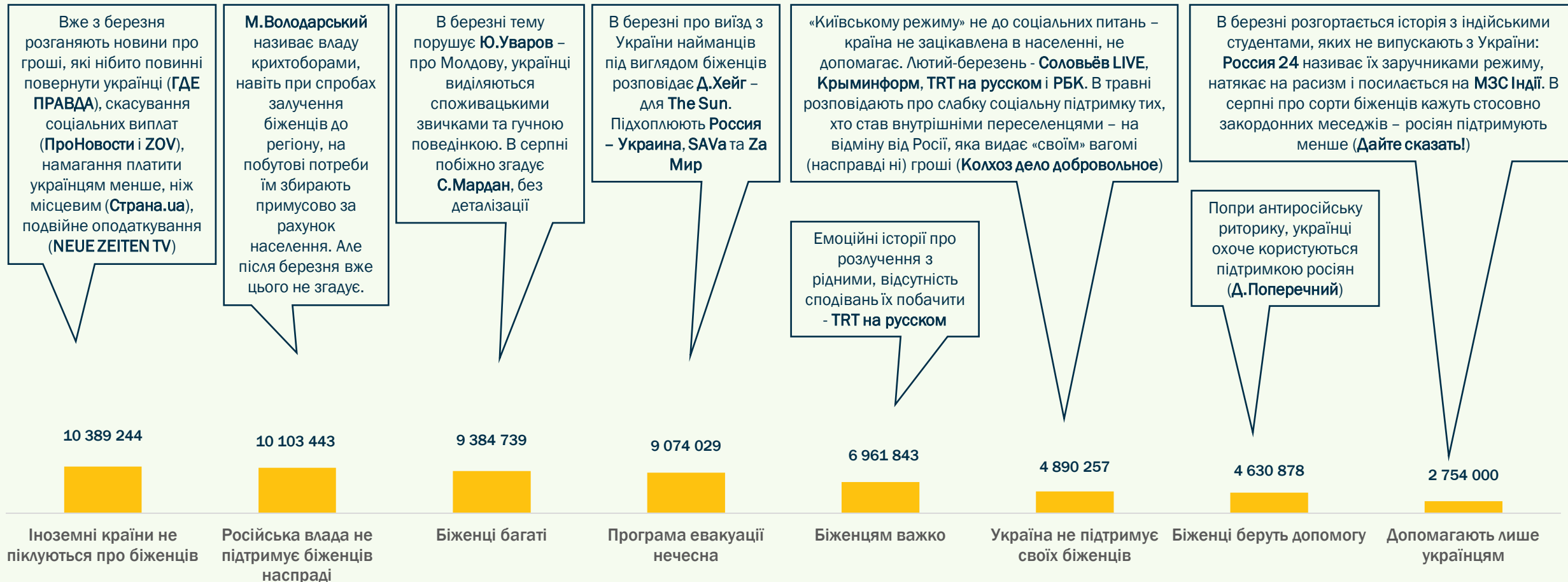
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

Помітним стає наратив відторгнення та бездомності – українців лякають скасуванням виплат, депортацією з країн-партнерів, платою за допомогу. Також вагомим для російської пропаганди стає нацизм – індійські студенти та загалом різні умови для різних груп викликають жваву апеляцію до так званих європейських цінностей

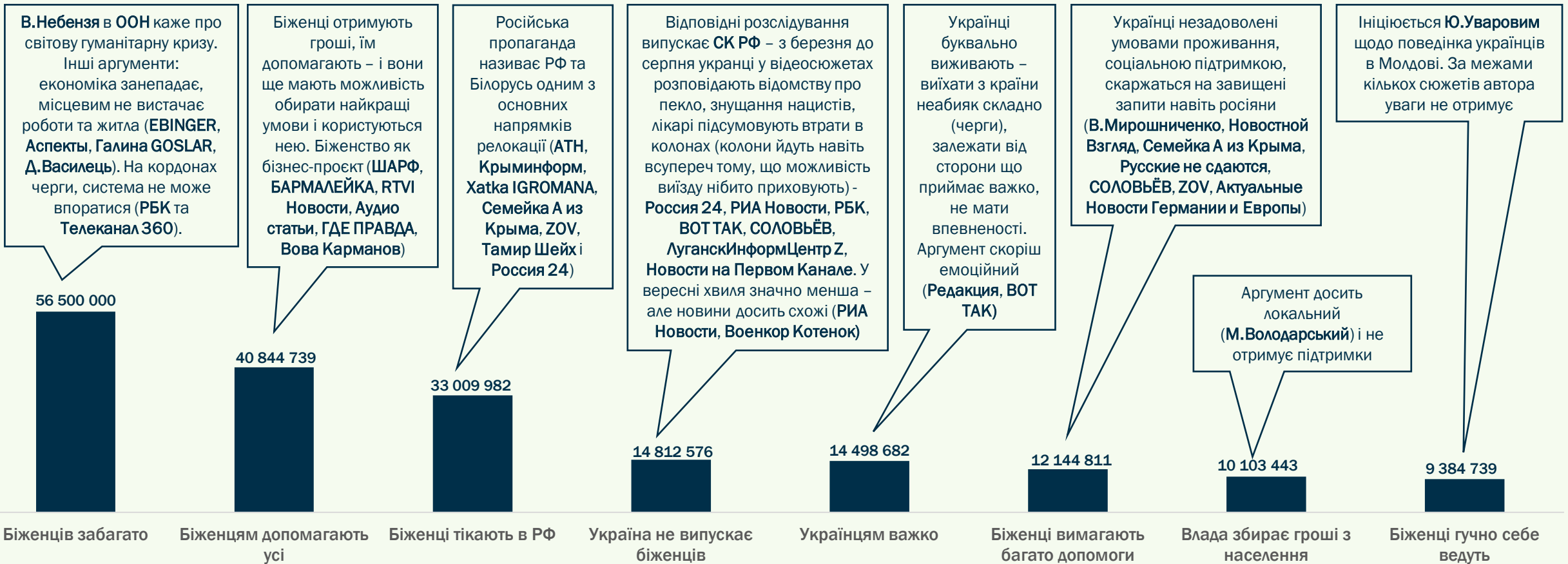
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

Найсуперечливіша аргументація – про те, що біженці, коли тікають до РФ, то викликають співчуття, і скарг на їхню поведінку немає, але щойно ідеться про біженців на Захід – вони там поводяться як дикуни і стають небажаними

(кількість контактів з аудиторією)

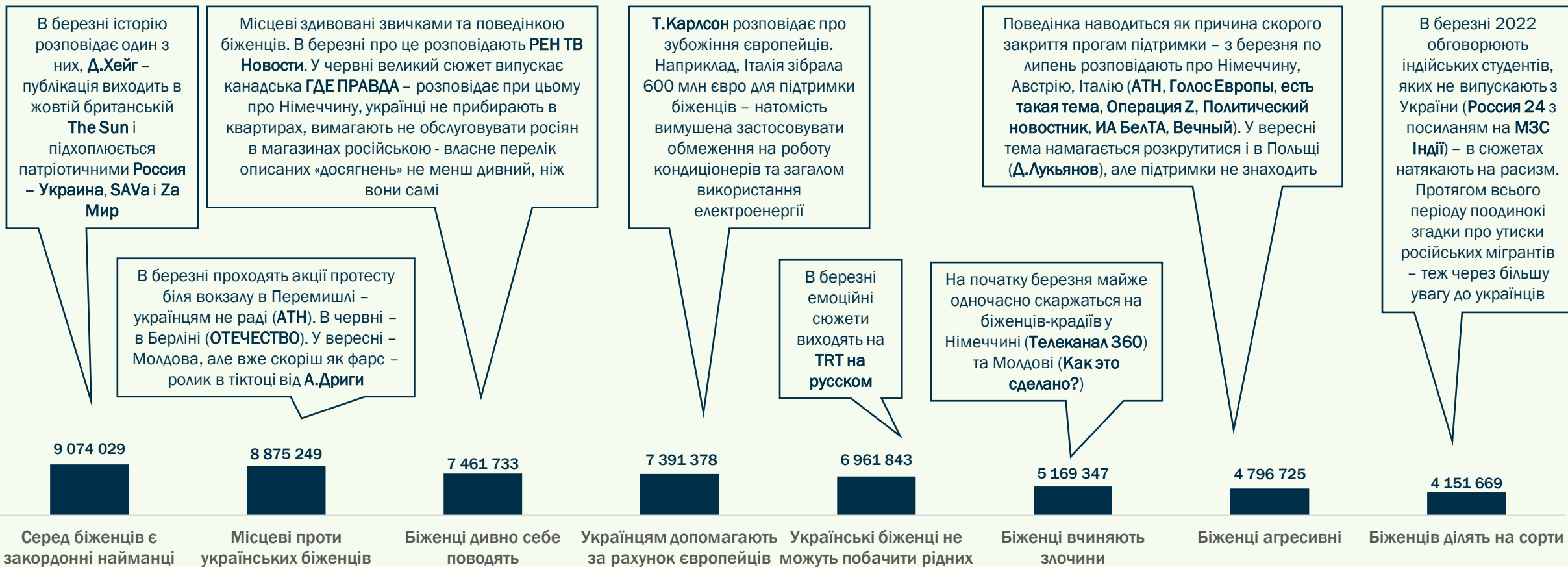




# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ (ПРОДОВЖЕННЯ)

Кілька помітних тем (як-от найманці замість справжніх біженців) досить швидко втрачають увагу – після публікації першоджерелом їх підхоплюють не найпопулярніші пропагандистські канали. Офіційна ж російська пропаганда зосереджена на незручностях для в першу чергу Німеччини – кримінальна ситуація, написи фекаліями та інші історії, які йдуть врозріз із порядком в країні. Прикметними є синхронні поширення однакових аргументів у Польщі та Німеччині

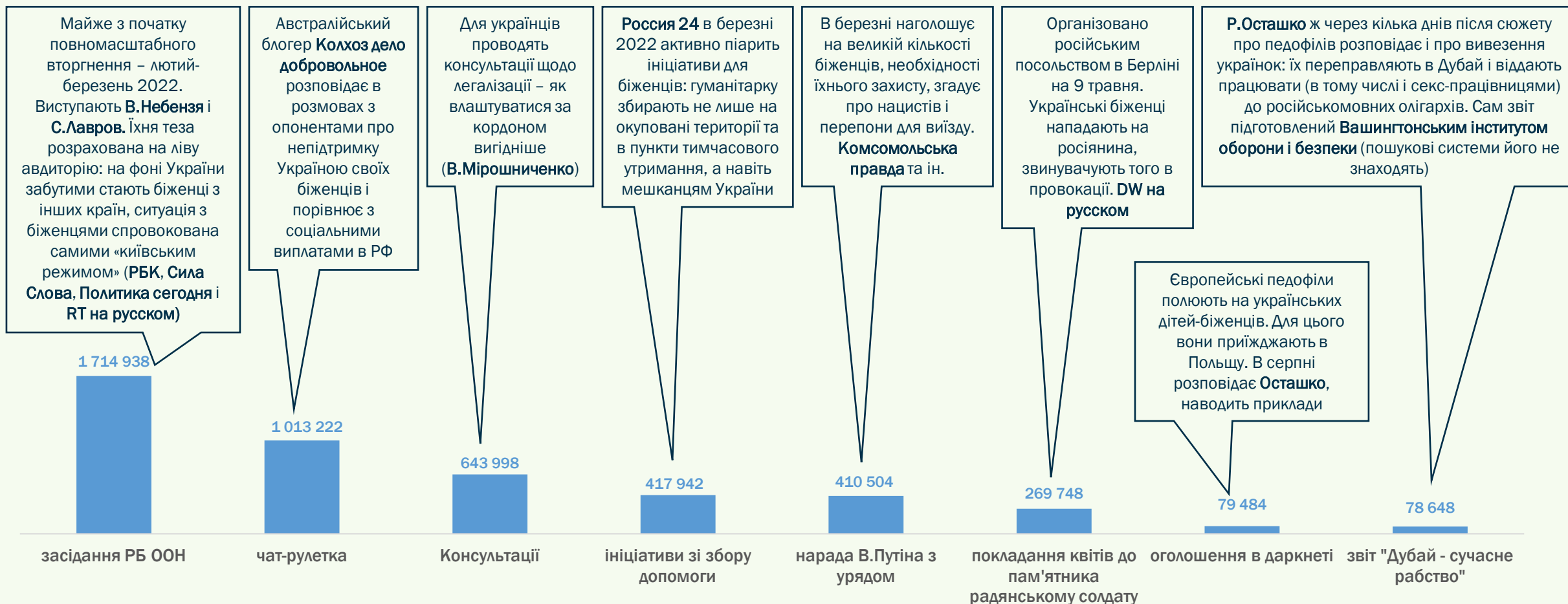
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРИВОДИ, ЗАПУЩЕНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Найгучнішим інфоприводом стають промови російських дипломатів в ООН (на Радбезі та засіданні з прав людини). Загалом російські офіційні заяви звучать однаково: турбота про пересічних громадян (окремо вона виливається і в волонтерські ініціативи) та боротьба з нацизмом. Організована німецьким посольством подія вкладається в цю канву

(кількість контактів з аудиторією)





# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Обурення:** російські чиновники не допомагають біженцям насправді (М.Володарський), поляки (В.Мірошніченко) та молдовани (Россия 24) шоковані поведінкою українців, Західна Україна наживається на ВПО (Россия 24), українські біженки руйнують європейські родини (Step by step), біженці в Крим вимагають забагато уваги (Семейка А из Крыма), індійців загалом не випускають з України (МЗС Індії для Россия 24).

**Гнів:** викликає історія британського найманця, який як біженець виїхав з України (Россия – Украина, SAVa), гучна поведінка українців у Молдові (Ю.Уваров) та Німеччині (Телеканал 360, ОТЕЧЕСТВО, Р.Щедрин, АТН).

**Тривога:** за долю українців, які не можуть вийти гуманітарними коридорами (Россия 24, Телеканал 360, Новости на Первом Канале), долю українців, які доїхали до РФ; окремо хвилюються за дітей (Россия 24 збирає допомогу), світова міграційна криза (Телеканал 360, Onliner, Azattyq TV).

**Сум:** діти не побачать рідних (TRT на русском), українці розчарувалися в переїзді (ГДЕ ПРАВДА, Охана MS), а поляки (EBINGER) та німці (Галина GOSLAR, Р.Алябьев) в українцях, Україна проти підтримки біженців в РФ Червоним Хрестом (ZOV).

**Радість:** тепер українці в безпеці в Білорусі (АТН, Хатка IGROMANA), Криму (Семейка А из Крыма), Росії (RT на русском, aftershock, Новости на Первом Канале), в тому числі росіяни радіють тому, що «у Зе обморок» (він не очікував цього напрямку) – Тамир Шейх.

**Цікавість:** до розповідей українців про знущення ЗСУ та влади (Крыминформ), складнощі життя за кордоном (Страна.ua).

**Втома:** українські біженці скаржаться на важке життя під час війни, на нових місцях перебування.

**Обурення найбільше транслюється назовні – Росія емоційно розповідає про свою діяльність із порятунку українців і перешкоди, які цьому чинить «київський режим» – навіть гнів на біженців отримує меншу увагу, ніж бажання країни-подорожника звинуватити інших у злочинах**

(кількість контактів з аудиторією)



## 2.2. ВІРУСНІ ПОСТИ І БОТ-АТАКИ

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

Поширення дописів в українському FB – максимальне, і, імовірно, принаймні частково природне. Найбільше потерпає від українських біженців, згідно з ботами у VK, Молдова: про це пишуть і в Росії, і на окупованих територіях. А от сама ця країна більше помітна на Facebook – і там поширюють заклик до українців пристойно вести себе в Польщі. Шок-контент про напади «Азову» на біженців найбільше помітний в Однокласниках, при цьому пабліки для поширення до початку повномасштабного вторгнення поширювали гумористичний та кулінарний контент



**Facebook:** користувачі з України масово поширюють заклики вести себе за кордоном пристойно: «не на відпочинок приїхали». Тексти вперше з'являються в польських пабліках. Часто вони дубльовані польською мовою і подаються як крик душі і українців, і поляків. При цьому самі поляки поширюють і цей заклик, і розвінчання російської пропаганди про невдячних біженців з посиланням на молдовське видання **NewsMaker.md**. Тексти поширюють переважно жінки, часто українські дружини поляків. Публікації про Польщу поширюють і користувачки із **Молдови**. Щоправда частина профілів наразі вже недоступна.

**OK:** в Росії розповідають про звірства «Азову» у групах, створених для «побутової» тематики (**Убойные приколы, Мужской союз, Мир мужчин, Кулинарный поединок, ВЕДЬ СМЕХ, Прекрасная женщина, Музыка в твоём сердце**). Сторінки користувачів зі США також поширюють ці історії, до яких додають меседжі з брифінгу російського Червоного Хреста про те, що в РФ про біженців піклуються (**Это ИнТеРеСно ЗнАть**).

**VK:** росіяни хвилюються за Молдову, Польщу та Німеччину, адже українці приїхали на іномарках та диктують свої правила (**Я – Пенсионер**). Українські пабліки та сторінки – переважно кримські. Вірусним у них стає жартівливий текст «Доклад В.Жириновському на питання: які новини в світі?», який також згадає незадоволення молдован – авторство анонімне, але можливо належить **В.Павлюченкову**.

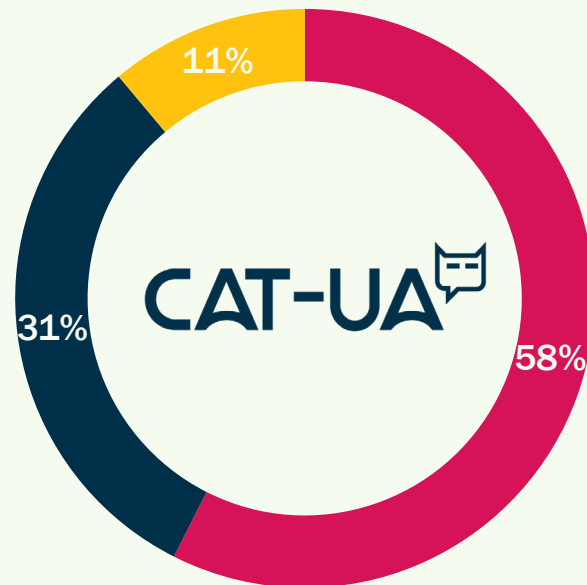
**Twitter:** в РФ також помітні тренди **закликів до гостей ЄС:** українців закликають бути прикладом для інших біженців. Цей же текст поширюють **українські користувачі**. В обох випадках це переважно чоловіки.

**YouTube:** популярний у росіян (та раптово в Данії) **Ю.Подолька** – розрізнені меседжі про українських біженців, які неодмінно погіршать ситуацію країн, які їх пустили, думки про вирішення світових міграційних проблем.

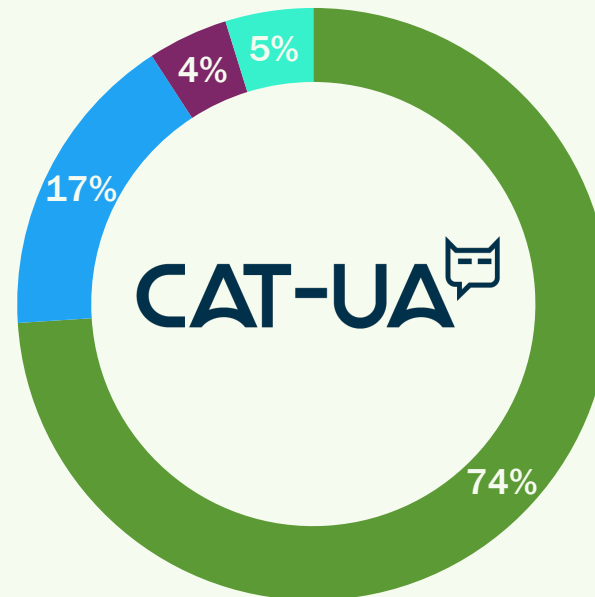
## ДЕМОГРАФІЯ І ТИПИ ПОВІДОМЛЕНЬ У СОЦМЕРЕЖАХ

Неособові акаунти в соцмережах частіше стають джерелами фейків, тексти пізніше поширюються окремими користувачами, а боти частіше створюються як жіночі профілі. При цьому поширення наративів у коментарях не таке часте: коментарі частіше формально погоджуються з дописами. На поширення сюжету про обстріл колон біженців (від «*українською стороною*» до персонально «*Азовом*») працює пропагандистська машина державних каналів: РІА Новості, новинні пабліки переважно центрального регіону РФ, «силові» сторінки (ОМОН, ВДВ), близькі до влади політтехнологи. Після хвилі звинувачень (у березні) в квітні це підтримується «гуманітарними» звітами (координувана робота з евакуації тощо) в популярних патріотично-військових пабліках. В березні ж патріотичні сторінки в Телеграмі спростовують нібито фейки українських ЗМІ про розстріл українців на прикордонних пунктах пропуску

(кількість повідомлень, у відсотках)



- Жінки
- Чоловіки
- Неособові акаунти



- Репост
- Пост
- Коментар
- Доповнений репост

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Найбільш пікове поширення дописів про біженців (зокрема про ЗСУ, які не дають українцям виїхати до країни, яка про них піклуватиметься, тобто до РФ) стартує в березні 2022 у популярних патріотичних пабліках. Хвиля вірусного поширення в Однокласниках ведеться в кулінарних пабліках (втім, з лютого всі вони оперативно стали переважно патріотичними)

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

Серед «авторських» меседжів складна ситуація в Молдові отримує найбільше та найчастіше поширення – і від місцевих, і від білоруського журналіста. Політикум представлений не мейнстрімними діячами, які закликають їхати до Росії: на відміну від інших країн, вона допоможе

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

На відміну від лідерів думок, тут набагато менше поширюються офіційні російські меседжі з міжнародних майданчиків, і більше помітні меседжі, створені спеціально під конкретні групи (як-от молдован)

(кількість повідомлень)

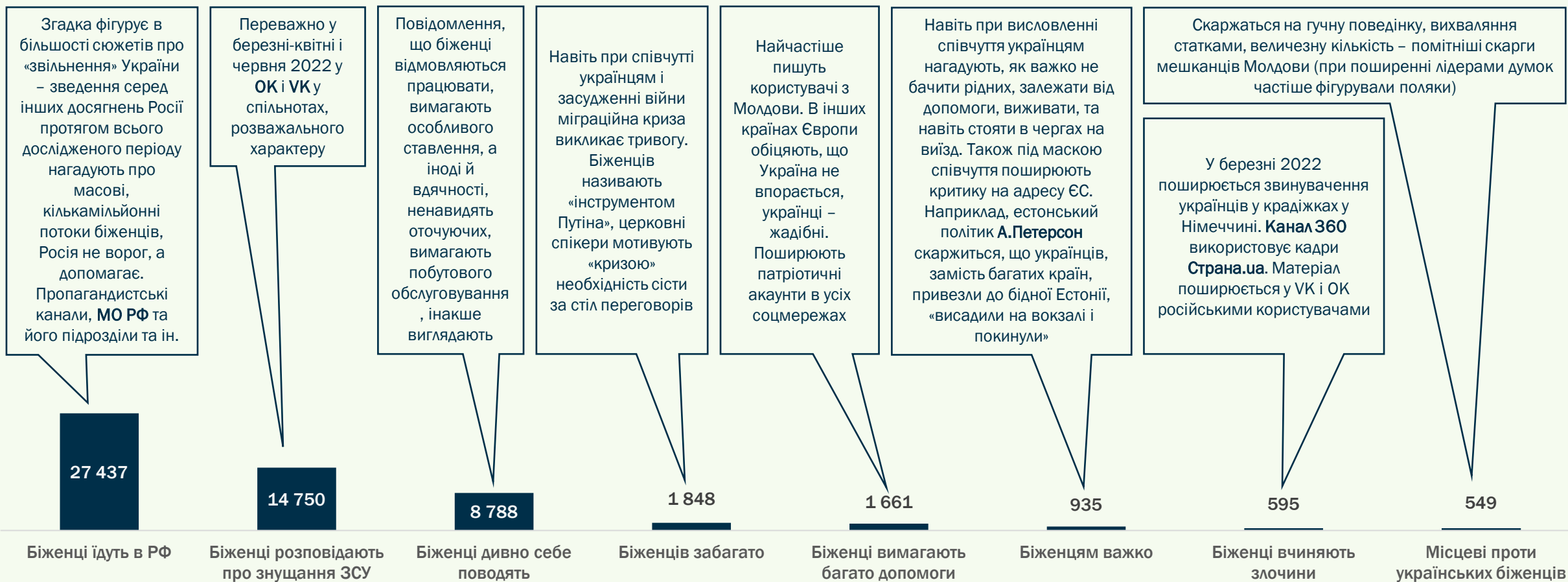




# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

Навіть при активному бажанні висвітлити жорстокість «азовців» та загалом ЗСУ, активніше штучне поширення отримує ідея переїзду до Росії

(кількість повідомлень)

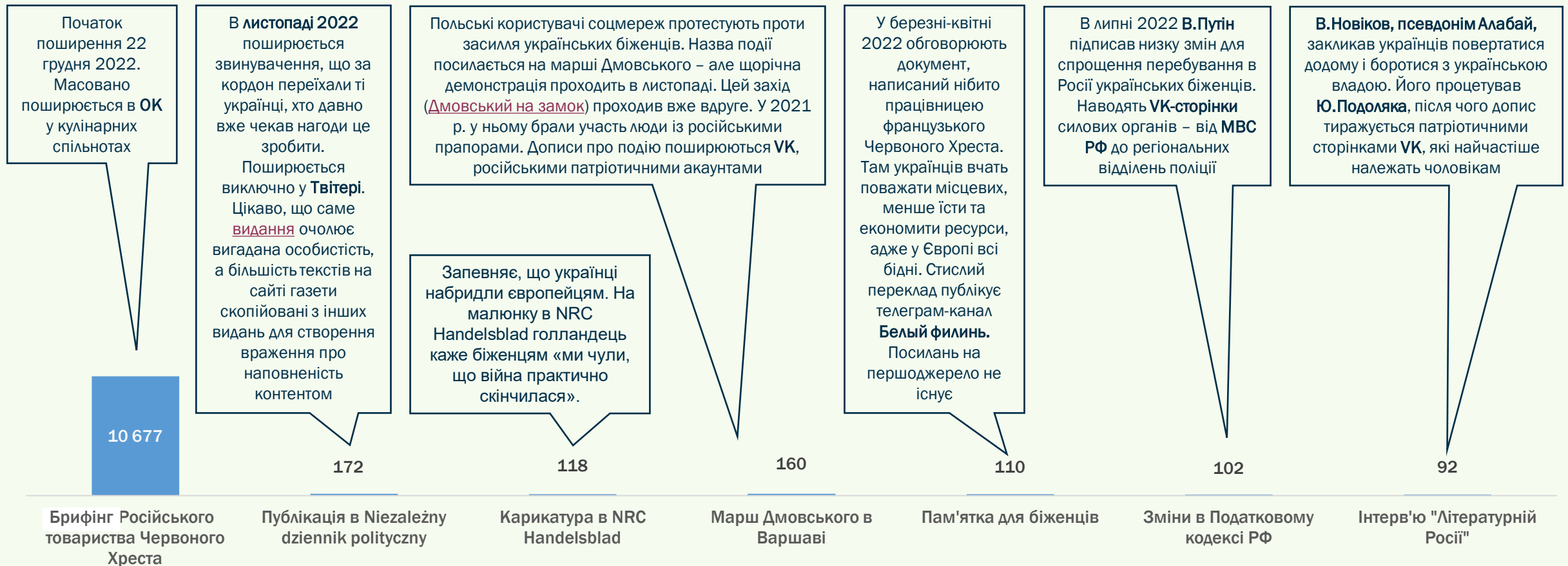




# КЛЮЧОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРИВОДИ, ЗАПУЩЕНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Боти майже ніколи в цій темі не просували інформації за інфоприводами. Найпомітніші зусилля – щодо меседжів із брифінгу російського відділення Червоного Хреста: поширення однотипними сторінками свідчать, що це ботоферма, яка розвивалася заздалегідь. В іншому ж меседжі просуваються через неіснуючі медіа та через «рейдерство» назв реальних подій

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Гнів:** Жителі **Молдови** у шоці та гніві від поведінки українських біженців, які хизуються багатством, некультурні і невдячні (Ю.Уваров, **Росія 1**, **Русские Онлайн**, **Палата №6**, **Анти ЧП**). Українці у **Швейцарії** в шоці від біженців з України в Швейцарії (**Tv KG**, регіональні сторінки в усіх соцмереж: **КУРСКИЙ БОМОНДЪ**, **НОВОСТИ ЯКУТИИ**, **Z-PolitWera**, **Новости Якутии** и **Якутска**, **Цельный Взор**, **Светлова на связи**, **Milana.Malinovna**)

**Радість:** **Т.Москалькова** звітує у Держдумі про успішну роботу з біженцями (наводять канали, пов'язані з **Башкортостаном** та партією «**Єдина Росія**» у регіоні); вірші **Г.Шуркіної** – радість за «добру» Росію, яка звільняє українців (православні та «мудрі» пабліки **VK**, сама авторка поширює вірші в коментарях до патріотичних дописів лідерів суспільної думки. «**Єдина Росія**» звітує про свої ініціативи для **маріупольців** у **VK**)

**Надія:** що Україна випустить біженців і не буде обстрілювати (гуманітарний штаб **МО РФ**, поширюють політичні Телеграм-сторінки. Надія, що *відповідні органи* розберуться з зі злочинами України, примусовою вакцинацією біженців та звільнення територій України (**Ветерани Росії**, поширюють через антивакцинаторські пабліки).

**Обурення:** українці вічно просять допомоги (часто **донецькі** та **кримські** пабліки), українці ведуть себе неприйнятно (про **Німеччину**, але поширюють російські **Телеграм-канали**)

**Гнів стає «найгучнішою» емоцією, що приписується мешканцям багатостраждальної Молдови та Швейцарії (де першоджерелом обурення є киргизький канал). Радісний фон дають звіти російських політиків про евакуйованих до РФ**

(кількість повідомлень)



# ПОШИРЕННЯ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ ПРО БІЖЕНЦІВ З УКРАЇНИ

## Стратегія побудови інформаційної кампанії

Тема українських біженців та ВПО у російській пропаганді не є цілісною: вона скоріше використовується для просування інших наративів для різних аудиторій. Можемо виокремити кілька таких напрямків: для Росії – показати, що їхня держава дбає про біженців: для України – агітувати їхати до Росії, а не до Європи, налаштувати на злиденне життя в ЄС; для західних країн – посварити місцевих мешканців з українцями, а також переконати, що настала гуманітарна криза. Отже, наявність суперечливих меседжів тут пояснюється не бажанням створити хаос, а націлянням на різні аудиторії.

Так само по-різному для різних аудиторій залучаються спікери та емоції, а також платформи соціальних мереж (наприклад, для українців у Польщі – Фейсбук, а для українців, що можуть виїхати до РФ – мережі, заборонені в Україні: Однокласники та Вконтакті). Останнє можна пояснити тим, що російські політики та блогери часто дистанціюються від «ворожих» каналів поширення інформації або забанені там. А з іншого боку, можна вважати, що українці, які попри заборону з 2017 р. користуються останніми двома соцмережами – більш занурені в російський порядок денний, ідентифікують спікерів і вже є «підготовленою» до пропаганди аудиторією.

В цій темі дуже помітне використання офіційних російських та білоруських медіа на платформах СМ: вони популяризували меседжі, сказані на міжнародних майданчиках. Лише в окремих країнах з потужними проросійськими партіями, як-от у Польщі, також використовувалися мейнстрімні канали. На решту ж аудиторії (як-от у Молдові) намагалися впливати через бот-мережі.

Те, що меседж про невдячність українських біженців майже одночасно запускається у Молдові та Німеччині, може свідчити, що існує структура, яка планує кампанії одночасно в різних країнах, підбираючи для кожної специфічні аргументи.

## 3

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ПРОДАЖ  
УКРАЇНСЬКИХ ДІТЕЙ  
ТРАНСПЛАНТОЛОГАМ ЧИ  
ПЕДОФІЛАМ

# ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ПРОДАЖ УКРАЇНСЬКИХ ДІТЕЙ ТРАНСПЛАНТОЛОГАМ ЧИ ПЕДОФІЛАМ

## Загальний опис теми

**Часовий проміжок проаналізованого періоду: 26 лютого 2022 – 31 серпня 2023 року.**

В умовах повномасштабного вторгнення РФ масово депортує українських дітей з окупованих територій України. Їх вивозять до окупованого Криму, Росії чи Білорусі нібито на оздоровлення або на відпочинок у таборах. У березні Міжнародний кримінальний суд [видав](#) ордер на арешт російського диктатора Володимира Путіна та уповноваженої з прав дитини у РФ Марії Львової-Белової через незаконну депортацію українських дітей.

Натомість російська пропаганда, щоб перекрити новини про скоєні злочини, запускає фейки про те, що українці продають неповнолітніх дітей на органи закордон та залучають ЗСУ, які вивозять дітей з окупованих територій на продаж. А також робить назмірний акцент на кожному виявленому в західних державах повідомленні про дійсні підозрілі кейси, зазвичай про такі, коли торгівля людьми була викрита чи упереджена. Часто в одних і тих самих пропагандистських публікаціях обвинувачують у торгівлі дітьми й з іншою метою: для розваг педофілів.

Ці теми навряд чи можна вважати окремою інформаційною кампанією: скоріше, ідеться про тематичні заготовки, які можна час від часу активізувати: з потребою або без потреби, а також реагувати на природне виникнення такої інформації, розганяючи її.

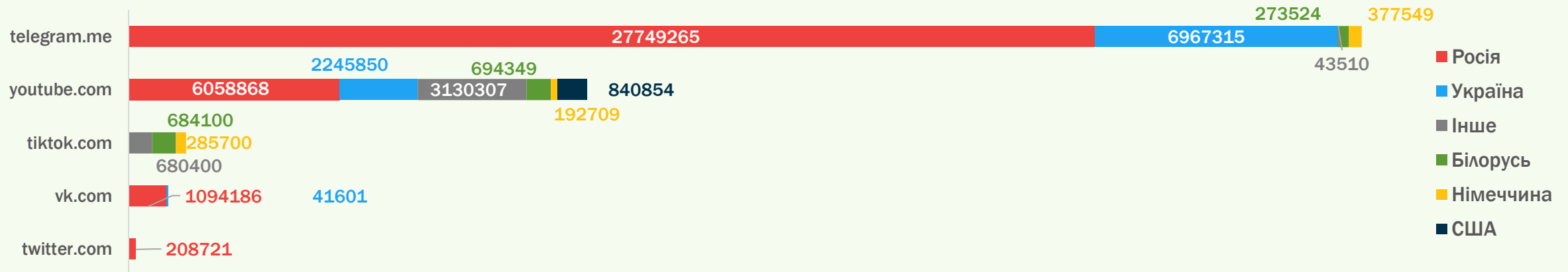
Окрім дітей, за неправдивими повідомленнями російської пропаганди, жертвами так званої «чорної трансплантології» в Україні нібито, серед інших, стають військові. Ще одним меседжем у цій темі є історії про українських біженців, яких «розбирають на органи» у європейських країнах. Одним із яскравих прикладів у цьому випадку можна назвати новину російського видання «Известия» про те, як у Польщі переселенця з України начебто «розпродали» чотирьом реципієнтам.

# 3.1. НАЙПОПУЛЯРНІШІ ДОПИСИ (ПЕРЕВАЖНО ЛІДЕРИ ДУМОК ТА ВІДОМІ МЕДІА)

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

Меседжі про педофілію та суголосні з ними інфоприводи не надто відрізняються, залежно від соцмережі. У Telegram популярності набули масовані новини однакового змісту про викриття серії кейсів (британські педофіли в Польщі, 52-річна українка-біженка в Познані тощо), час від часу – з посиланням на західні медіа та правоохоронні органи

(кількість контактів з аудиторією у кириличному сегменті соцмереж)



**Telegram:** у Росії меседжі, перш за все, поширюють пропагандистські ресурси (Україна.ру, СОЛОВЬЄВ, Осташко! Важное та інші). Рідше це роблять офіційні особи (В.Володін, М.Захарова). Перші і другі підхоплюють однакові інфоприводи, як-от статтю про британських педофілів у Польщі, які «полюють на українських дітей», та заяви певного кола спікерів (Д.МакГрегор, ОБСЄ тощо). В українському сегменті телеграма – ідентичне до російського коло інфоприводів і спікерів. Найпомітніші канали: Політика Страны, Сплетница тощо. **Білорусь:** стаття Guardian про українське сурогатне материнство в контексті проблеми торгівлі дітьми (БелВПО). **Німеччина:** переклади німецькою мовою постів деяких російських ТГ-каналів (наприклад, ретрансляція свідчень «ексагента СБУ» В.Прозорова).

**YouTube:** серед користувачів з РФ проблему педофілії та торгівлі дітьми з України розганяють деякі топові провладні відеоблогери або сторінки пропагандистських медіа

(Н.Міхалков і його Бесогон TV, телеканал Царьград ТВ). Ключовим ретранслятором меседжів для України були щоденні стріми на ютуб-каналі МРІЯ (нині заблокований та видалений).

**TikTok:** користувачі з Білорусі, Німеччини та інших країн поширюють однотипні повідомлення про затримання біженки в Польщі, сюжети з описом схем продажу дітей за кордон сурогатними матерями. Іноді – повідомлення про причетність ЗСУ до крадіжки дітей.

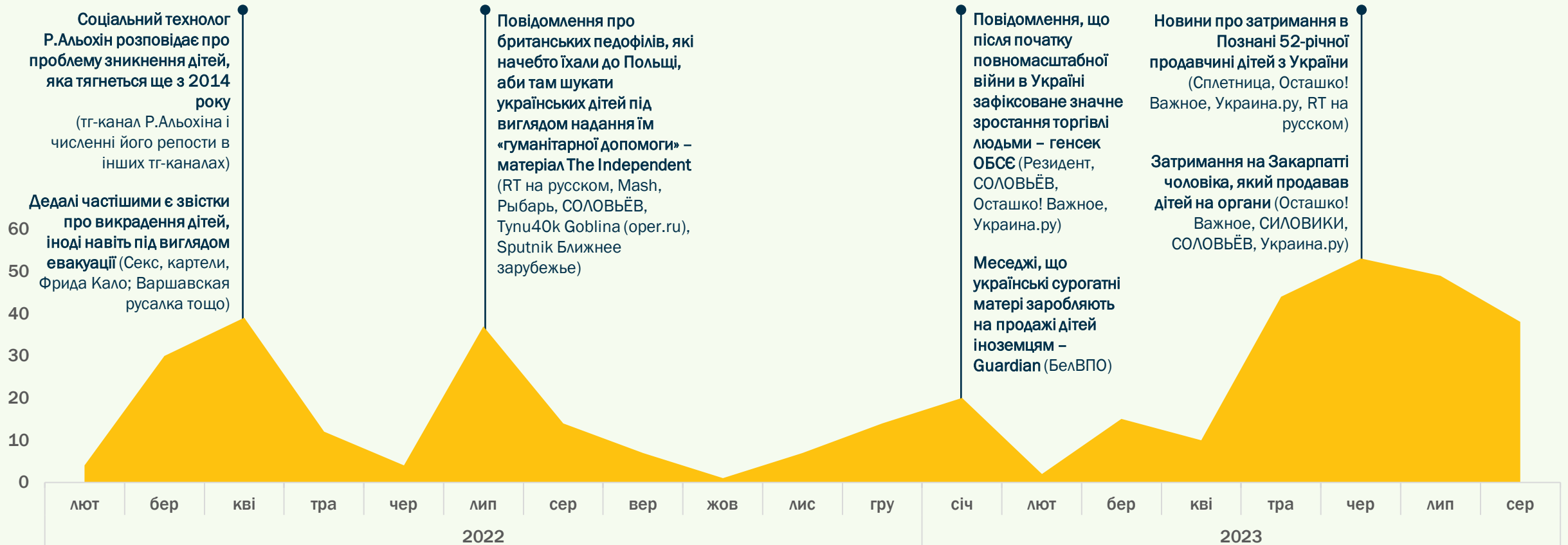
**VK:** росіяни дублюють адженду телеграм-каналів, але з набагато меншим охопленням (про британських педофілів, багатодітну маму з Дніпропетровщини в Польщі).

**Twitter:** одиничний твіт російського опозиційного медіа The Insider про затримання жінки в Познані, яка продавала прийомних дітей педофілам.

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Перші сплески уваги до теми педофілії були пов'язані з міркуваннями експертів або повідомленнями, не побудованими на конкретних фактах. Згодом були різні хвилі, побудовані на більш або менш аргументованому фактажі: низку виявлених кейсів торгівлі дітьми в Європі (пік припав на літо – через множинність інфоприводів). Помітна активізація пропагандистів у темі після ордеру на арешт Путіна

(кількість постів)





# КЛЮЧОВІ АВТОРИ КОНТЕНТУ

**Здебільшого авторами контенту є ключові політичні пропагандисти та їхні ресурси (Осташко! Важное, Украина.ру, СОЛОВЬЇВ тощо). Час від часу високе охоплення здобувають то спікер Держдуми РФ, то військовий пропагандист Ю.Подолька, однак вони не є системними трансляторами звинувачень**

(кількість контактів з аудиторією; в дужках – канали комунікації авторів у СМ)



# ОСНОВНІ ГРУПИ СПІКЕРІВ ДОПИСІВ

**Західні правоохоронці:** меседжі про підозрілу активність британців у Польщі щодо українських дітей базуються на виявленні в базах даних інформації про судимості педофілів. Джерела: публікації у **NCA** та **The Independent**. Найчастіше їх поширювали телеграм-канали і спільноти VK: **RT на русском, ВЕСТИ, LIFE.ru** тощо.

**Західні військові:** американець **Д.Макгрегор** запевнив, що 50-60 тисяч осіб, на його думку, стали жертвами торгівлі людьми. Його позицію поширили російські телеграм-канали: **Дядя Слава, Осташко! Важное**, та деякі українські проросійські автори із Телеграму: **Мрія, TarikNezalejko**.

**Західні журналісти:** американець **К.Морріс** і його заява про процвітання торгівлі дітьми та органами в Україні. «Розслідування» французьки **К.Неан** з **Donbass Insider** про дотичність загону поліції «Білі янголи» до вивезення дітей з прифронтових міст для продажу за кордон.

**Західний правозахисник:** заяви генсека ОБСЄ **Х.Шмід** про зростання обсягів торгівлі людьми в Європі, польська правозахисниця **І.Пахвицевич** про те, що Іспанії продали цілий дитячий будинок Маріуполя разом з його вихованцями.

**Українські спецслужбисти:** «свідчення» експрацівника СБУ **В.Прозорова** про причетність його спецслужби до примусового вивезення дітей в Британію для продажу педофілам, **В.Міщенко** – про роботу «чорних трансплантологів» у Бахмуті з подачі ЗСУ.

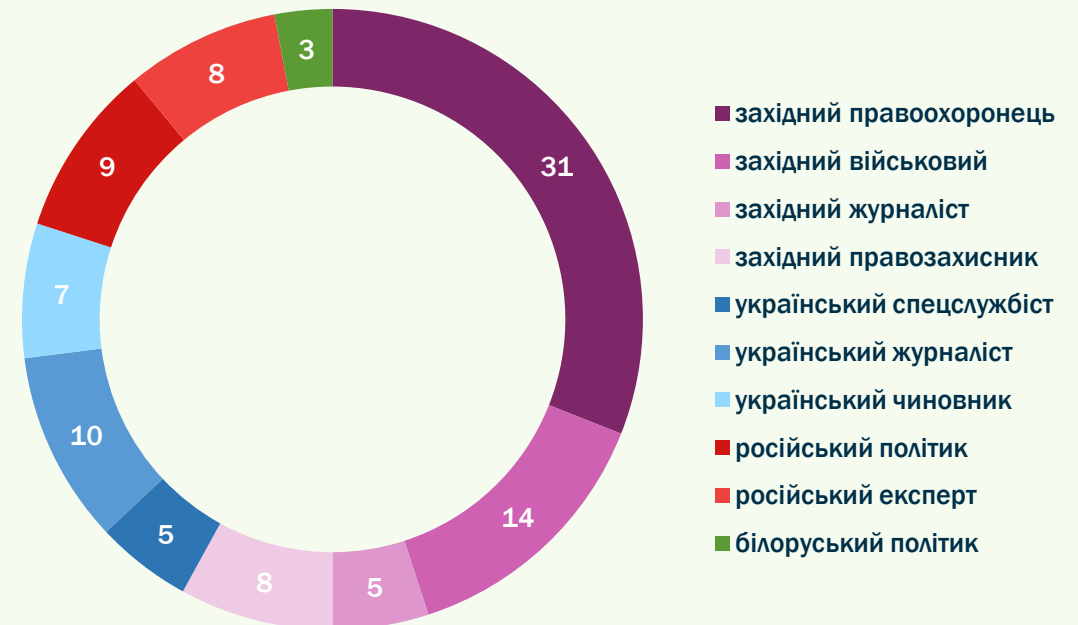
**Українські журналісти:** **В.Глагола** став джерелом новини про затримання чоловіка на Закарпатті, що вивозив дітей у Європу для продажу. Новину із посиланням на Глаголу поширили: **Блокнот Россия, Украина.ru, Пономарь Live. Украина.ru** також цитувала заяви **С.Єгорової** про проблему зникнення дітей з зони бойових дій і, мовляв, стають жертвами педофілів.

**Українські чиновники:** додавання підтексту про продажу людей на органів до цитат **І.Верещук** та **О.Синегубова** про примусову евакуацію дітей із зон, близьких до бойових дій. Критика **І.Суислової** у публікаціях про випадки вилучення дітей з родин біженців у ЄС за те що спікерка, мовляв, замовчує проблему педофілів.

**Російські політики:** **В.Володін** звинувачує «київський режим» у торгівлі дітьми. Його цитують: **ТАСС, Украина.ru** та інші. **В.Небензя** в ООН заперечує причетність РФ до викрадення дітей, натомість заявляє про проблему торгівлі українськими дітьми в Європі.

**Найчастіше тему педофільї в Україні коментують групи західних спікерів: правоохоронні органи, які виявляють кейси торгівлі дітьми, правозахисники тощо. Часом у цій категорії трапляються лояльні до РФ спікери (Д.Макгрегор, К.Морріс, К.Неан). Росіяни – в меншості, навіть порівняно з українськими спікерами; й вони у своїх заявах швидше реактивні**

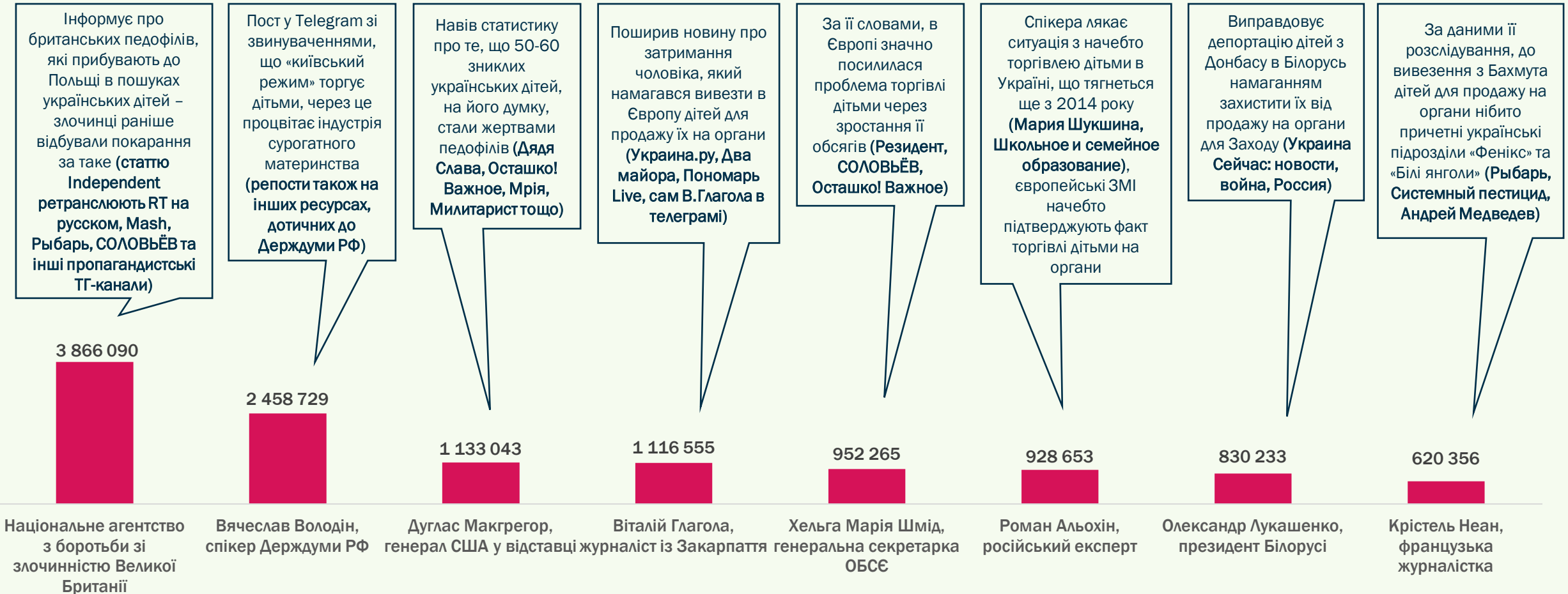
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

Головними спікерами кампанії є передовсім представники «колективного Заходу», хоча і там є носії проросійських поглядів (генерал армії США Д.Макгрегор) або представники організацій з потужним російським лобі (Х.М.Шмід від ОБСЄ), які комунікують вигідні Росії наративи – щодо проблем з торгівлею дітьми

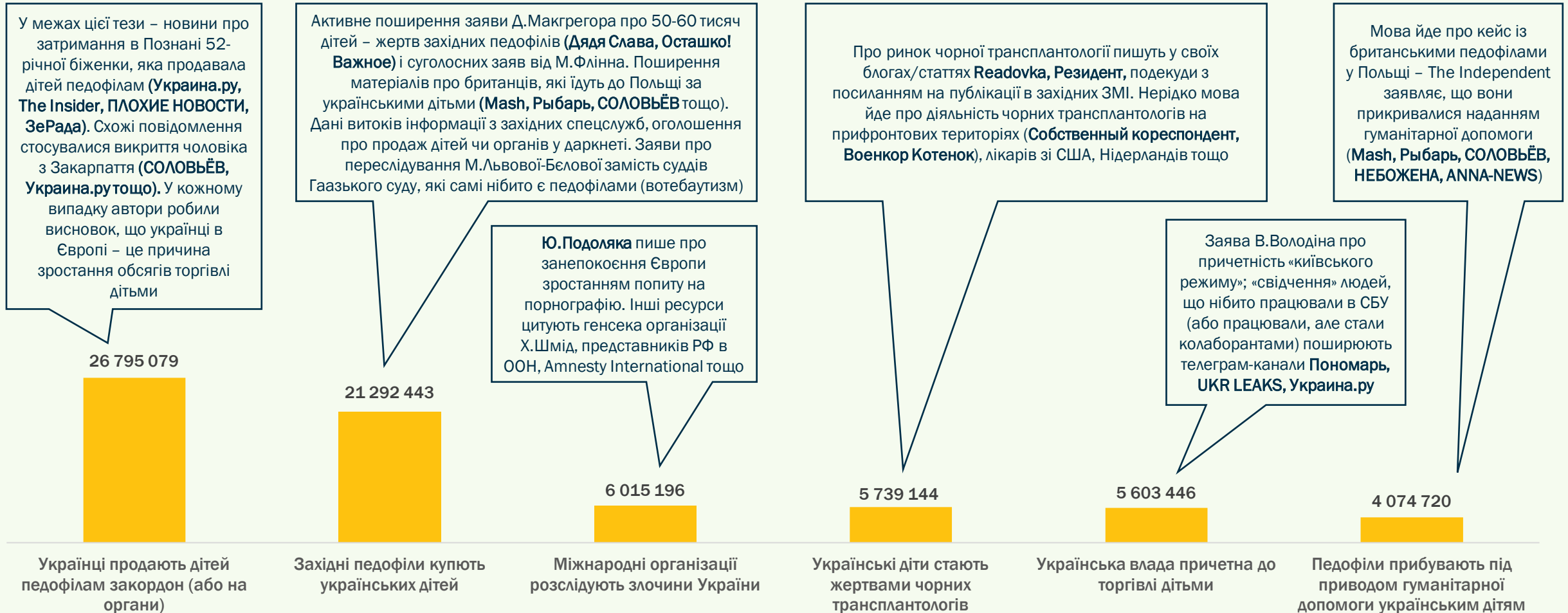
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

**У темі перемішані заяви західних діячів про реальні упереджені або підозрілі кейси (лише у темі педофілії, не трансплантології), з інтерпретаціями цих тем, які лягають у російський стратегічний наратив: про причетність української влади тощо**

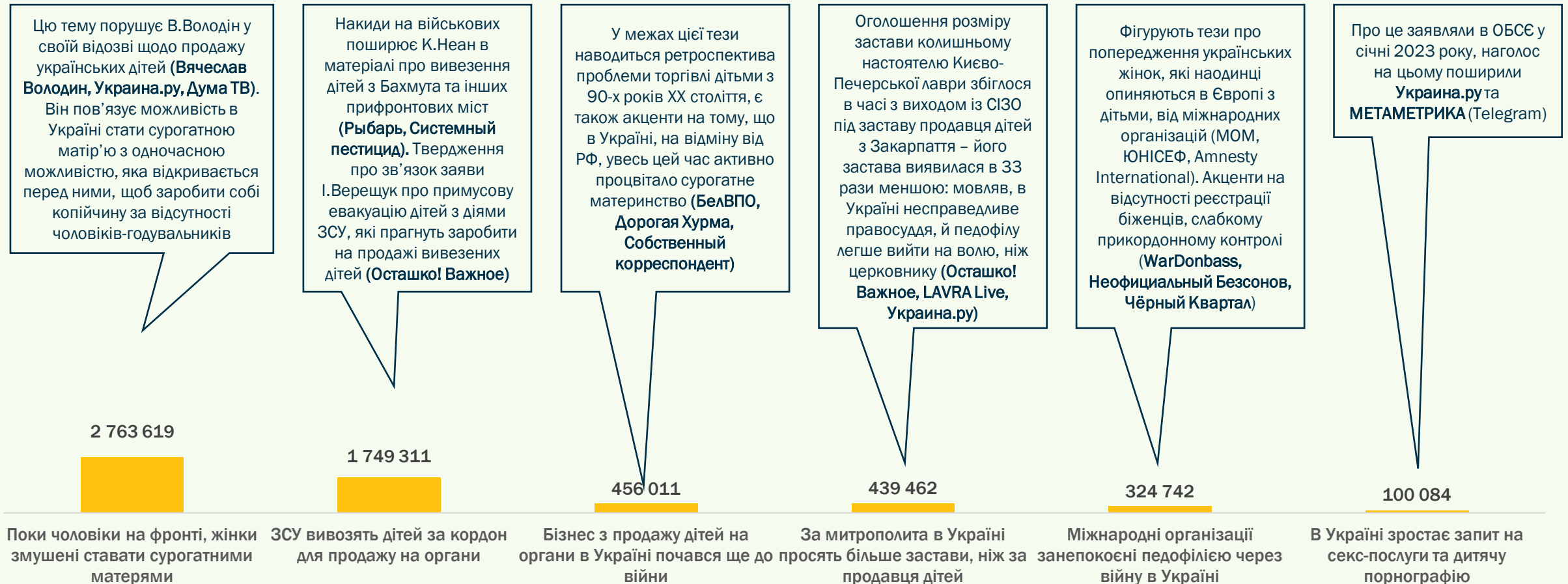
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ (ПРОДОВЖЕННЯ)

Часом за допомогою цієї перевірено резонансної теми намагаються вирішувати поточні комунікаційні завдання, як-от агітацію мешканців Бахмуту чекати на Росію, а не евакуюватися на Захід

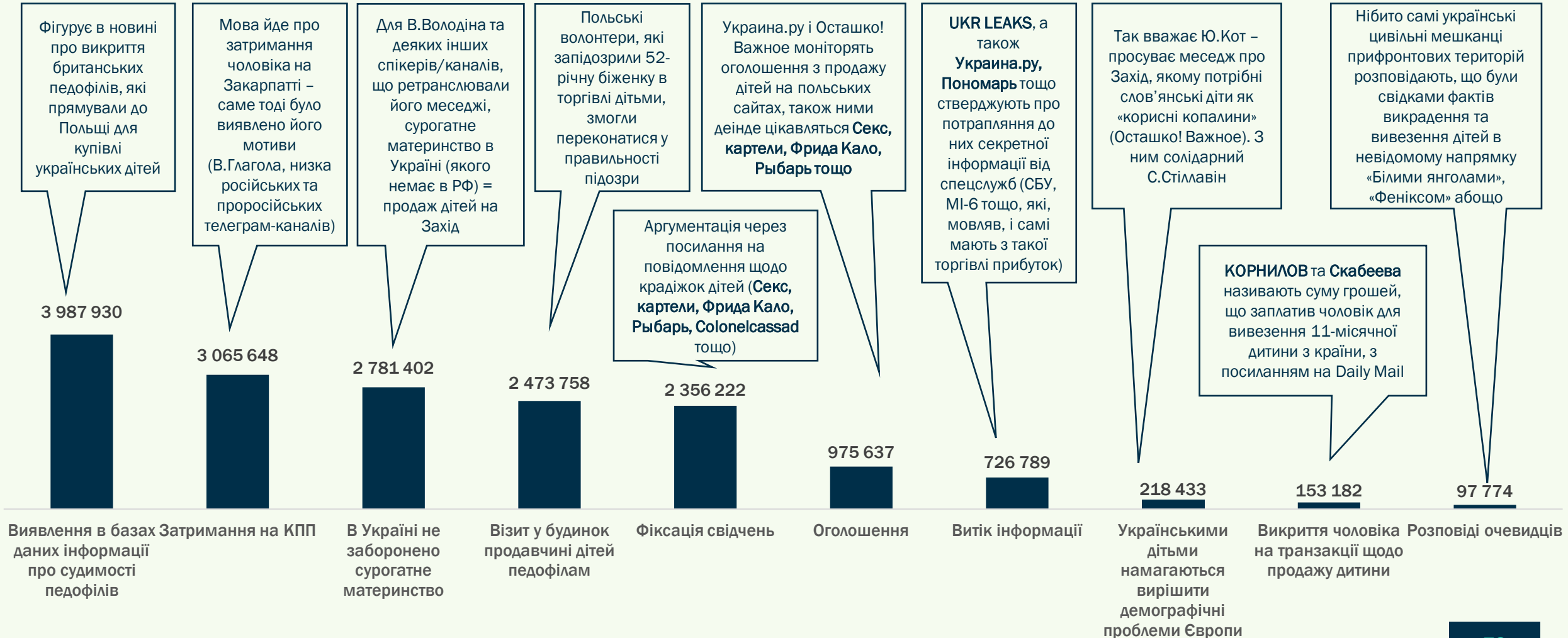
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

Популярні серед лідерів думок аргументи найчастіше прив'язані до певних гучних інфоприводів, що мусувалися різними авторами (викриття активності британських педофілів у Польщі, затримання в Познані 52-річної біженки з України)

(кількість контактів з аудиторією)





# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Гнів:** на британських педофілів у Польщі, що полюють на українських дітей; на чоловіка з Закарпаття, що намагався продати дітей за кордон; на українку в Польщі, що хотіла продати власних прийомних дітей і знущалася з них перед тим; на педофілів загалом, у чиїх руках діти з України стають «здобиччю» (Д.Макгрегор).

**Зневага:** до української влади (Украина.ру, Вячеслав Володин, Повёрнутые на Z войне), що, мовляв, займається продажем дітей; до українських біженців, які стали «чумою» для Європи.

**Тривога:** з боку міжнародних організацій – ЮНІСЕФ, Amnesty International, ОБСЄ тощо; шок окремих західних держав (Украина.ру, WarDonbass, Резидент, Рыбарь).

**Сум:** за українських дітей (зокрема, сиріт з дитбудинків), що стають «товаром» в руках української влади (під виглядом евакуації) та союзників України (Colonelcassad, Readovka, Рыбарь, Секс, картели, Фрида Кало).

**Обурення:** супроводжує новини про чоловіка з Закарпаття, який продавав дітей закордон, але його випустили під заставу (1 млн грн), натомість для митрополита Павла, що був намісником Лаври, застава в 33 рази більша (Осташко! Важное, LAVRA Live, Украина.ру).

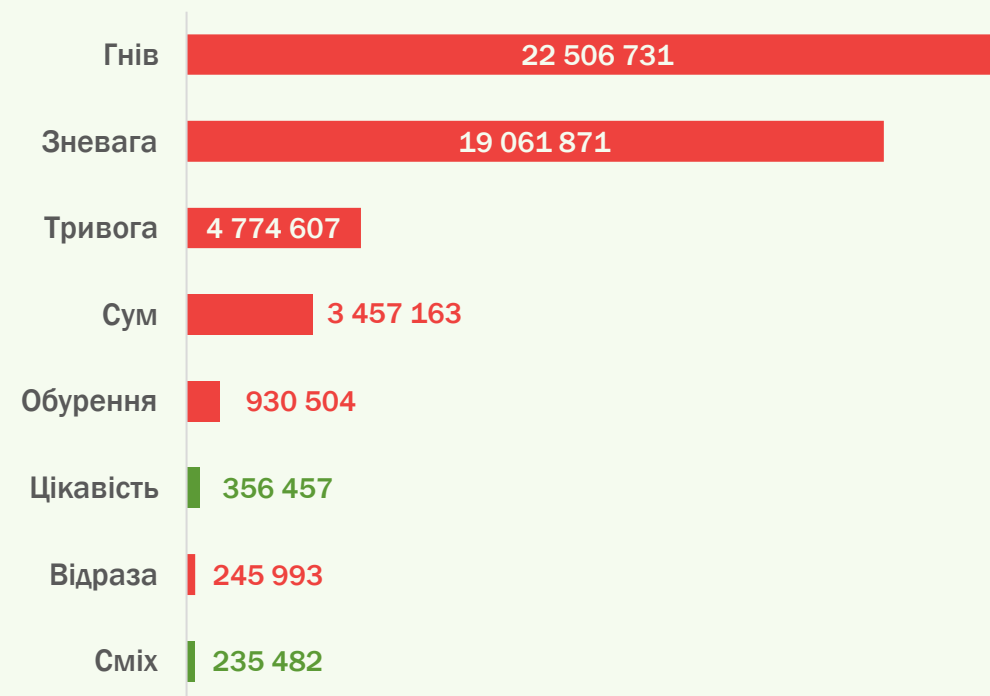
**Цікавість:** її транслюють тг-канали Сводки ополчения Новороссии Z.O.V., РОКОТ, Bereginі. Розповідається про те, як Україна попереджає своїх громадян про можливість стати жертвою торговців людьми закордоном.

**Відраза:** до українців-людоджерів (Графиня ⚡изменившимся лицомъ бѣжить пруду); прийомної матері в Польщі через нелюдські умови утримання дітей (Блокнот Россия, Злой Гений).

**Сміх:** про «зраду» з боку поляків щодо продажу дітьми біженкою з України, поки Зеленський розповідає про врятовану від росіян малечу (Картель, Кот Костян).

**Для повідомлень на тему педофілії в Україні (або щодо українських дітей за кордоном) притаманними є базові негативні емоції на адресу позірних організаторів схем (як в Україні, так і на Заході). Лише подекуди на першому місці – співчуття постраждалим від торгівлі дітьми**

(кількість контактів з аудиторією)

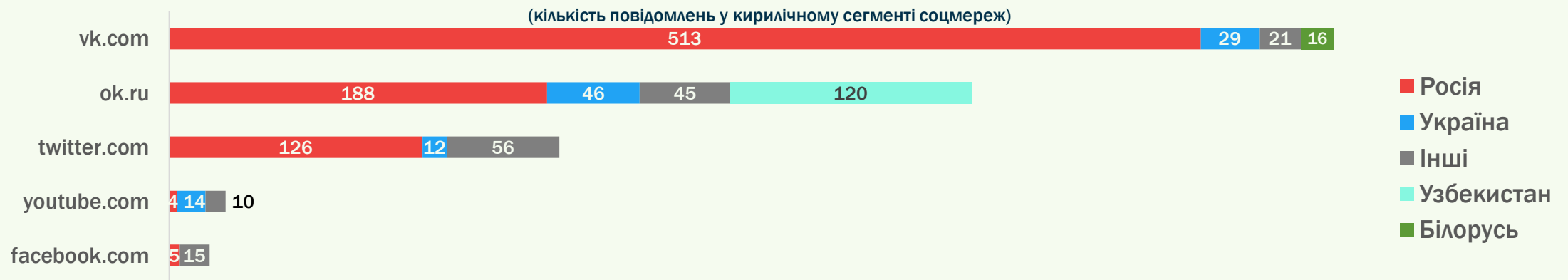




## 3.2. ВІРУСНІ ПОСТИ І БОТ-АТАКИ

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

Кількість поширень свідчить, що бот-атаки не були масованими. Найжвавіше поширення однакових дописів – у російських соцмережах в РФ. В ОК також помітне тиражування теми на країни СНД (Узбекистан, меншою мірою Білорусь, Казахстан). В Україні тема просувається окремими псевдопатріотичними ботами. Серед західних соцмереж був помітно задіяний лише Twitter.



**ВКонтакте:** в РФ міські пабліки для новин і оголошень ширять новину про затримання чоловіка на Закарпатті, що продавав дітей на органи; пересічні користувачі (з **Москви, СПб**, меншою мірою решти регіонів – але переважно до Уральських гір) транслюють новини про британських педофілів у Польщі, статті про торгівлю дітьми з шокуючими деталями, заяви **Х.Шмід** (ОБСЕ), **В.Володіна** (спікера Держдуми РФ), іноземних правоохоронців тощо. **Україна:** ті самі пости від мешканців окупованих територій (Крим, Донбас), іноді – від киян, харків'ян. **Білорусь:** користувачі з Мінська поширювали новину про проданий до Іспанії дитбудинок із Маріуполя, водночас у Вітебську поширювали закиди на адресу дружини М.Саакашвілі (С.Рулофс) і Червоного Хреста щодо продажу дітей на органи.

**Однокласники:** у РФ поширюють статті щодо педофільії й продажу дітей на органи, навмисне роздмухують масштаб проблеми; а також новини про британських педофілів (в цьому випадку відзначилися користувачі/боти з **Калінінграда**), С.Рулофс тощо. Роблять це й індивідуальні користувачі, й Z-спільноти. Деякі боти маскуються під патріотичних українців (**Українські пісні, ГЕРОЇ НАЦІЇ**). **Україна:** проросійські політично заряджені боти або групи з київською «пропискою» ширили, зокрема, текст ІА «Антифашист» про те, як Захід купує українських дітей на органи, а Росія/»ЛНР»/«ДНР» рятують їх від цієї долі. **Узбекистан:** бот-атака з постом про те, як російські

спецпризначенці на початку «СВО» нібито врятували 1600 дітей під Києвом від педофілів. **Інше:** активність користувачів і ботів переважно з решти країн СНД (Білорусь, Казахстан тощо).

**Twitter: РФ** – ретвіти користувачами з Москви та інших регіонів (у тому числі за Уралом) новин про затримання чоловіка на Закарпатті, української біженки в Познані (яка знушалася з дітей і планувала їх продати педофілам), причетність ЗСУ до торгівлі дітьми. **Інше:** бот-атака з франкомовними дописами про британських педофілів, які полювали на українських дітей (Франція).

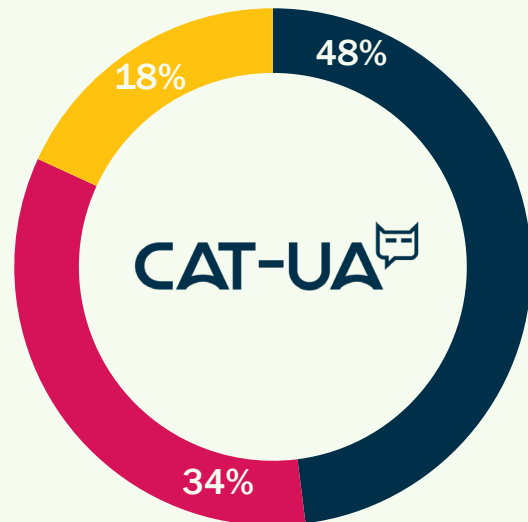
**YouTube: Україна** – коментарі під відео патріотичних інформаційних каналів (**Є питання, УНІАН, 24 канал, Військове телебачення України**) з однаковим текстом про британських педофілів. **Інше:** такі самі коментарі під відео ютуб-каналів, які формально мають іншу геолокацію, але працюють здебільшого на Україну.

**Facebook: РФ** – індивідуальні користувачі поширювали новину про британських педофілів, затриманих у Польщі. **Інше** – активність молдовських акаунтів (переважно в автономній та проросійській Гагаузії), які розганяли тезу про затримання чоловіка на україно-словацькому кордоні (нібито він планував продати дітей за кордон).

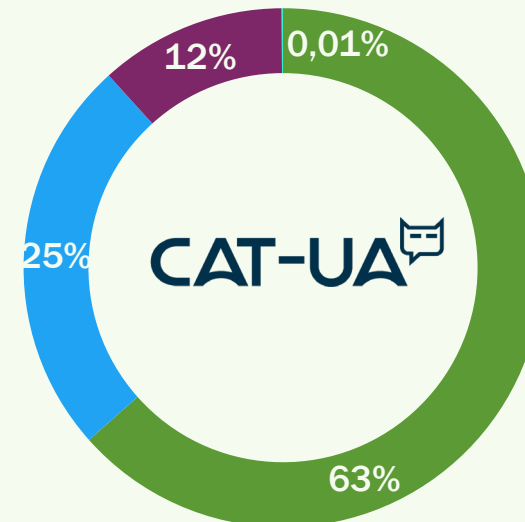
# ДЕМОГРАФІЯ І ТИПИ ПОВІДОМЛЕНЬ У СОЦМЕРЕЖАХ

Боти-«чоловіки» активніші в Однокласниках за «жінок», поширюючи новини про британських педофілів, «порятунок» дітей російським спецназом під Києвом, а також статті з різномірними меседжами про проблему торгівлі дітьми з України. Географія ботів-«чоловіків» у ОК більш неприродна: фіксуються активності профілів з Києва, Калінінграда, Ташкента (але не Москви або Санкт-Петербурга). Водночас, у ВКонтакте подекуди виразнішим у географії серед користувачів-жінок є Петербург, чого, проте, не можна сказати про чоловіків, які є переважно москвичами (однак значною мірою це забезпечується Z-ботами з назвами, як у тематичних пабліків). Вкидання необхідних новин і статей здійснюється переважно через репости в соцмережах ВКонтакте, Однокласники та Twitter (це не залежить ні від статі, ні від геолокації); натомість базовим способом поширення інфоатак для YouTube є коментарі

(кількість повідомлень, у відсотках)



- Чоловіки
- Жінки
- Неособові акаунти

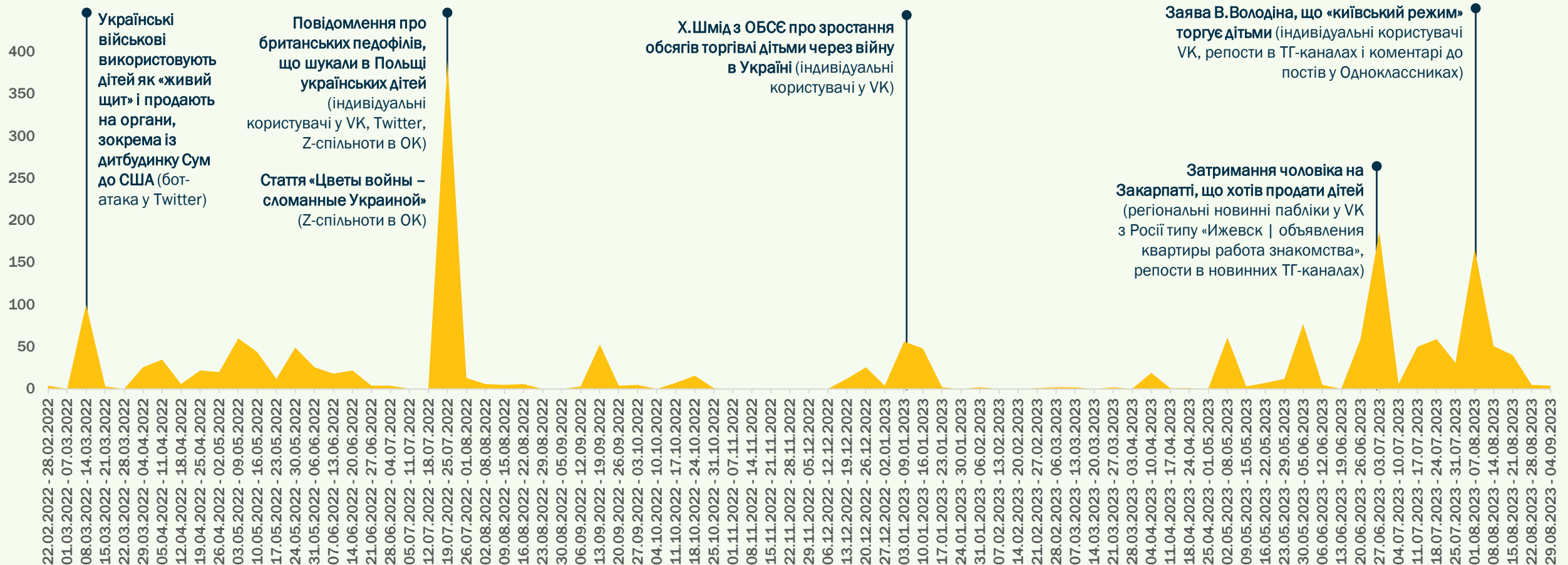


- Репост
- Пост
- Коментар
- Доповнений репост

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Картина скоріше схожа не на потужні кампанії, а на епізодичні сплески уваги. Найбільш масованою була бот-атака, пов'язана з новиною про викриття британських педофілів у Польщі (липень 2022 року), але загалом увага до теми виявилася нестабільною та з великими перервами. Наступний сплеск уваги відбувся влітку 2023 року – на тлі новин із Закарпаття та заяв В.Володіна

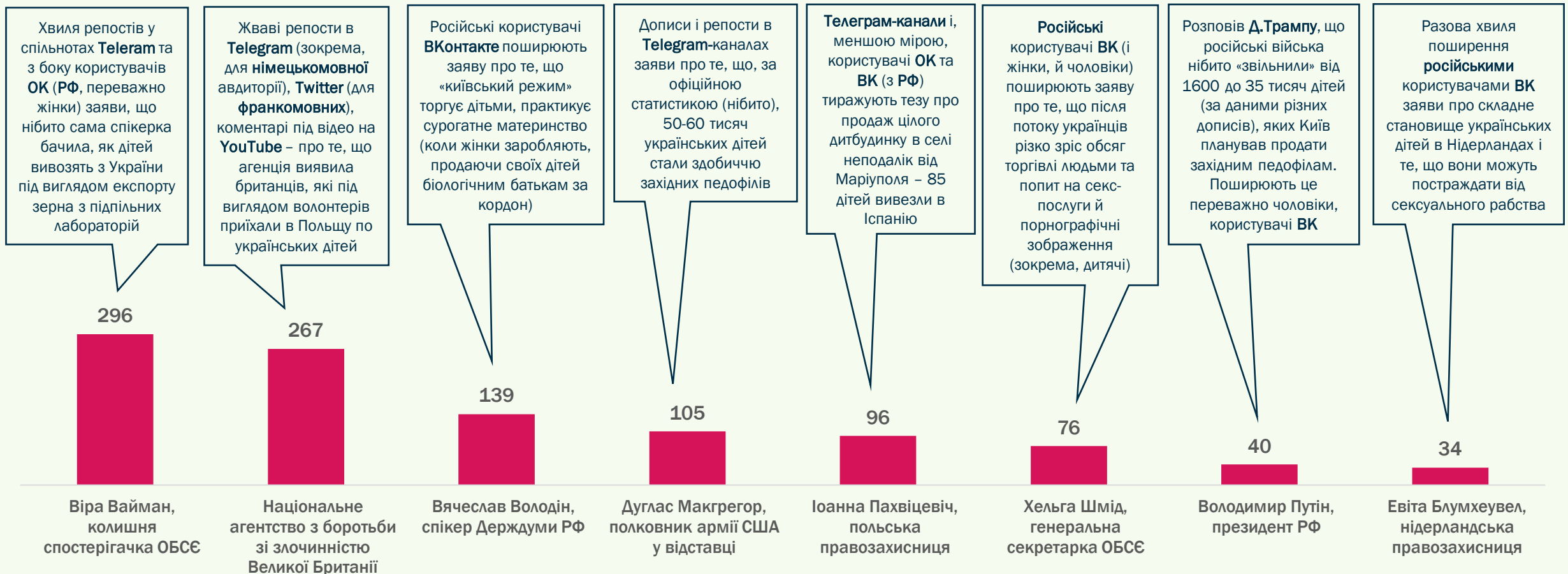
(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

Переважно транслюються заяви іноземних спікерів (хоча нерідко це представники організацій з сильним російським лобі, як-от ОБСЄ, або просто експерти «на зарплаті» в Кремля на кшталт Д.Макгрегора), що подаються як авторитетні свідчення наявності значної проблеми викрадення і продажу українських дітей. В окремих випадках відбувається тиражування заяв на іншомовні аудиторії (як-от про британських педофілів у Польщі), однак основні споживачі меседжів спікерів – це росіяни

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

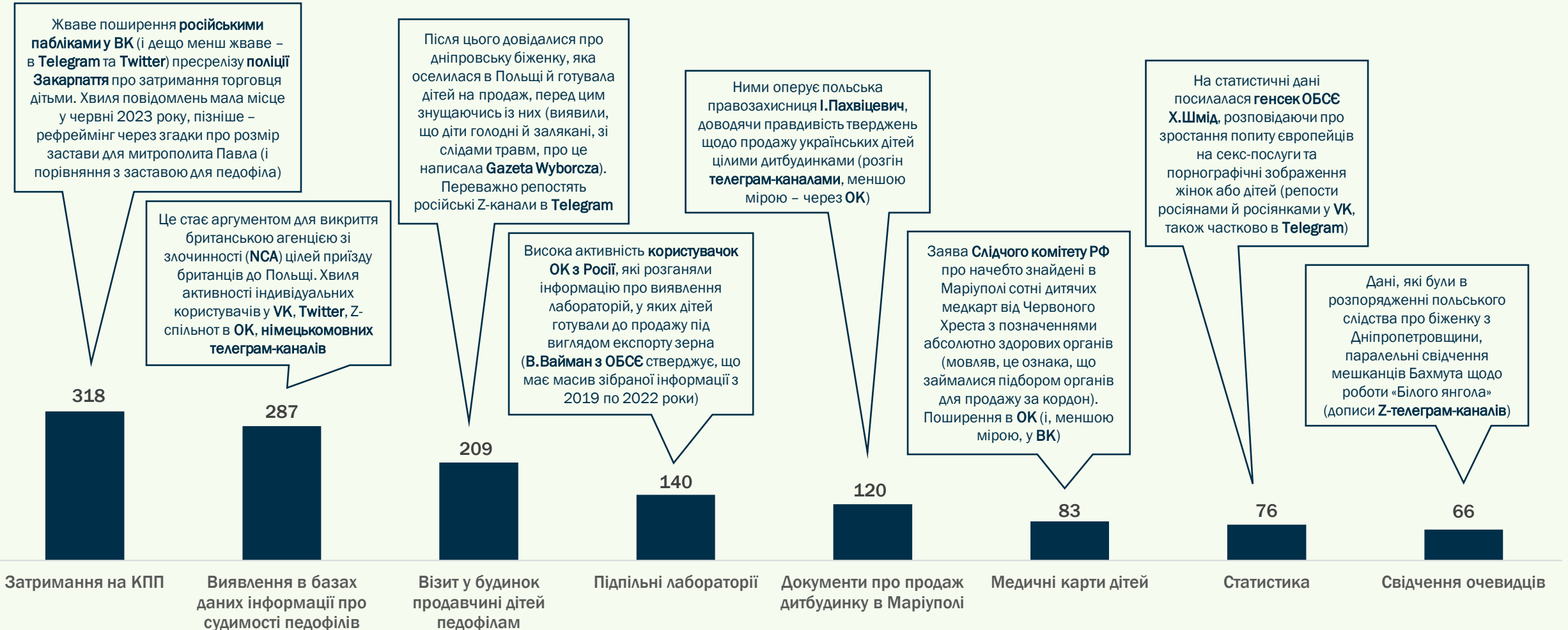
**Фокус на проблемі чорної трансплантології переважно трапляється у блоці аналітичних статей, які висловлюють загальні міркування й наводять різні приклади, критикують усіх – і українську владу, і Захід, і міжнародні організації. У контексті педофілії більше вірусних поширень певних гучних кейсів (британські педофіли в Польщі, там само – біженка з Дніпра). Помітно, що бот-повідомлення озвучують набагато менш аргументовані історії, ніж «респектабельні» пропагандисти – як-от про причетність міжнародних організацій до торгівлі людьми**



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

Аргументація використовується приблизно така сама, як і у випадку лідерів думок, з поправкою лише на те, що часом потрібно аргументувати більш екзотичні версії історій

(кількість повідомлень)





# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Гнів:** на британських педофілів, які їдуть до Польщі за українськими дітьми (бот-атаки росіян у **Twitter**, німецькомовному **Telegram**); на закарпатця, що продавав дітей у ЄС на органи (російські пабліки **VK** для місцевих оголошень); на біженку в Польщі (росіяни в **Twitter**, **Telegram**), на українців та їхню владу в цілому.

**Тривога:** з боку міжнародних організацій, правозахисників (І.Пахвіцевич, В.Вайман, Х.Шмід), західних медіа (**The Guardian**), Слідчого комітету РФ – в останньому випадку через можливу причетність Червоного Хреста до викрадення дітей з Маріуполя (репости росіян в **OK** та **VK**).

**Зневага:** до «київського режиму» через процвітання педофільії та сурогатного материнства (В.Володін, користувачі **VK** з РФ), до чорних трансплантологів з організації «Лікарі без кордонів» (вірусне поширення в **Telegram**-каналах), до українських «нацистів» (росіяни у **Twitter** з посиланням на білоруський державний телеканал **ОНТ**).

**Надія:** на російських військових, що «визволяли» (або могли «визволити») дітей від педофілів з-під Києва в перші дні так званої «СВО», «рятували» від педофілів (репости **узбецьких** користувачів **OK**, **російських** користувачів **VK**, переважно **чоловіки**).

**Відраза:** з боку **телеграм-каналів** – до біженки в Польщі, яка хотіла продати прийомних дітей; до закарпатця, який продавав дітей на органи в ЄС (порівняно з митрополитом Павлом).

**Сум:** за дітьми, що страждають від «сучасних работорговців» з країн Заходу, релігійних організацій, «структур Сороса» тощо (репости в **російських ТГ-каналах** інформації про «розслідування» **UKR LEAKS**).

**Обурення:** з боку західних медіа, що невдоволені ігноруванням у себе проблеми української педофільії та чорної трансплантології (репости користувачів **VK** з **Росії**); також через причетність до цього (нібито) міжнародних організацій.

**Цікавість:** до каналів і організаторів вивезення дітей з України на Захід (такий фреймінг – у поширенні **російськими жінками** в **OK** або **телеграм-каналами** заяв І.Пахвіцевич).

**Ключова емоція – ненависть до педофілів, організаторів схем торгівлі дітьми, чорних трансплантологів. Часом це переростає в зневагу – зокрема, до української влади, яка допускає чи заохочує злочинців. Лише подекуди була надія – коли писали про російських спецпризначенців, що в перші тижні «СВО» начебто «визволяли» дітей з-під Києва, яких готували на продаж. Співчуття так само не надто поширене**

(кількість повідомлень)



# ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ПРОДАЖ УКРАЇНСЬКИХ ДІТЕЙ ТРАНСПЛАНТОЛОГАМ ЧИ ПЕДОФІЛАМ

## Стратегія побудови інформаційної кампанії

Тема є цілком типовою для російської пропаганди: максимально емоційна, з акцентом на нелюдській жорстокості і цинічності ворожого табору. Вона використовувалася епізодично протягом усього періоду, і не розвивалася як єдина інформаційна кампанія. Приводами для сплесків для таких повідомлень ставали різні речі: повідомлення західних правоохоронців (які одразу активно розганялися з вигідними російській владі акцентами та перебільшеннями), битва за Бахмут (населення якого намагалися переконати дочекатися приходу військових РФ і не виїздити на Захід), намагання голови держдуми В.Володіна привернути до себе увагу тощо. Особливо помітна активізація пропагандистів у темі після оголошення одреру на арешт Путіна судом у Гаазі саме у темі викрадення дітей – імовірно, з метою відволікти від цього увагу і виставити опонентів гіршими.

Цілком за правилами класичної пропаганди, тут змішувалися правда і неправда. Реальні повідомлення західних діячів про підозрілі кейси доповнювалися вигідними меседжами про причетність української влади до торгівлі людьми, окремі випадки роздувалися до рівня масштабної загальноновизнаної проблеми.

Чітко помітно, що темою опікувалися переважно мейнстрімні російські пропагандистські канали, а середовища «патріотичних блогерів» або великі дорогі бот-мережі залучалися значно менше. Щодо ботів, то помітні лише атаки локального масштабу, які використовують набагато екзотичніші меседжі, ніж «респектабельні» пропагандисти: наприклад, обвинувачують у торгівлі людьми організацію «Лікарі без кордонів». Деякі мережі ботів зроблені «кустарно», наприклад, усі однієї статі і з Санкт-Петербурга. Частково задіяні і псевдопатріотичні українські боти в «Однокласниках».

## 4

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО  
ЗНИЩЕННЯ ЗБРОЇ, НАДАНОЇ  
УКРАЇНІ ПАРТНЕРАМИ

# ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗНИЩЕННЯ ЗБРОЇ, НАДАНОЇ УКРАЇНІ ПАРТНЕРАМИ

## Загальний опис теми

### Часовий проміжок проаналізованого періоду: 1 березня 2022 – 31 серпня 2023 року.

Перша масштабна спроба російської пропаганди дискредитувати західне озброєння, передане Україні, тривала з липня по жовтень 2022 року. Лише за липень Міноборони РФ повідомили про чотири уражені установки «HIMARS» та одну транспортно-заряджувальну машину до неї (в районі н.м. Малотаранівка, Покровськ та Костянтинівки). Останній випадок – єдиний, коли відомство оприлюднило відеодокази певного пошкодження цієї техніки, а до аргументації залучили західного експерта (Дж.Бакбі). В кампанію були залучені спершу мережа провєснних тг-каналів, потім впливові пропагандисти. Надалі тактика дещо змінилася. Ще до офіційних заяв про ймовірне ураження систем повідомляли пропагандисти, інколи публікували відео. Для просування меседжу в Україні були долучені локальні пабліки ТОТ, також включилися і ліберальні російські медіа. Згодом МО РФ стало систематично звітувало про ліквідацію установок на різних ділянках фронту, а про збиття снарядів «HIMARS» почали масово ретранслювати впливові російські медіа.

Наступні потуги пропаганди зруйнувати авторитет і применшити страх перед західним озброєнням Росія здійснила з метою дискредитації «Patriot». Ця кампанія супроводжувалася просуванням нарративу про «найсильнішу армію світу» та «передове російське озброєння». Кампанія тривала впродовж травня 2023 року. Тоді було дві спроби атак: 16 травня проти «Patriot» росіяни застосували «Кинджали», а 29 травня – ймовірно, «Іскандер-М». Цього разу, на відміну від кейса з «HIMARS», до комунікації були залучені всі можливі канали. Основу склали заяви російських військових. Показово, що успіх такого масштабу вперше прокоментували С.Шойгу та В.Путін. Сама кампанія будувалася за принципом принципу «розпалювання інтересу»: спершу інформацію поширювали авторитетні пропагандисти чи пабліки в Telegram, а вже згодом підтверджували офіційно. Цю тему тиражували західні медіа, що вміло використовує пропаганда. Згодом, 16 червня 2023 року, МО РФ виходить з офіційною заявою про фінансові винагороди за знищену, або захоплену західну техніку. Але винагороди за ураження «Patriot» у цьому переліку не було.

До теми ми включили і менш частотні згадки про знищення іншої техніки, наприклад, Challenger, коли вони ще не були поставлені.

## 4.1.

НАЙПОПУЛЯРНІШІ ДОПИСИ  
(ПЕРЕВАЖНО ЛІДЕРИ ДУМОК ТА  
ВІДОМІ МЕДІА)

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

**Telegram, меншою мірою VK, лишаються найпопулярнішими майданчиками для пропагандистських кампаній в Росії, а Україні працюють через мережу проросійських пабліків. Для Заходу звичні – TikTok та Twitter**

(кількість контактів з аудиторією у кириличному сегменті соцмереж)



**Telegram:** повідомлення з теми в Росії поширювала мережа провoєнних пабліків (**Рыбарь, Colonelcassad**), а також канали російських пропагандистів (**СОЛОВЬЁВ, Скабеева, Осташко! Важное**) та військових кореспондентів (**Пономарь Live**). Ці та традиційні медіа системно дублюють заяви російських військових про хід «СВО» і ураження та знищення західної техніки, зокрема (**ТАСС, РИА Новости, RTVI**). Під час піку пропагандистських кампаній саме сітка провoєнних каналів публікувала відео та фото докази влучань. Вони одні із перших, ще до офіційних заяв представників МО РФ, натякали на удари по потрібних цілях. В Латвії зведення МО РФ про хід СВО поширювали опозиційні ресурси (**Медуза**). **Україна:** локальні пабліки ТОТ, а також проросійська частина популярних каналів (**Политика Страны, ЗеРада**) здебільшого транслювали заяви МО РФ та С.Шойгу.

**VK: в Росії:** фактично дублює Telegram. Тут джерелом багатьох повідомлень є офіційна сторінка **Міноборони РФ**. До **України** дотичний лише за рахунок локальних пабліків Донеччини, що транслюють зведення МО РФ.

**YouTube:** провoєнні канали пропагандистів дискутують на тему передової російської зброї, вихваляючи «Кинджали» під час атаки на Київ 16 травня (**ЛЕНТВ24, Человечина**). А також **DW на русском**, у сюжеті якої допускається ймовірність пошкоджень системи «Patriot».

**TikTok:** короткі нарізки з російського телеканалу **НТВ** від користувачів з **Туреччини**.

**Twitter:** дописи про ураження «Patriot» під час атаки на Київ 29 травня 2023 року від ліберальних медіа (**Медуза, BBC Russian**).

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Боротьба з натівськими РСЗВ HIMARS стала головною темою 2022 року, але її активність була далеко не такою високою, як історії про знищення нового ворога – ЗПК Patriot

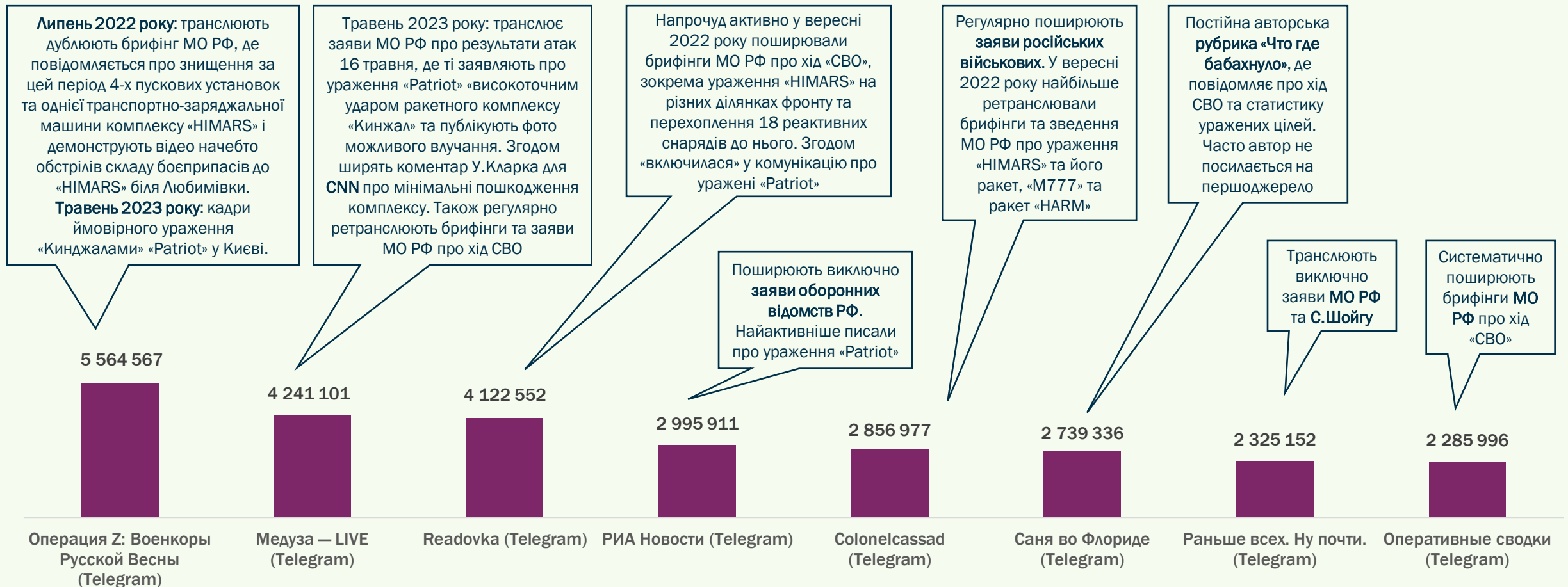
(кількість постів)



# КЛЮЧОВІ АВТОРИ КОНТЕНТУ

Пропагандистський ТГ-канал «Операция Z: Военкоры Русской Весны» перший опублікував відеодокази певного пошкодження «Patriot» у Києві. Решта провоєнних тг-каналів здебільшого лише ретранслювали офіційні заяви оборонних відомств. Ліберальні ресурси («Медуза») намагались балансувати думки, але регулярно й більшою мірою публікували саме заяви МО РФ про хід «СВО»

(кількість контактів з аудиторією; в дужках – канали комунікації авторів у СМ)





## ОСНОВНІ ГРУПИ СПІКЕРІВ ДОПИСІВ

**Російські військові:** найчастіше – посадовці Міністерства оборони РФ: міністр **С.Шойгу**, речник відомства **І.Конашенков**, речник угруповання «Центр» **А.Савчук**. Переважно особисто повідомляли про ураження значущої західної техніки, але про ліквідацію менш популярних зразків озброєння згадували у рутинних брифінгах МО. Також **І.Гіркін**, який припустив влучання по системах «Patriot» у Києві.

**Західні журналісти:** матеріали **Reuters** та **DW**, які самі ж посилаються на офіційні джерела в США, про серйозні пошкодження «Patriot» та необхідність її ремонту. А також інтерв'ю для **CNN** Уеслі Кларка, экс-головнокомандуючого союзними силами США та НАТО в Європі, де той підтвердив пошкодження ЗРК «Patriot». Цей матеріал CNN цитують як провоєнні, так і опозиційні російські ресурси.

**Військові кореспонденти:** здебільшого провоєнні тг-канали, які регулярно висвітлюють події російсько-української війни з посиланнями на власні джерела (**Ю.Котенок**, **А.Руденко**, **А.Пономарь**, **Filatov**). Вони публікують ймовірні фото та відео докази влучання по ЗРК «Patriot» під час атак на Київ (відео з вуличних камер) та атаки на Харків, де було влучання нібито в завод з виробництва боєприпасів до «HIMARS» (відео від «Труха»).

**Західні експерти:** коментарі американського експерта Дж.Бакбі, экс-радника голови Пентагону **Д.Макгрегора** та колишнього ізраїльського політика **Якова Кедмі**, які визнають потужність ЗС РФ.

**Російські журналісти/пропагандисти:** чисельні провоєнні тг-канали, які або ретранслюють заяви військових відомств, або посилаються на публікації військорів (**Р.Осташко**, **А.Гаспарян**, **А.Толмачов**).

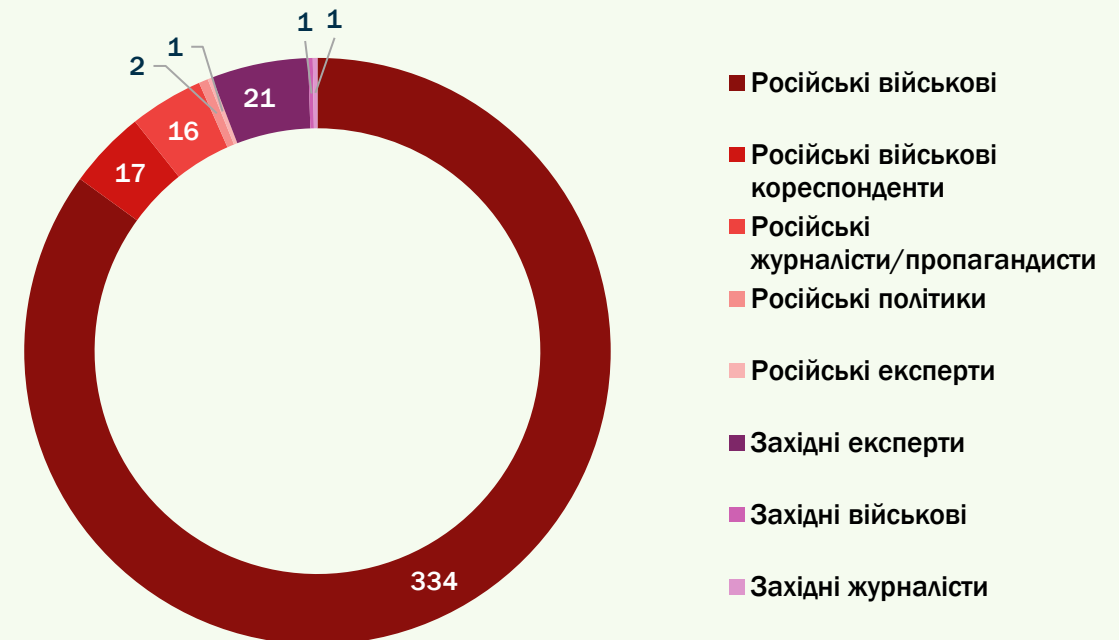
**Російський політик:** заява **В.Путіна** на Петербурзькому міжнародному економічному форумі: він сказав про знищення п'яти комплексів «Patriot» під Києвом. Його цитують топові тг-канали.

**Російські експерти:** **Ю.Кнутов** під час ток-шоу **Своя правда на НТВ**, де детально описав ураження Patriot російськими «Кинджалами».

**Український колаборант:** **О.Царьов** для «Царьград.Главное», де той коментує ураження «Patriot» у Києві та збитки для США. Студія демонструє кадри ураження та акцентує на переслідуваннях блогерів, що виклали відео в мережу.

## Саме заяви російських посадовців ставали «доказом» ураження західної техніки в Україні. Решта спікерів лише доповнювали свідчення військових та демонстрували супутні докази (фото- та відеофіксація)

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

Головними спікерами кампанії стали російські військові (МО РФ, С.Шойгу, І.Конашенков, О.Савчук). Їхні заяви сприймалися як беззаперечний факт. Коментарі західних експертів (CNN, Дж.Бакбі) використали як докази блискучої роботи ЗС РФ та слабкості оборонних спроможностей сил НАТО. А «реальні» докази влучань у техніку потрапили в мережу саме через канали російських військорів (Ю.Котенок), які оприлюднюють інформацію ще до офіційних заяв

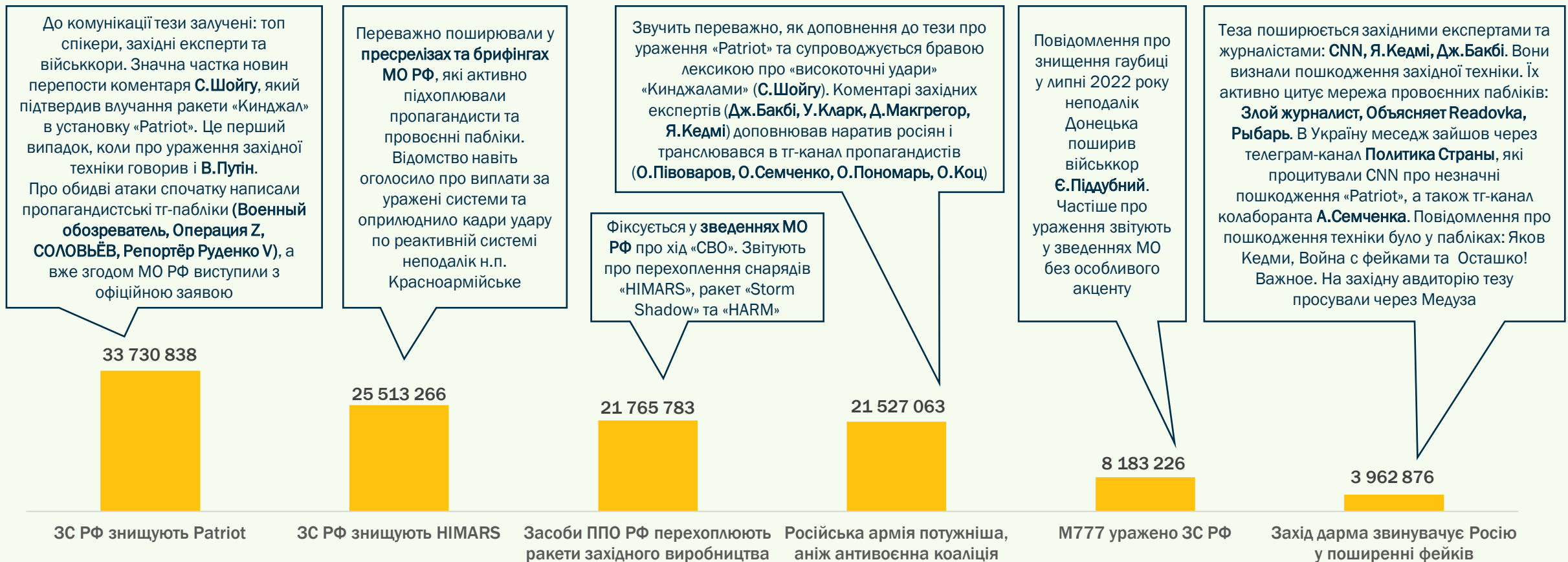
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

**Ураження західної техніки – один із ключових меседжів комунікації МО РФ, який системно підхоплюють пропагандисти та провоєнні канали. Він використовується на підкріплення професійності російської армії. Однак, у випадку резонансних влучань, спершу звучить від провоєнних тг-каналів, і потім до нього залучається найвище керівництво**

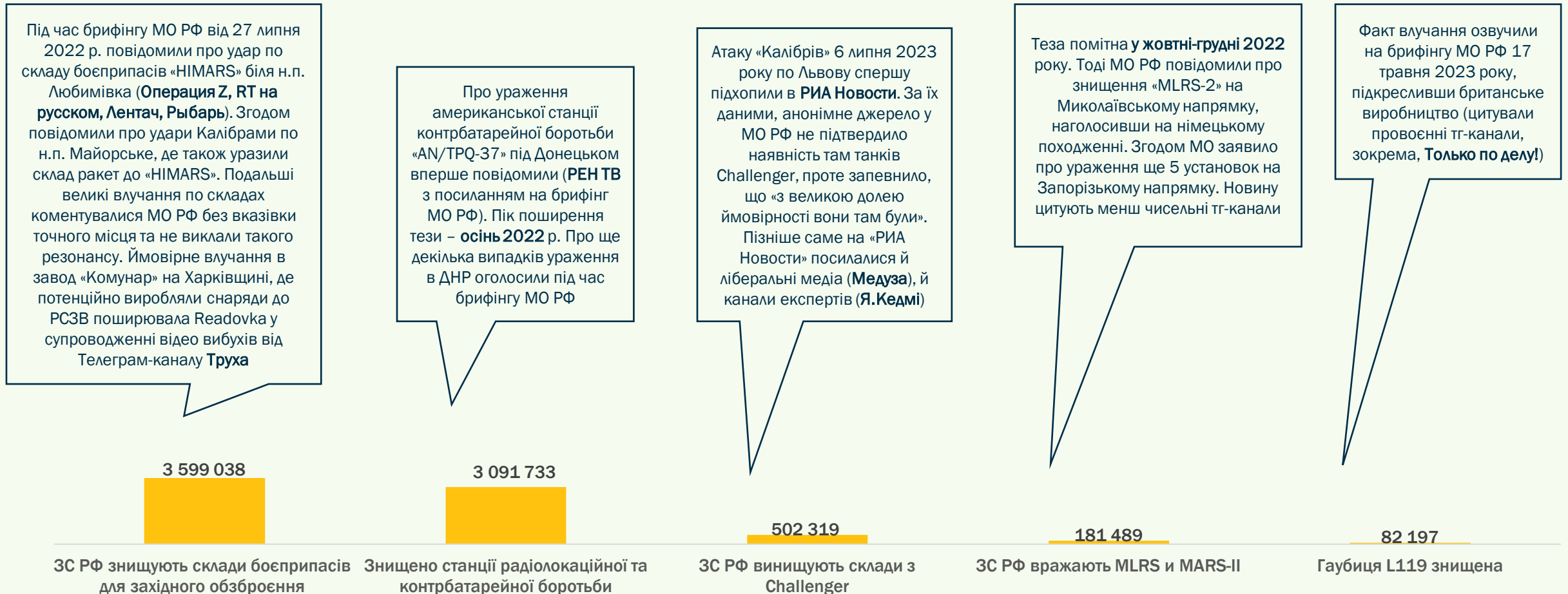
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ (ПРОДОВЖЕННЯ)

Пропаганда не намагалася довести ураження меншпопулярних зразків західної техніки, а лише подавала це як факт. Для цього здебільшого було достатньо брифінгу МО РФ, який стрімко поширювався мережею пропагандистських тг-каналів

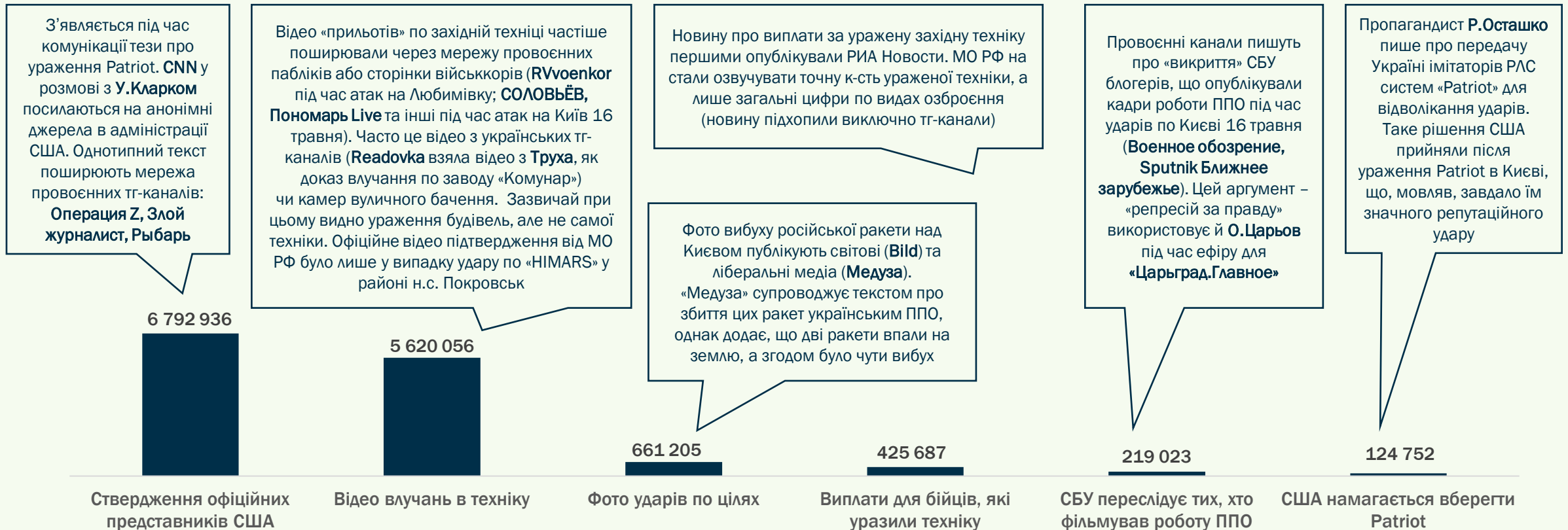
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

Пропагандисти переконують, що натівська техніка все ж пошкоджена, цьому допомагає цікавість західної аудиторії до теми. Тому заяви «CNN» під час інтерв'ю з У.Кларком, з посиланням на анонімні джерела в адміністрації Білого дому, бере в роботу пропагандистська машина. Відео з вуличних камер та подальші «репресії» за злиті відео роботи українських ППО лише доповнюють загальну карту, хоча часто на цих відео не видно самої техніки, лише будівлі

(кількість контактів з аудиторією)





# КЛЮЧОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРИВОДИ, ЗАПУЩЕНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Пропагандистська кампанія щодо знищення західної техніки здебільшого курувалася згори. Першоджерелом майже завжди виступали офіційні заяви російських військових, які так чи інакше підтверджували й інші «незалежні» спікери

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Радість:** супроводжує більшість заяв ключових спікерів щодо ураження західної техніки. Виступає базовою емоцією для опису ударів російської армії по тилу ворога.

**Надія:** транслюється в тг-каналах, що публікують неперевірену інформацію. Це дописи про можливе пошкодження техніки, вибухи у місцях ймовірного чергування «Patriot».

**Сміх:** дозволяють собі провоєнні тг-канали (**Операція Z, «Зеркало | Новості»**). Фіксується у кейсі про знищення «Patriot»: глузують із виправдань В.Зеленського та заяв США про незнищений ЗРК.

**Тривога:** фіксується у заявах західних експертів (**Дж.Бакбі, Д.Макгрегор**). Автори говорять, що ураження техніки абсолютно неочікуване і завдає значної репутаційної шкоди для країн НАТО.

**Гордість:** транслює **МО РФ** у статистиці виплат за особисте знищення чи захоплення військової техніки противника у зоні СВО (серед яких системи та ракети «HIMARS», танки «Leopard»).

**Цікавість:** помітна у проросійських пабліках (**ЗеРада**), які розвивають тему ураження «Patriot». Їх цікавить лексика «уражений» та «знищений». Мовляв, знищити комплекс ППО, що складається з 10 машин бойової техніки, складно. Тому ймовірно було уражено декілька пускових установок.

**Однією з ключових була емоція радості – вона супроводжувала більшість заяв офіційних спікерів. Решта палітри емоцій транслюється пропагандистами, експертами та провоєнними пабліками, які частіше поширюють неперевірену інформацію чи висміюють ворога**

(кількість контактів з аудиторією)



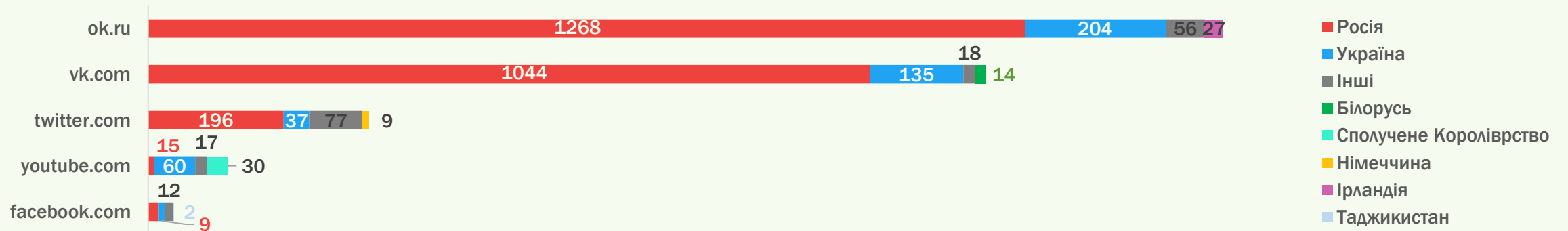


## 4.2. ВІРУСНІ ПОСТИ І БОТ-АТАКИ

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

Для вірусних кампаній в російському сегменті СМ використовували традиційні ОК.ru та VK, де працює розвинена сітка провоєнних пабліків. Водночас через ці канали працювали й в країнах колишнього соцтабору. На Заході навпаки ключові меседжі доносилися через Twitter і навіть заява В.Путіна про п'ять уражених «Patriot»

(кількість повідомлень з аудиторією у кириличному сегменті соцмереж)



**Однокласники:** в Росії найчисленніша кампанія – дискредитація «Patriot», повідомлення про ураження системи під час атаки «Кинджалів» на Київ 16 травня 2023 р., що публікують у мережі провоєнних пабліків (супроводжуються відео та офіційними заявами оборонного відомства). Автори наголошують на вразливості американської розробки та ефективності «Кинджалів». Друга спроба – вірусне тиражування заяв С.Шойгу. В українському сегменті найбільше заяв про знищення установок «НІМАРС» та складів зі зберігання снарядів до неї. Особливо установок у районі Харківської, Миколаївської областей та Запоріжжя (брифінг МО РФ від 22.09, 25.09 та 30.10.2022 р. відповідно) та складів у Любимівці та Кушугумі. Кампанії, що запускалися на російський сектор СМ, дублювалися на неворожі до режиму країни: **Білорусь, Грецію, Узбекистан**. В Ірландії: ширяться коментарі військового експерта В.Дандикіна про численне знищення «НІМАРС» в Україні, мовляв, росіяни знайшли вразливість системи. Про це В.Дандикін сказав для інформагенції руху «Возрождение. Золотой Век».

**ВКонтакте:** у російському сегменті особливо помітне тиражування Дж.Бакбі про ураження «НІМАРС» у районі Покровська. У коментарі для «Военного обозрения» він назвав це поганою новиною для України та НАТО, бо ще нікому не вдалось ліквідувати НІМАРС у бойовому зіткненні. Також жваво ретранслюють брифінги МО РФ з повідомленнями про знищені системи на різних ділянках фронту.

**В Україні:** заяви CNN з посиланням на незалежного представника адміністрації США про ураження «Кинджалом» батареї «Patriot» у Києві та відео ймовірного влучання з вуличних камер. Кампанії по дискредитації «НІМАРС», спрямовані на РФ, дублювалися й на **Білорусь, Ізраїль, Казахстан, Молдову**.

**Twitter:** у російському сегменті – заяви МО РФ про ліквідацію взводу НІМАРС у районі Дробишевого на Донеччині у жовті 2022 року. Наступна за масовістю кампанія – удар по військовій академії у Львові, де ймовірно були Challenger (цитують «РИА Новости» з посиланням на джерела в МО). Ці ж кампанії транслювалися на країни антивоєнної коаліції: **США, Іспанію, Канаду та Фінляндію**. Також помітні заяви В.Путіна про знищення Patriot. В Україні – заяви МО РФ про удари по Любимівці та ураження Patriot. У Німеччині у більшості заяви МО РФ та В.Путіна про знешкодження «Patriot».

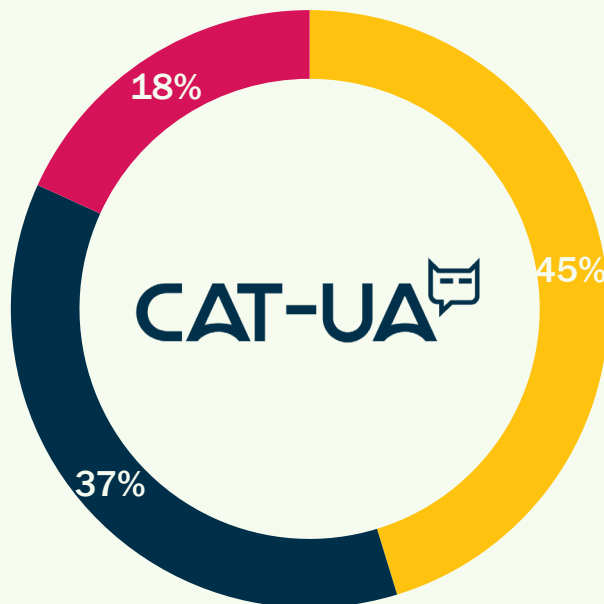
**YouTube:** в Україні, Росії та Сполученому Королівстві: коментарі під сюжетами «ICTV», «ТСН» та «RTVI», де користувачі публікують свіжі зведення МО РФ.

**Facebook:** в Росії: вірусні дописи МО РФ про ураження «Patriot» та зведення за 22.07.2022, де повідомили про декілька уражених «НІМАРС»

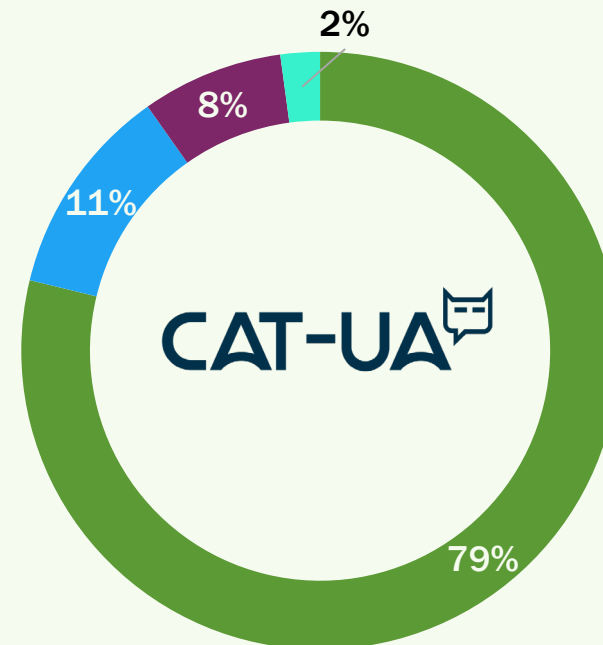
# ДЕМОГРАФІЯ І ТИПИ ПОВІДОМЛЕНЬ У СОЦМЕРЕЖАХ

Вагомі кампанії запускали через добре відомі провоєнні пабліки в TG (Readovka, Colonelcassad, Ньюсач/Двач), канали пропагандистів та військкорів (Ю.Подольак, В.Соловйов, Т.Боженко, А.Коц), а також пабліки впливових медіа («РИА Новости», «ТАСС», «Вести»). У VK була залучена велика частка спільнот з ТОТ, а для ОК.ru характерне перепощування повідомлень у «life style» пабліках. Водночас помітне використання офіційних каналів МО РФ. Жінки були однаково активні в усіх СМ. Чоловіки ж у більшості репостили дописи про знешкодження «HIMARS» у VK та Twitter, а в TG сміялися над заявами про збиття «Кинджалів»

(кількість повідомлень)



Неособові акаунти  
Чоловіки  
Жінки



Репост  
Пост  
Коментар  
Доповнений репост

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Масштабні вірусні кампанії починалися з офіційних тверджень російських військових про ураження техніки на полі бою. Проте вони тривали не довго, коротко розганяючи повідомлення впливових спікерів

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

Для рутинних новин про хід «СВО» та ураження малозначущих цілей пропаганда використовує зведення МО РФ. Особливо важливі події, такі як – ураження «Patriot» чи «HIMARS» персонально підтверджують авторитетні спікери (С.Шойгу, І.Конашенков). Для західної аудиторії меседжі кампанії транслюють спікери, твердження, яких складно заперечити (Д.Макгрегор, В.Путін). А от чутки в СМ поширюють через мережу провояєнних каналів переважно у Telegram (RVvoenkor)

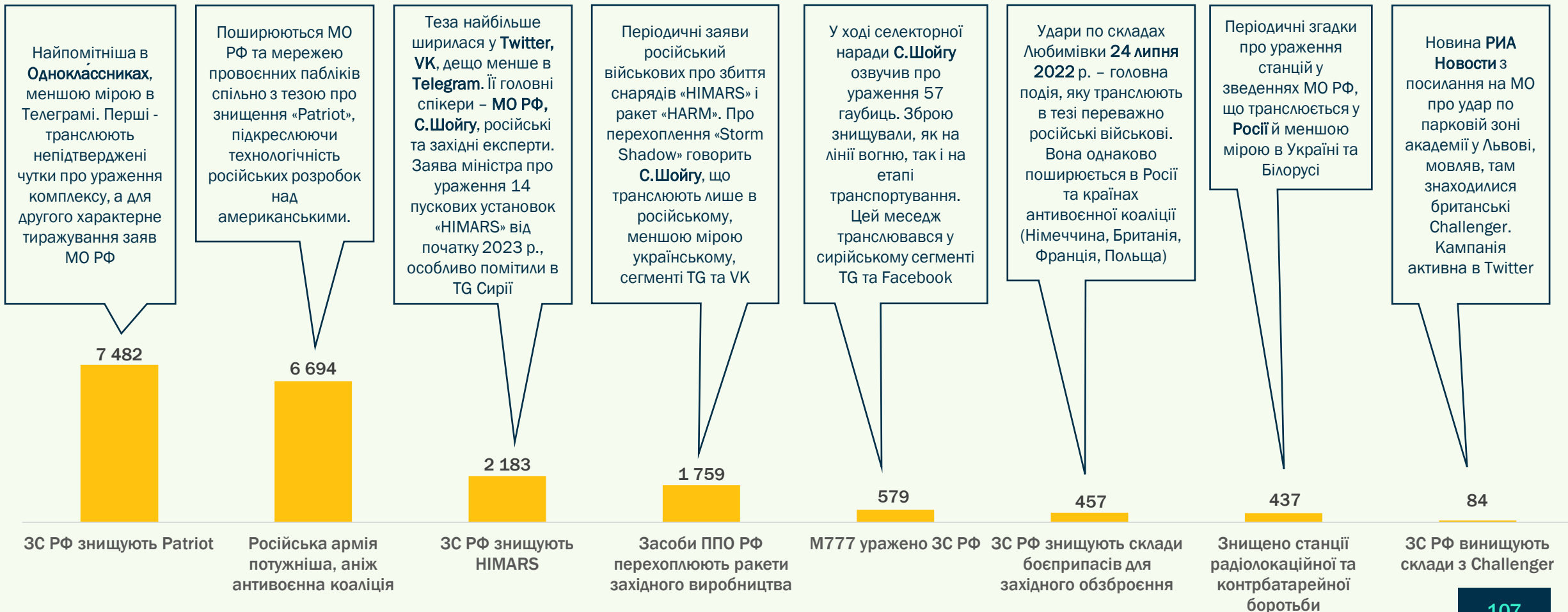
(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

Найважливішою ціллю для пропаганди стало «репутаційне» знищення «Patriot» та «HIMARS». Саме ці одиниці техніки виявилися найстрашнішими для росіян і на кампанії з їхньої дискредитації було витрачено найбільше зусиль (спектр каналів та спікерів). Водночас просування цих тез супроводжувалося дифірамами для російського ВПК

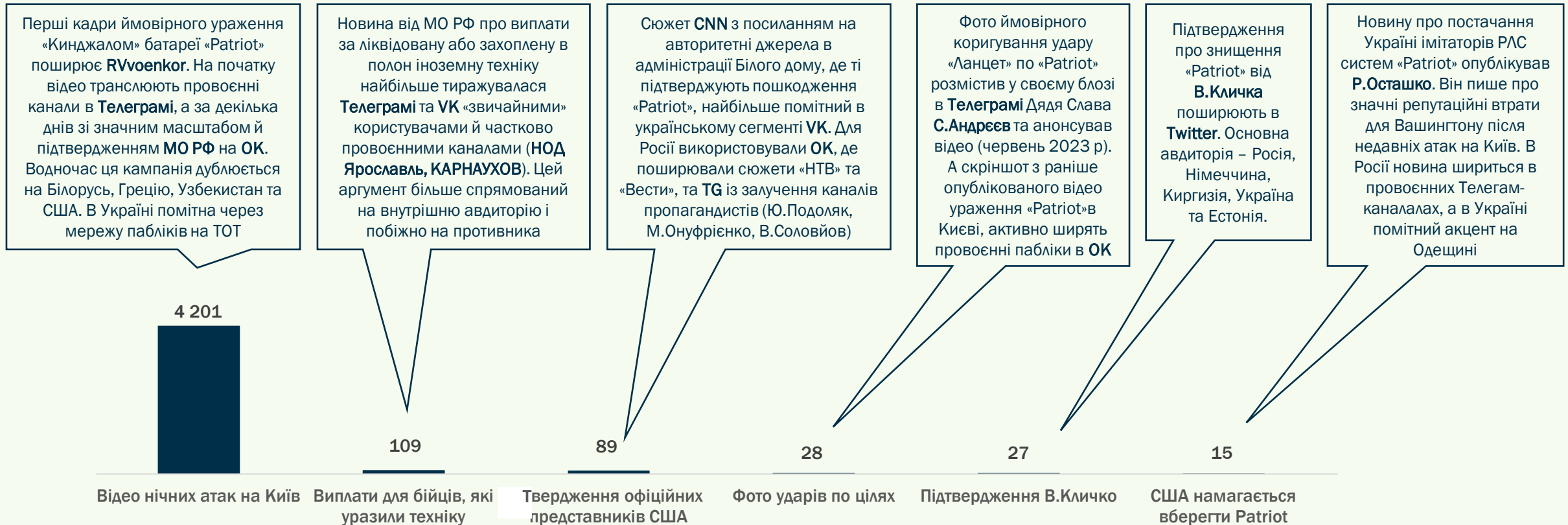
(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

**Ключовий аргумент пропаганди – відео з вуличних камер спостереження в Києві, які, мовляв, зафіксували влучання російської ракети в «Patriot». Доводи комбінувалися залежно від аудиторії, на яку вони працювали: для внутрішньої – відео та виплати для бійців, як доказ, що ЗС РФ досягли бажаної ціля; заяви американських чиновників - для України; Захід намагаються переконати, тиражуючи заяви В.Кличка та відео ураження техніки**

(кількість повідомлень)

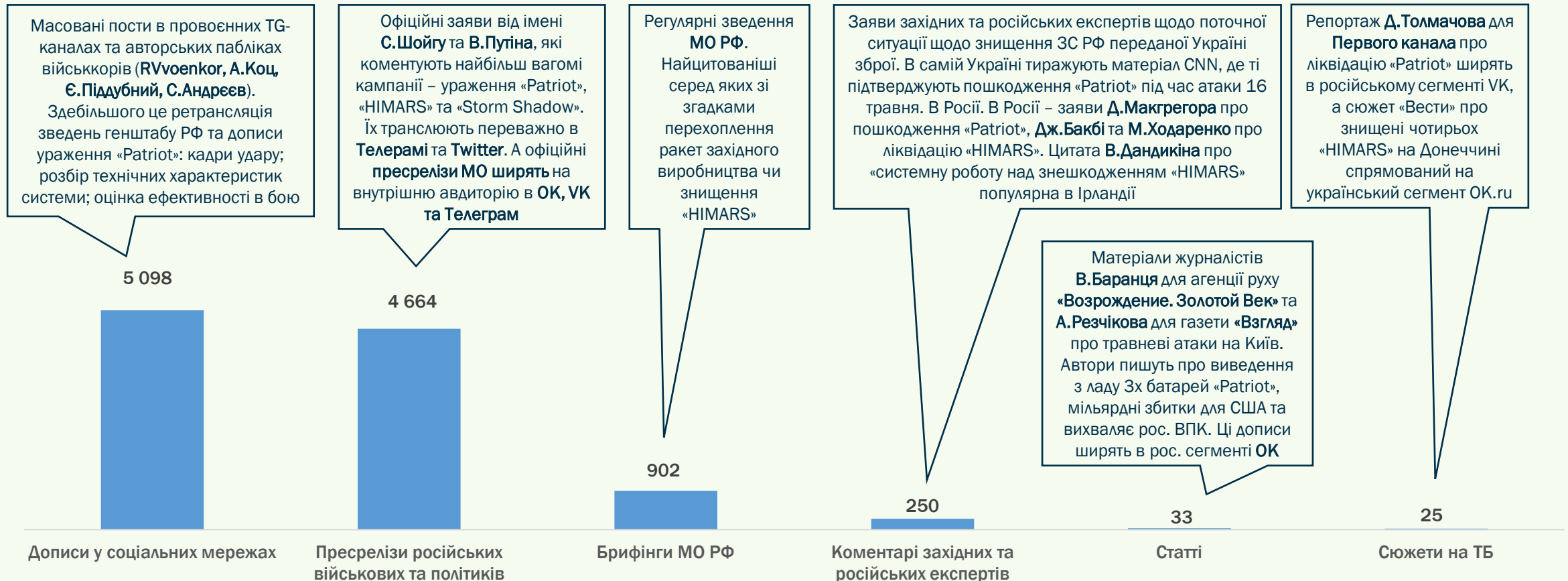




# КЛЮЧОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРИВОДИ, ЗАПУЩЕНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Пропагандисти здебільшого тиражують рутинні заяви російських військових. Однак коли кампанія спрямована на дискредитацію особливої значущої одиниці техніки до неї залучаються авторитетні спікери (С.Шойгу, В.Путін), заяви, яких поширюють в соціальних мережах

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Радість:** базова емоція проросійських користувачів соцмереж для будь-яких згадок про факти ураження чи пошкодження техніки західного виробництва

**Гордість:** фіксується у російському сегменті СМ у ході кампанії по дискредитації «Patriot». Це численні дописи в мережі, а також заяви **С.Шойгу** та **В.Путіна** про ураження «Patriot» «високоточним ударом гіперзвукового комплексу «Кинджал» та інші спроби прославити російський ВПК

**Сміх:** найбільші за охопленням дописи помітні в українському сегменті **Телеграму** та стосуються заяв про збиття російських «Кинджалів». Мовляв, їх дійсно збив «Patriot», але собою.

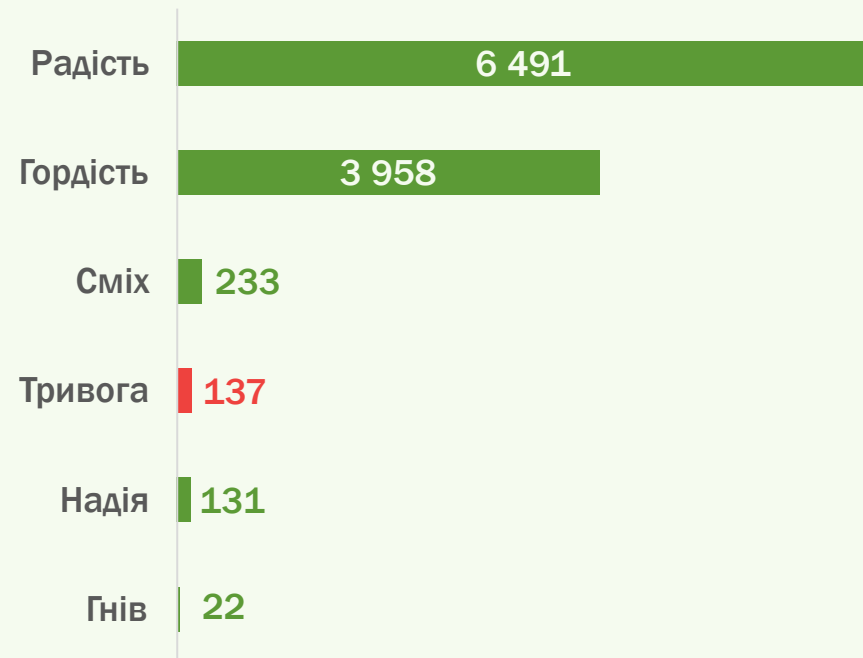
**Тривога:** фіксується у російському секторі **Телеграмі** та **VK** у заявах **Дж.Бакбі**. Автори говорять, що ураження техніки абсолютно несподіване і завдає значної репутаційної шкоди для країн НАТО.

**Надія:** помітна в дописах російських військорів щодо непідтверджених фактів ураження «Patriot».

**Гнів:** помітний під час «ударів відплати» по Одесі 18 травня 2023. Тоді пропаганда повідомила влучання в завод «Центроліт», де розміщувалася поставлена західна техніка.

**Базовою мобілізуючою емоцією всіх кампаній стає радість, що водночас доповнюється гордістю за здобутки та перемоги ЗС РФ. Решта, більш специфічні емоції, притаманні окремим заявам та каналам поширення**

(кількість повідомлень)



# ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ЗНИЩЕННЯ ЗБРОЇ, НАДАНОЇ УКРАЇНІ ПАРТНЕРАМИ

## Стратегія побудови інформаційної кампанії

Кампанія з дискредитації американської зброї була завданням перш за все Міністерства оборони, однак часом до його комунікаційної вертикалі долучалися «вищі сили», аж до президента В.Путіна, і їхні заяви вже тиражувалися більш звичними каналами.

Типова кампанія виглядала так: перші повідомлення про знищену одиницю техніки з'являлися у мережі російських провоєнних телеграм-каналів: непідтверджену інформацію спершу «зливали» на такі неофіційні ресурси. Цей канал комунікації підігривав інтерес до чергового брифінгу МО РФ, де така інформація як правило підтверджувалася. А вже підсумки цих брифінгів додатково популяризувалися через близькі до Міноборони медіа, а також мережею ботоферм. Прикметрою є роль т.зв. ліберальних російських медіа, які хоч і намагалися дотримуватися балансу думок, все одно частіше транслиували російську позицію.

Якщо здобуток був особливо іміджевим, його коментував додатково С.Шойгу, а у винятковому випадку – В.Путін. Окрім того, за можливості залучалися західні спікери, думки яких поширювалися як на власну, так і на закордонну аудиторію, для якої заяви «своїх» мають виглядати більш авторитетно – їхні заяви поширювалися через Twitter. Власне, увага до різних найменувань техніки пропорційна їхній розкрученості.

Докази для таких кампаній надавалися дуже рідко: в основному обмежувалися голосливими заявами функціонерів МО. Однак якщо хоч щось можна було подати як доказ – його теж наводили, як-от відео знищення будинків, в яких, імовірно, була техніка. ТОП-спікери тяжіли до того, щоб озвучувати саме підкріплені повідомлення.

## 5

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО  
ПЕРЕПРОДАЖ ЗБРОЇ, НАДАНОЇ  
УКРАЇНІ ПАРТНЕРАМИ

# ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ПЕРЕПРОДАЖ ЗБРОЇ, НАДАНОЇ УКРАЇНІ ПАРТНЕРАМИ

## Загальний опис теми

### Часовий проміжок проаналізованого періоду: 1 березня 2022 – 31 серпня 2023 року.

Перші потуги російської пропаганди поширити наратив про активний перепродаж зброї з України до квітня 2022 не мали помітного успіху. Автори посилалися на анонімні джерела або взагалі їх не наводили – до прикладу, в повідомленні про фірму «Техімпекс», яка начебто перепродає від імені Міноборони України зброю до Африки у вигляді «надлишків». У квітні цей меседж виринув у відеоблозі опозиційного росіянина Ю.Швеця, який підключився до трансляції звинувачень на хвилі активної уваги до цієї теми завдяки заявам чиновників та правоохоронців ЄС у сусідів України: створення в Молдові центру протидії контрабанді, заяви про контрабанду зброї, а потім її спростування у липні 2022 року. Схожу риторику поширювала американська конгресменка В.Спартц, чії цитати були помітними у російському опозиційному та проукраїнському сегменті.

Після хвилі згадувань, пов'язаних із заявами ЄС, Європолу та інших установ, згадки про контрабанду зброї були рідкісними й практично не містили унікальних меседжів. Змінювалися час від часу хіба що зовнішні обставини, періодично виринала увага до вже трансльованих звинувачень. Їх час від часу повторювали дипломати РФ на засіданнях РБ ООН, скликаних з ініціативи російської сторони у вересні і грудні 2022 та квітні 2023. Ситуативно доєднувались інші іноземні офіційні спікери: так, Ван Веньбінь відреагував на заяви США про причетність Китаю до постачання летальної зброї Росії, мовляв, це США провокують постачанням зброї в Україну глобальну нестабільність через контрабанду. Зброю, отриману з України, намагалися вглядіти в мексиканських картелів, коли ті хизувалися начебто «Джавелінами» хоча це були протитанкові гранатомети АТ4, а також у оголошеннях із «даркнету».

Загалом, тема мала виразний міжнародно-політичний контекст. А власне російські спікери переважно були реактивними у своїх заявах, тоді як ключові сенси транслювалися з посиланням на не-росіян. Дається взнаки ще один комунікативний прийом – «посилання на авторитетів» із колективного Заходу. Хоча в бот-атаках помітний штучний розгін і російських спікерів: Р.Кадиров, В.Небензя.

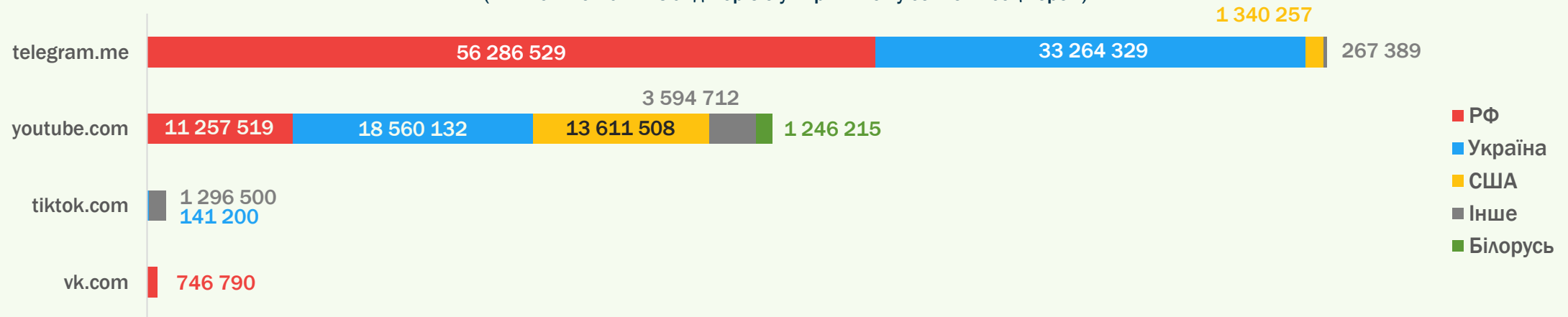
## 5.1.

НАЙПОПУЛЯРНІШІ ДОПИСИ  
(ПЕРЕВАЖНО ЛІДЕРИ ДУМОК ТА  
ВІДОМІ МЕДІА)

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

Авдиторія росіян обробляється повідомленнями на цю тему через Telegram, також тут потужне охоплення проросійських TG-каналів, що працюють на неокуповану частину України. А от «лідери думок» з-за кордону більш схильні використовувати західні платформи (як-от формально проукраїнський Ю.Швець на YouTube)

(кількість контактів з авдиторією у кириличному сегменті соцмереж)



**Telegram:** в Росії використовується пропагандистами, переважно мілітарі-блогерами (Б.Рожин, В.Соловйов, О.Коц, Ю.Котенок, Р.Осташко), для скоординованого поширення основних заяв про контрабанду зброї з України, потрапляння її до рук терористів у різних країнах: Мексиці і Сирії зокрема. Вони частіше спираються на заяви західних спікерів чи інституцій (Європол), використовуючи це як привід для довіри, а вже суто російські речники (М.Захарова, В.Небензя) їх ретранслюють. В Україні цей порядок денний просувають анонімні телеграм-канали (Резидент, Легитимний, Сплетница тощо), що мають велику авдиторію та кількість підписників. США – до трансляції інспірованих росіянами нарративів доєднується їхній блогер-експат «Саня во Флориде».

**YouTube:** російські агрегатори новин на анонімних каналах створюють дайджести (часом це буває ретрансляція новин російських телеканалів, чії акаунти заблоковані на YT).

Окремо доєднуються деякі «імениті» відеоблогери (Н.Міхалков і його відеоблог «Бєсогон ТВ», на якому регулярно поширюються теорії змов). Україна: більшу частину охоплення формують декілька проросійських блогерів (М.Дульський, Є.Мисливець тощо). США: Ю.Швець поширює критику української влади за перепродаж зброї, доповнює її міркуваннями. Серед білоруських ресурсів – ютуб-канали державного ТБ Білорусі (АТН: **новости Беларуси и мира, Телеканал ОНТ**), що запрошують російських експертів.

**ТікТок:** короткі нарізки з російського ТБ (Первый канал, РЕН ТВ) від користувачів з Німеччини, Туреччини та України.

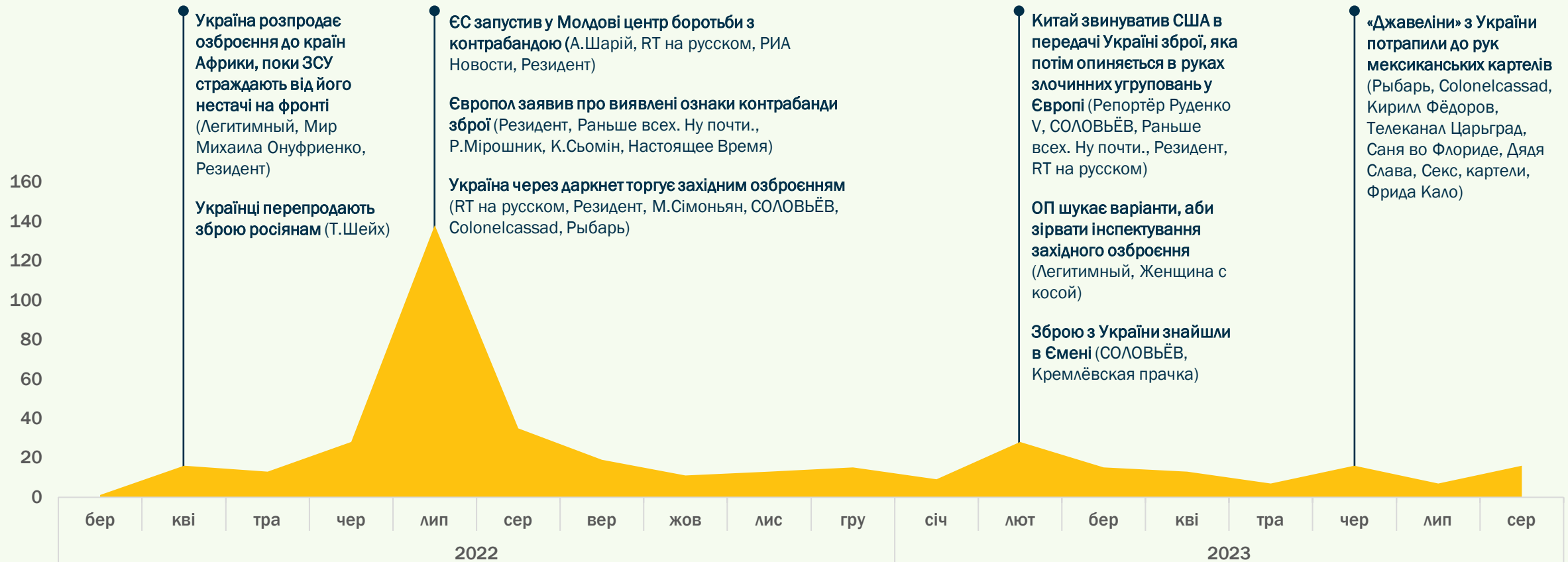
**ВК:** дописи про перепродаж зброї (наприклад, до Мексики) лише в публіках з Росії (на кшталт Телеканал Царьград, що належить «православному» олігарху К.Малофєєву).



# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Найпотужніше розгін теми контрабанди зброї проходив у липні 2022 року. Росіяни посилалися на заяви правоохоронців ЄС (однак після спростування самого ЄС ця тема зійшла нанівець). Наступні піки уваги були не надто помітні – хіба що невелике пожвавлення, яке хронологічно збіглося з корупційним скандалом в Міноборони (січень-лютий 2023)

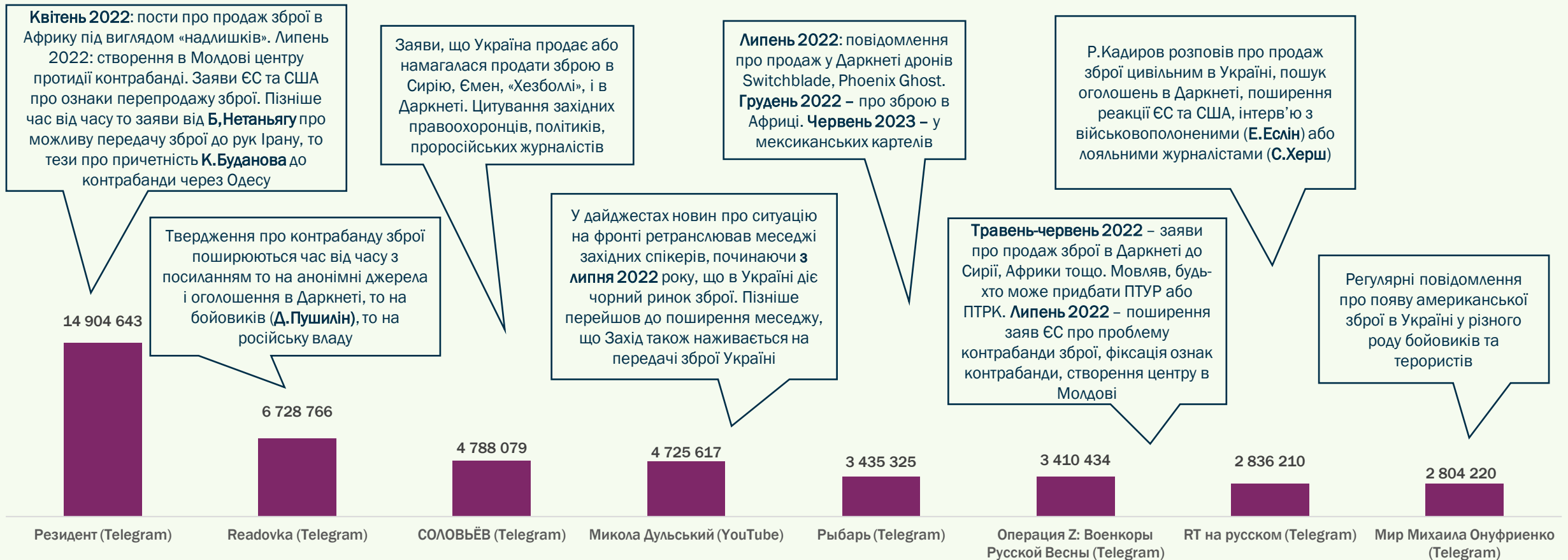
(кількість постів)



# КЛЮЧОВІ АВТОРИ КОНТЕНТУ

Одна група авторів (Резидент, В.Соловйов, М.Дульський, RT на русском) спирається швидше на заяви західних спікерів для виправдання нарративу про контрабанду зброї, інша (Readovka, Рыбарь тощо) – на анонімні джерела та росіян

(кількість контактів з аудиторією; в дужках – канали комунікації авторів у СМ)



## ОСНОВНІ ГРУПИ СПІКЕРІВ ДОПИСІВ

**Західні правоохоронці:** посадовці й речники Європолу, інших міжнародних або національних інституцій Польщі, Британії, Фінляндії тощо.

**Західний політик/дипломат:** найчастіше – конгресвумен **В.Спартц** з заявами про Сирію та Мексику. Її цитують навіть ліберальні/опозиційні російські ресурси (**Настоящее время, М.Солонін**).

**Західний військовий:** прихильні до РФ офіцери/генерали у відставці (**С.Ріттер, Д.МакГрегор**) або військові, що перейшли на бік РФ чи здалися в полон (**Дж.Макінтайр, Е.Еслін**).

**Іноземний експерт/журналіст:** здебільшого американський журналіст **С.Херш**, який просував тези не тільки про зброю на чорному ринку, а й, до прикладу, про причетність США до підриву «Північних потоків».

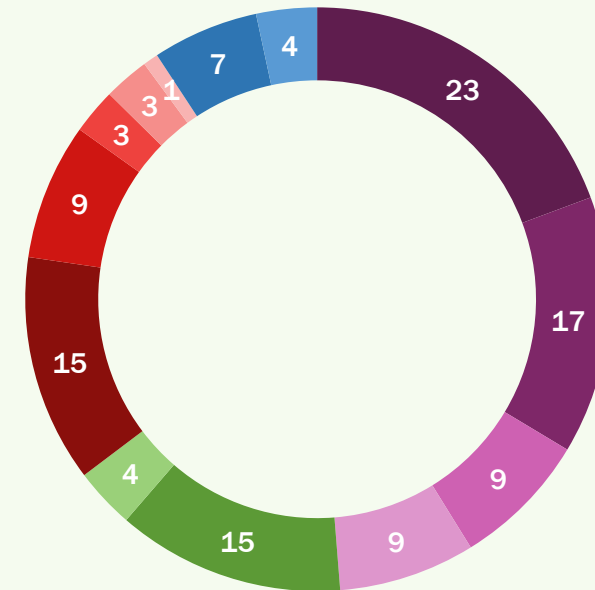
**Політик Глобального Півдня:** китайський дипломат **В.Веньбінь** із заявами про ризики потрапляння зброї до рук бандитів у різних країнах; **Б.Нетаньягу** з заявами про ризик потрапляння зброї до рук ХАМАС.

**Представник міжнародної організації:** **А.Гутерріш** в контексті домовленостей щодо «зернової угоди» обіцяв не використовувати порти України для контрабанди зброї.

**Російські політики/дипломати:** у фокусі уваги – **В.Небензя**, що на засіданнях РБ ООН, скликаних Росією, заявляв про загрозу розповзання зброї по світу. Також **Р.Кадиров**, який заявляв, що українці продають зброю своєму противнику прямо на полі бою.

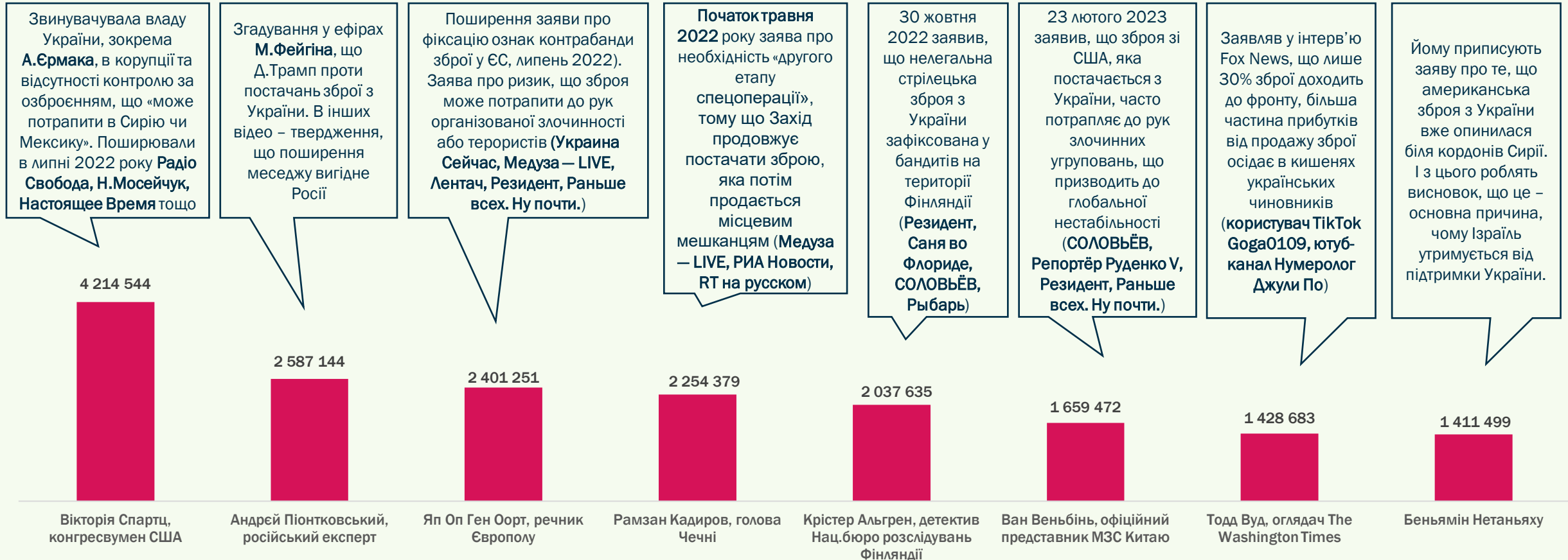
**Найчастіше звинувачення проти України приписують західним правоохоронцям, політикам, дипломатам, відставним військовим. Російські ж спікери здебільшого підхоплюють тему**

(кількість контактів з аудиторією)



**В український патріотичний інфопростір наратив про контрабанду зброї успішно проник завдяки заявам В.Спартц, А.Піонтковського та інших подібних спікерів. Інші спікери за межі російського та проросійського інфополя не виходили**

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

**Дуже помітні окремі меседжі для української, західної та російської аудиторій. Перепродаж як нібито dokonаний факт співіснував в інфопросторі з занепокоєнням, що озброєння може потрапити на чорний ринок (але не обов'язково ще потрапило). З боку формально українських авторів завжди є акцент, що до всіх цих проблем причетна українська влада**

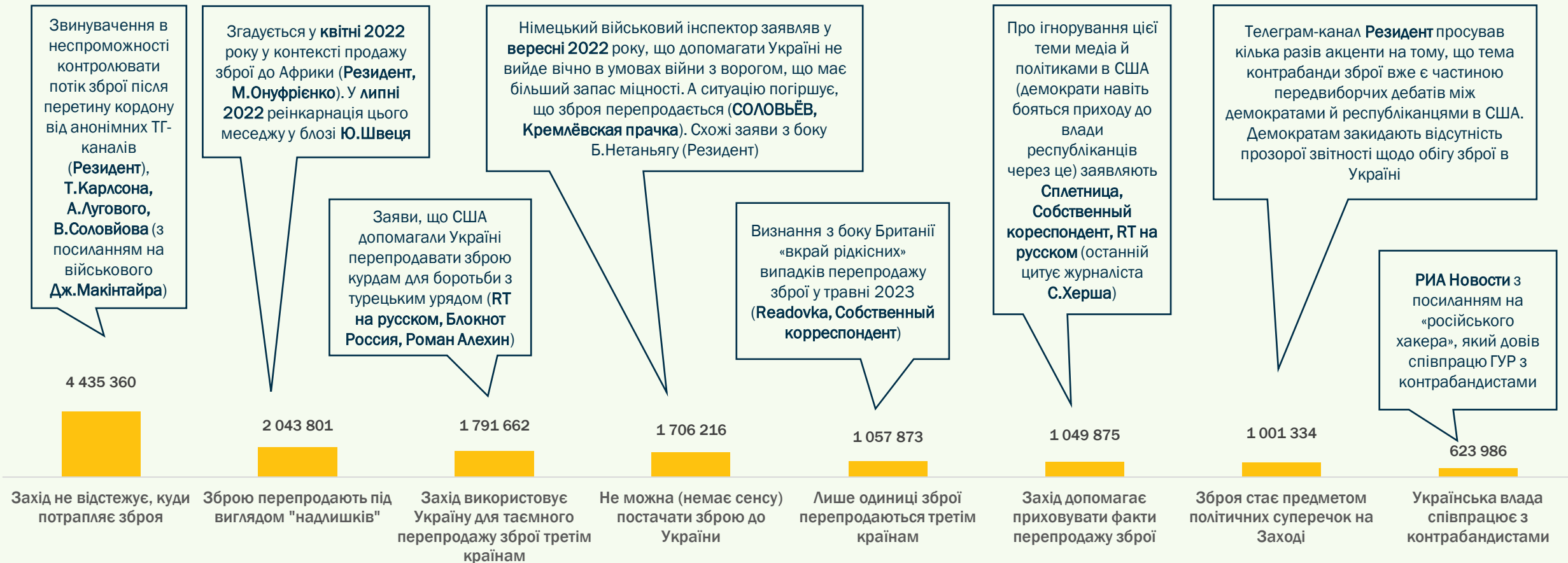
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ (ПРОДОВЖЕННЯ)

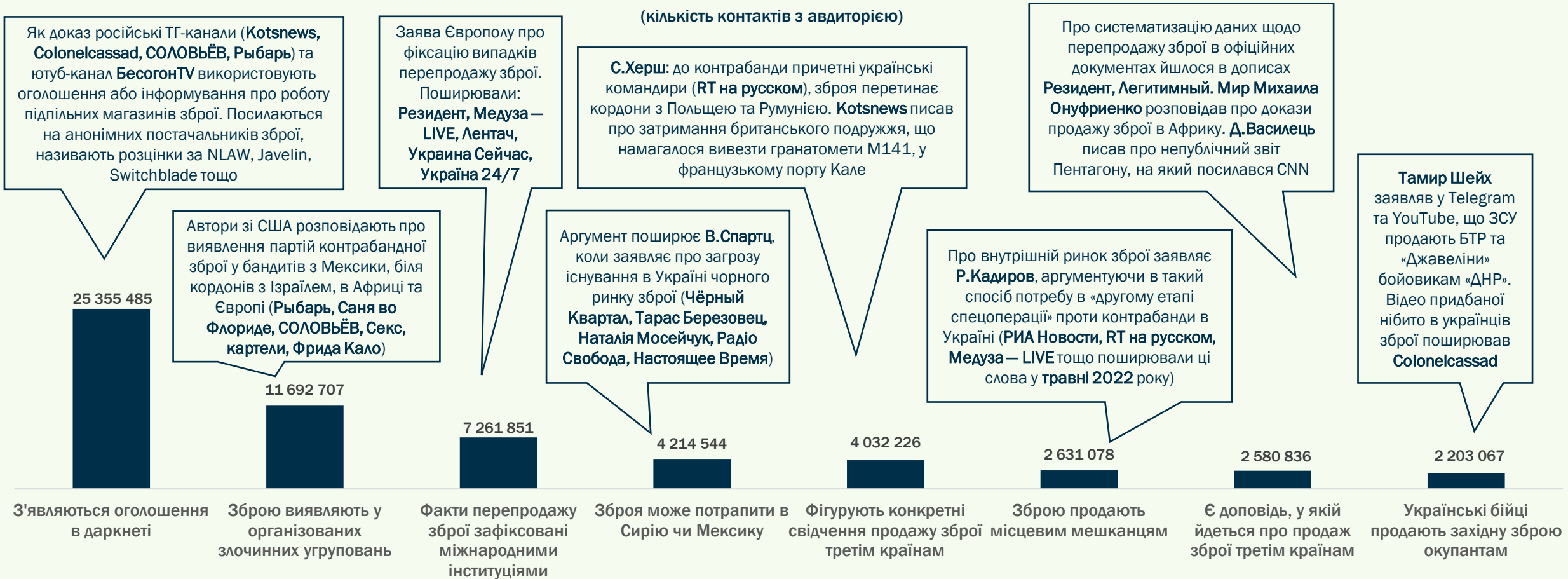
Меседжі другого плану значною мірою стосуються замовчування проблеми контрабанди зброї. Якщо в формально українських телеграм-каналах на кшталт Резидент суб'єктом приховування правди стає українська влада, то в російських частіше фігурує Захід, а Україну не вважають суб'єктною

(кількість контактів з аудиторією)





Найпопулярніший аргумент на підтвердження фактів контрабанди зброї – розміщення оголошень у «темному» сегменті Інтернету, який не індексується. Натомість документальні підтвердження перепродажу не так часто використовуються пропагандою. Нерідко аргументи на підтвердження основних меседжів самі по собі спекулятивні. Звучать і звинувачення, що Україна таємно продає західну зброю навіть росіянам (попри чутливість Заходу до проблеми розсекречення своїх технологій)





# КЛЮЧОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРИВОДИ, ЗАПУЩЕНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Через те, що тези про контрабанду зброї частіше поширювалися з посиланням на оголошення в Даркнеті або заяви іноземних політиків, не надто помітними були інфоприводи, організовані безпосередньо Росією. Найпомітніший інфопривід – Рада Безпеки ООН, скликана росіянами, – був реактивним, а не проактивним

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Гнів:** українська влада перепродає зброю до інших країн, поки її не вистачає на фронті в самій Україні (**Резидент, Легитимный, Мир Михаила Онуфриенко**); заклики Р.Кадирова припинити «світовий хаос і безлад» через контрабанду (RT на русском, **Жесть Белгород, РИА Новости**); Захід накачує «київський режим» зброєю, яка безконтрольно розкрадається (МИД России, **Мария Захарова**); в ЗСУ процвітає корупція (**СОЛОВЬЁВ, Андрей Луговой. Госдума** – поширення заяв **Дж.Макінтайра**).

**Тривога:** на Банковій занепокоєні розголосом через контрабанду зброї (**Резидент**), так само й Захід (США, ЄС) занепокоєний через ризики потрапляння її до бандитів, терористів (**Резидент, ИноТВ, MediaKiller, RT на русском**), мексиканських картелів (**Осташко! Важное**).

**Обурення:** чиновники, попри те, що зброя потрібна фронту, продають її за кордон (**Readovka**), В.Залужний вимагає перевірок на цьому тлі (Блокнот Россия), незадоволення реакцією влади – **О.Резнікова, А.Єрмака** – на закиди щодо контрабанди (**Ю.Швец**).

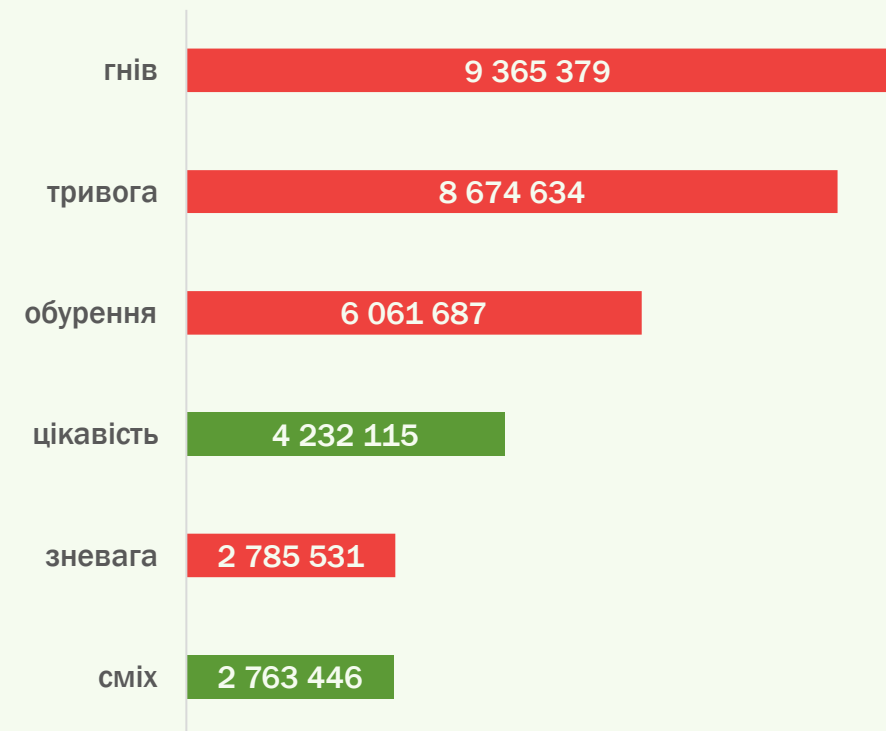
**Цікавість:** розкриття таємних схем перепродажу озброєння в Даркнеті (**Сплетница, Рыбарь, Резидент, Маргарита Симоньян**), ОП розробляє різні сценарії відволікання Заходу від скандалів (**Легитимный, Женщина с косой**).

**Зневага:** до керівника «офісу клоуна» за продаж зброї на чорному ринку (**Операція Z: Военкоры Русской Весны**); до самих «захистників», які замість захисту країни займаються комерцією (там само) і яким не вийде допомагати нескінченно (**СОЛОВЬЁВ, Кремлёвская прачка**).

**Сміх:** з продавців зброї для мексиканців – мовляв, у подарунок пропонується також «кокс від Зелі» (**Дядя Слава, Саня во Флориде**); з військових, які скаржаться на складну ситуацію: мовляв, вже все озброєння продали в даркнеті (**Жесть дня**); «блюзнірська» торгівля «святими» джавелінами (**Kotsnews**).

**Однією з ключових (нарівні з базовим гнівом) була емоція тривоги – через досить помітну риторичку про стурбованість різних сторін проблемою відсутності контролю за зброєю, ризиками потрапляння її до рук терористів та організованої злочинності. Та переважна більшість повідомлень – беземоційні (звітування про фіксацію перепродажу зброї)**

(кількість контактів з аудиторією)

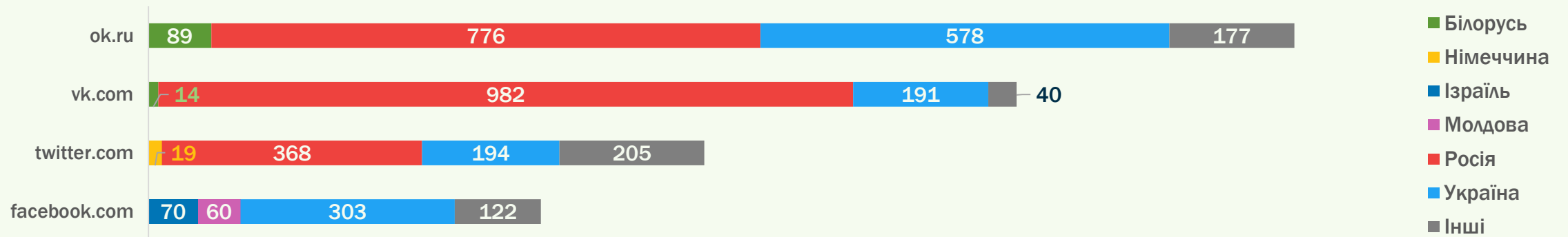


## 5.2. ВІРУСНІ ПОСТИ І БОТ-АТАКИ

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

Основним ареалом бот-атак та вірусних поширень з боку російських користувачів є саме російські соцмережі (ВКонтакте, Однокласники). У двох російських столицях (Москві та Спб) популярним для атак ботів є Twitter. Однак західні соцмережі в цілому частіше використовуються для впливу на закордон (російські анклав типу ПМР чи діаспорні середовища)

(кількість повідомлень у кириличному сегменті соцмереж)



**Однокласники: в РФ** повідомлення про перепродаж зброї поширюють різні тематичні групи і не дотичні до політики (про фітнес, футбол, садівництво, дизайн, моду, манікюр, в'язання тощо). У групі «Прекрасная хозяйка: Дом, Уют, Любовь», наприклад, було повідомлення, «чи не обернеться допомога Заходу проти нього самого». Ще одна категорія ретрансляторів – акаунти провладних російських ЗМІ (РИА Новости, LIFE.ru, Коммерсантъ, RT на русском), міські спільноти. Користувачі з України розганяють заяви проросійських експатів (експрем'єр М.Азаров, журналіст В.Скачко) поряд із меседжами європейських чиновників та «інсайдами» військових. Головними місцями публікації є проросійські спільноти (Новости Новороссии и Мира, Политическая матрешка, Славяне ... Против фашизма !!!). У Білорусі помітним є антипольське спрямування звинувачень, дописи користувачів з цієї країни нерідко фігурують у групах однодумців з Німеччини, країн Балтії.

**ВКонтакте: в РФ** дві категорії трансляторів меседжів: пересічні користувачі із Москви, Воронежа, Кемерова тощо та ура-патріотичні Z-спільноти (Русский фронт / антимайдан). Однак домінують індивідуальні користувачі. Вони репостять новини з телеграм-каналів або пабліків у ВК. **Україна:**

переважає активність спільнот колаборантів. Поодинокі індивідуальні користувачі зареєстровані на окупованих територіях України.

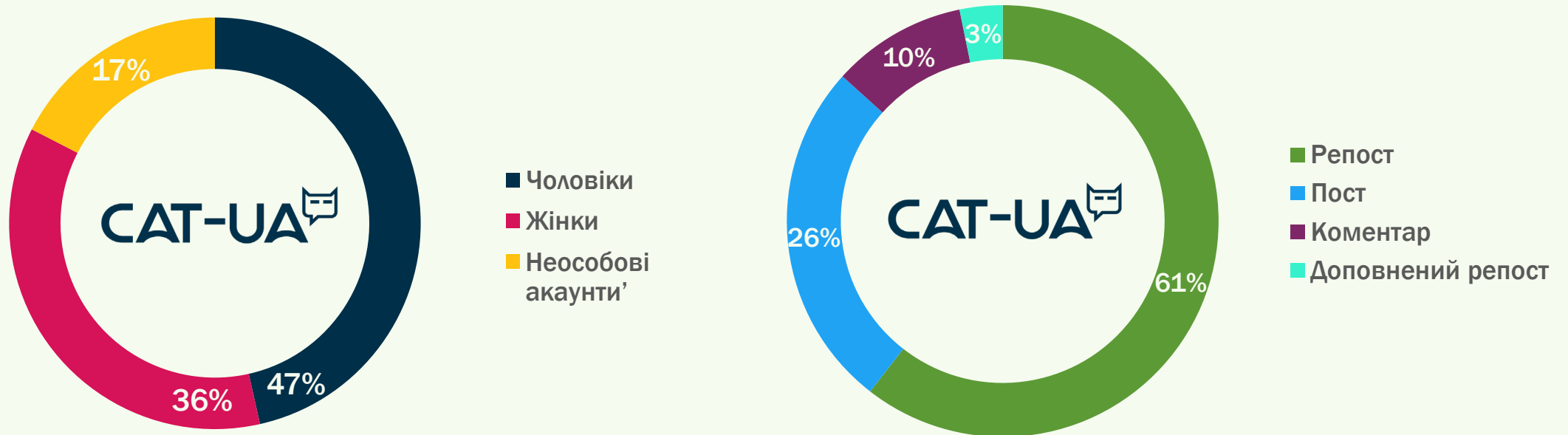
**Twitter: РФ** – ретвіти новин про оголошення в Даркнеті, заяв Європолу про ознаки контрабанди. Переважають користувачі із Москви та Санкт-Петербурга. **Україна** – користувачі з Києва, Одещини, Донецька, Севастополя, Харкова поширюють заяви В.Небензи щодо контрабанди зброї та корупції в українському уряді.

**Facebook: Україна** – поширення заяв Європолу під заголовком «Скотиняки...». Часто фіксується в групах, що підтримують П.Порошенка, а не тільки на сторінках індивідів. Клікбейт: «Якщо це підтвердиться, ми одразу припинимо будь-яку допомогу вам!». **Молдова:** групи з ПМР (здебільшого геолокація – Тирасполь) поширюють заяву експрем'єрки Молдови Н.Гавріліци про контрабанду як dokonаний факт. **Ізраїль:** активність бота «Женя Стар» з Ашдода, який поширював статтю про схеми продажу зброї в Даркнеті.

## ДЕМОГРАФІЯ І ТИПИ ПОВІДОМЛЕНЬ У СОЦМЕРЕЖАХ

Серед авторів вірусних чи бот-поширень неособові акаунти траплялися переважно у соцмережі Однокласники, і це були ресурси без політичного спрямування (*Мой Дачный Уголок, Ноготочки, Школа ремонта* тощо). Жінки репостять емоційну «зраду» («що ж ми нарobili, навіщо було продавати зброю?») в українському сегменті Facebook, вдаються до поширення повідомлень у чатах для пошуку ескортниць (Telegram), передрукують новинні заголовки в дописах VK. Чоловіки втричі активніші в публікації постів – такий формат контенту притаманний зацікавленим політикою авторам в Однокласниках, окремим ботам (ізраїльтянин Женя Стар у фейсбуці), долучаються й індивідуальні користувачі VK. На рівні з жінками вони репостять новини в різних соцмережах (у приблизно рівних пропорціях) та залишають коментарі приблизно однакового змісту у VK

(кількість повідомлень, у відсотках)



# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Кульмінація поширень мала місце наприкінці липня – на початку серпня 2022 року в Однокласниках, коли численні групи (здебільшого неполітичного змісту) наповнювалися однотипними репостами тез про контрабанду зброї. Після цього активність ботів пішла на спад, лише іноді були сплески уваги через окремі інфоприводи, але набагато менші, ніж навесні 2022

(кількість повідомлень)



Канали поширення дезінформації надають перевагу зовсім різним спікерам, а частіше обходяться без них. Іноді це має географічну прив'язку: наприклад, користувачі з «ПМР» поширювали заяви про контрабанду від молдовської політикині Н.Гавріліци, а з російського Кемерова – аналогічні меседжі від свого земляка, звичайного завідувача спортшколи

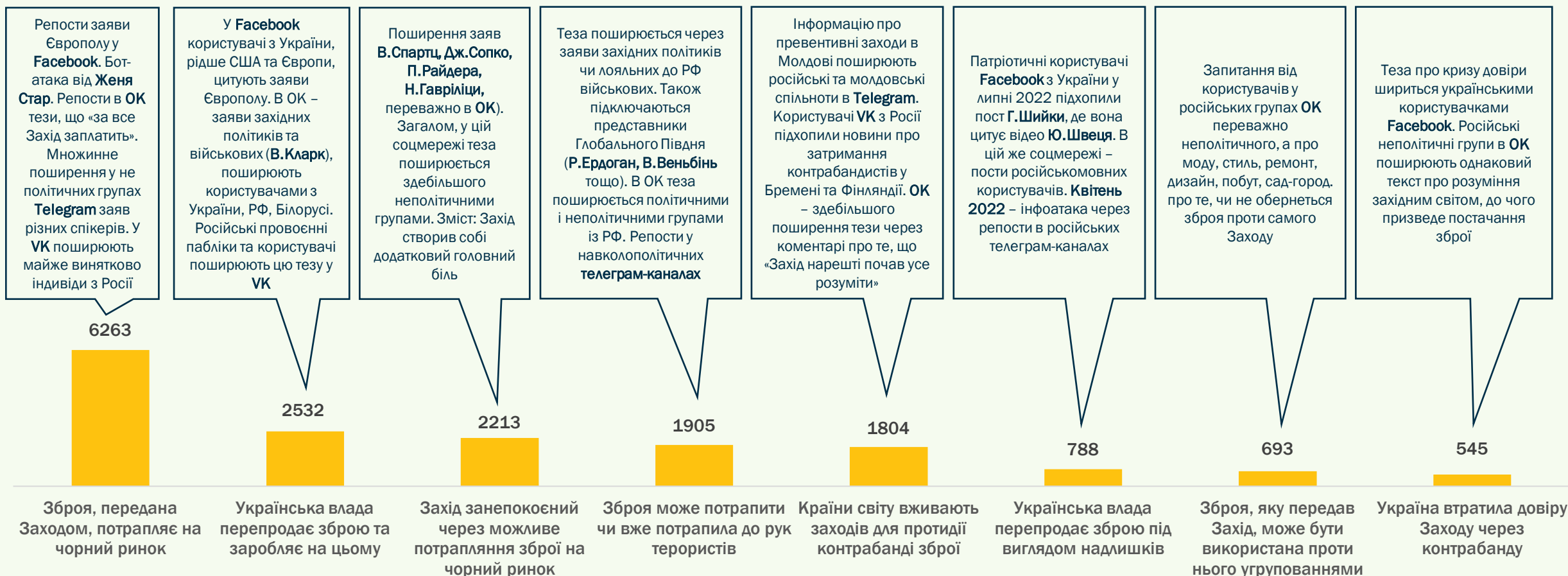
(кількість повідомлень)





**Абсолютна більшість авторів і учасників бот-атак сходиться на «констатації» потрапляння зброї з України на чорний ринок. Також поширеними є міркування, що українська влада безпосередньо отримує вигоду з перепродажу зброї. Водночас, Захід постає як наївна жертва української контрабанди і водночас сторона, що занепокоєна масштабами проблеми**

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ (ПРОДОВЖЕННЯ)

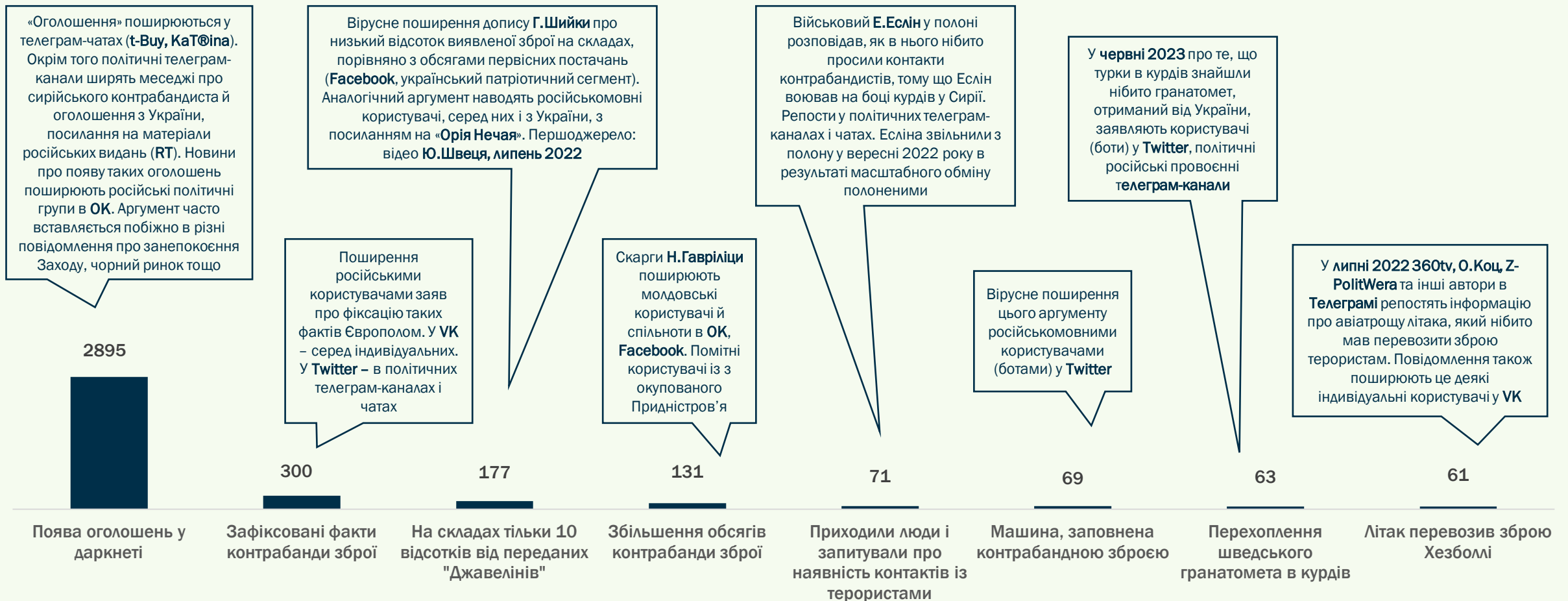
Меседжі другого плану більш чітко пов'язані з певними інформатаками та заявами. Закиди на цьому рівні часто стосуються конкретних осіб або інституцій – в участі у схемі перепродажу зброї через Одесу звинувачували навіть К.Буданова (уродженця цього регіону), не кажучи вже про Міноборони, якому підпорядкована військова розвідка

(кількість повідомлень)



## Абсолютним лідером за частотою поширення є доказ причетності України до перепродажу зброї через посилання на оголошення в «даркнеті». Далі йдуть більш специфічні та подієві аргументи

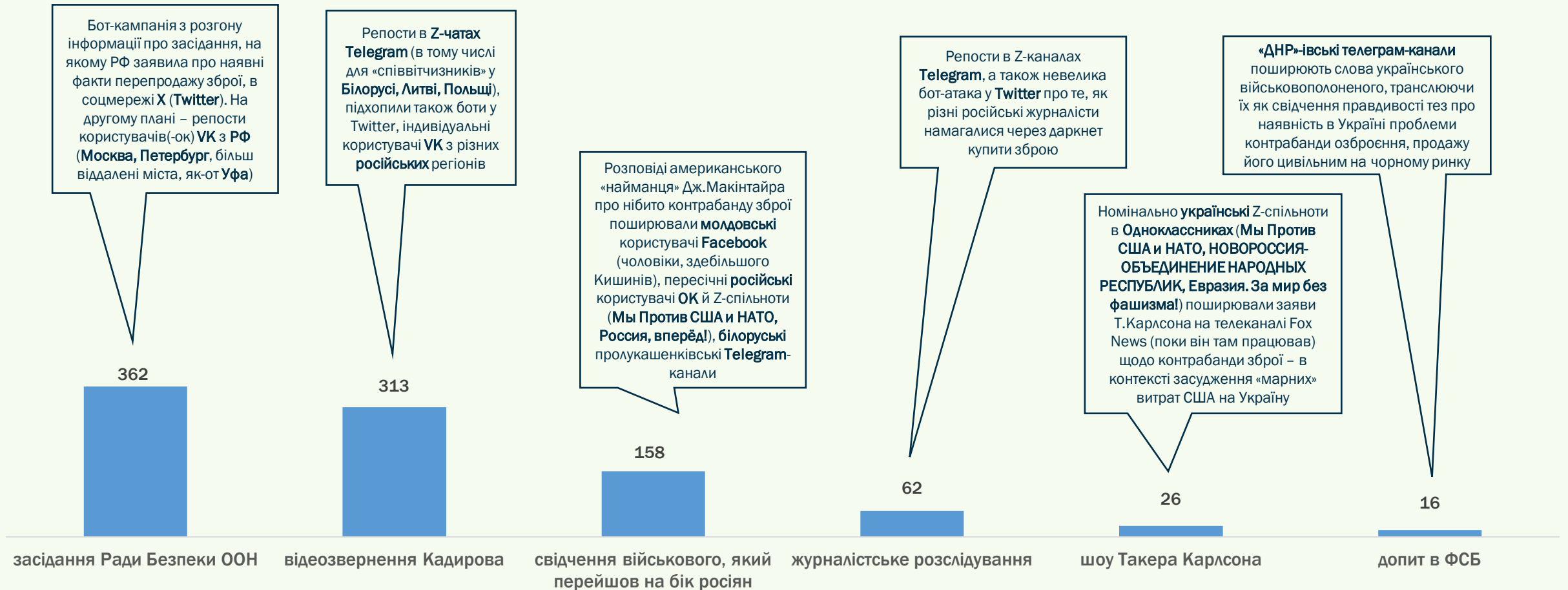
(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ ІНФОПРИВОДИ, ІНІЦІЙОВАНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Суто російські інфоприводи використовуються вкрай обмежено і не набувають вірусності (за винятком радше емоційної відозви Р.Кадирова на початку «СВО»), в частині випадків задіяні міжнародні майданчики (РБ ООН) або іноземні спікери (американський військовий, що перейшов на бік Росії, або MAGA-пропагандист)

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Тривога:** занепокоєння з боку ЄС через ризики потрапляння зброї на чорний ринок (ТГ-чати пошуку ескортниць або роботи; **групи в ОК**), американського журналіста **С.Херша (Twitter, ОК)**, звичайного мешканця Кемерова (користувачі **VK з Кузбасу**), США через потрапляння зброї до Мексики (**телеграм-канали**); стурбованість через відсутність гарантій відмови від перепродажу зброї та міжнародну нестабільність (коментарі в телеграм-чатах та **VK**).

**Гнів:** на «скотиняк», які продають зброю (україномовний **Facebook**); на нацистів, які тероризують людей та продають зброю (**Дж.Макінтайр**, якого цитують **телеграм-канали** та користувачі **VK й ОК**); на США та ЄС, які озброюють терористів (індивідуальні користувачі **VK**) і хочуть вдарити Росію боляче (коментатори в телеграм-чатах і у публіках **VK**); на Міноборони (яке перепродає зброю під виглядом «надлишків», поки солдатам її не вистачає на фронті – користувачі у **Facebook, Telegram, YouTube, VK** тощо).

**Цікавість:** до схем потрапляння зброї на чорний ринок (**ANNA-NEWS** про начебто існування схеми за участі **К.Буданова**), до широкого асортименту зброї в даркнеті, способу отримання мексиканськими картелями зброї (**VK, Telegram**). Також масоване поширення в ОК риторичного питання «що буде далі» в постах про те, що Захід прогавив контрабанду.

**Зневага:** до «Кулеб, Зеленських, Данілових», які навколішки просять зброю, а потім продають її і при цьому розграбовують країну до останнього; **до українців як «нації крадіїв»** загалом.

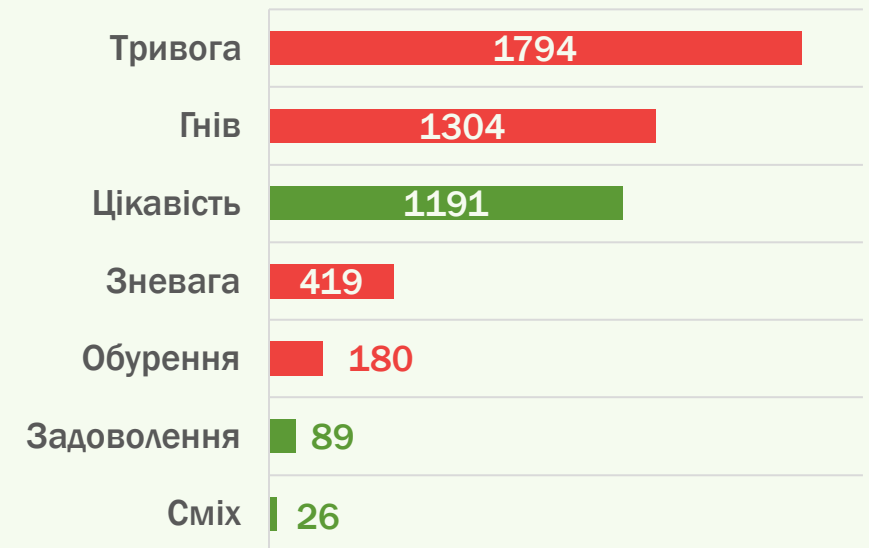
**Обурення:** відсутністю поширення в західних ЗМІ інформації про центр для боротьби з контрабандою зброї в Молдові (телеграм-чати та канали; користувачі **Twitter**); **Тамір Шейх** про реакцію НАТО на контрабанду зброї з України (користувачі у **VK та ОК**).

**Задоволення:** продажем Україною західного озброєння росіянам (групи політичної тематики в Однокласниках, акаунти **Twitter**).

**Сміх:** з поліції Маямі, яка передає вилучену у мексиканських картелів зброю українським військам, а ті її передають знову гангстерам з картелів (**телеграм-канали**).

**Базовою емоцією в бот-атаках виступає тривога, яку намагаються спровокувати різні автори оригінальних постів та їхні ретранслятори: мовляв, через контрабанду зброї (а не через російську агресію) зникає міжнародна стабільність, зростає вплив терористів. Гнів здебільшого каналізується на українську владу і на сам Захід, який «уможливив» перепродаж зброї, постачаючи її в Україну. Водночас є і демонстративна зацікавленість схемами такого перепродажу або подальшим розвитком подій**

(кількість повідомлень)



# ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ПЕРЕПРОДАЖ ЗБРОЇ, НАДАНОЇ УКРАЇНІ ПАРТНЕРАМИ

## Стратегія побудови інформаційної кампанії

**Часовий проміжок проаналізованого періоду: 1 березня 2022 – 31 серпня 2023 року.**

Ще одна тема, яка регулярно транслюється російською пропагандою з метою дискредитувати українців та підірвати військову співпрацю України з Заходом. Ядром цієї кампанії є російські мілітарі-блогери в Telegram, які зазвичай не цитують поважних спікерів, однак помітним є також використання специфічних каналів поширення інформації для різних аудиторій. По-перше, це масові розсилки через неполітичні групи в Однокласниках, переважно на російську аудиторію та аудиторію давно окупованих територій. Вони допомагають охопити політично байдужу частину населення, яка не читає мілітарі-блогерів. По-друге, це використання псевдопатріотичних українських чи псевдо-проукраїнських користувачів (від Ю.Швеця до блогерів, прихильних до «Європейської солідарності», або таких, що намагаються здаватися ними), і розгін їхніх меседжів за допомогою псевдопатріотичних ботоферм у Facebook. Цей інструмент зосереджувався на меседжах про недовіру до української влади, яка через цю контрабанду «сварить нас із Заходом», а до того ж, цієї зброї не вистачає українським солдатам. По-третє, проросійські топ-канали в Україні на зразок Резидента, що теж використовують той самий меседж і схильні посилатися на західні джерела (таку саму риторику використовують невійськові російські пропагандисти на кшталт Соловйова). І по-четверте, використання локальних політиків в інших державах (Н.Гавріліца в Молдові тощо).

Найпомітніший сплеск був після неоднозначної цитати Європола, некоректне трактування якої спростувала потім сама організація. Також «допомогла» пропагандистам конгресвумен В.Спартц, спричинивши один зі сплесків таких згадувань. Сама Росія інфоприводів майже не створювала, однак часто комунікувала без приводів.

Аргументація кампанії як правило дуже слабка: найчастіше це оголошення у даркнеті, які легко фальсифікувати, і складно перевірити.

6

ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ХВОРОБУ  
ЧИ СМЕРТЬ ВОЛОДИМИРА  
ЗЕЛЕНСЬКОГО



# ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ХВОРОБУ ЧИ СМЕРТЬ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО

## Загальний опис теми

**Часовий проміжок проаналізованого періоду: 1 березня 2022 – 31 серпня 2023 року.**

Перші помітні в спроби поширити наратив про хворобу В.Зеленського датуються 11 березня 2022 року, як відповідь на його відеозвернення з розвінченням російської пропаганди стосовно біолабораторій в Україні. Помітно, що спочатку пропагандисти віддавали перевагу аргументації саме через зміну зовнішності Президента, а коли в медіа дедалі більше почали говорити про контрнаступ – змінили ключовий аргумент: мовляв, Захід хоче позбутися Зеленського, бо той не відповідає їхнім очікуванням.

Тема практично не зачепила патріотично налаштованих українців, а обговорювалася переважно в російських та проросійських колах. Активно цитували західних спікерів, таких як: Ласло Кевер (спікер парламенту Угорщини), Шарль Ройзман (оглядач французької газети Causeur) та Петер Сійярто (голова МЗС Угорщини) – вони поширювали тезу про психічну хворобу; Майк Тайсон (американський боксер) називав Зеленського наркоманом і порекомендував відправитися на реабілітацію; Стью Пітерс (американський блогер), характеризував його як соціопата. Єдиним проросійським українським каналом, чиї чутки про плани ліквідації В.Зеленського активно підхопили росіяни, був Telegram-канал «Легитимный» (20 липня 2023 року).

Аналізована вибірка містила невелику кількість унікальних публікацій, більша частка авторів репостили або копіювали до своїх пабліків однотипні повідомлення та висновки стосовно здоров'я В.Зеленського. Це можна пояснити також і тим, що поширення новин про перебування Президента в реанімації (хакерська атака росіян на українське радіо «Байрактар» і «Мелодія» 21 липня 2022 року), про зараження біологічною зброєю США (20-28 липня 2022 року), поява медичного заключення про діагностування раку простати (2 листопада 2022 року) та цитування західних «лідерів думок» відбувались здебільшого без додавання якихось авторських поглядів. Також помітно, що російська сторона обрала тактику маніпулювання запозиченими інфоприводами, замість того, щоб будувати порядок денний виключно своїми.

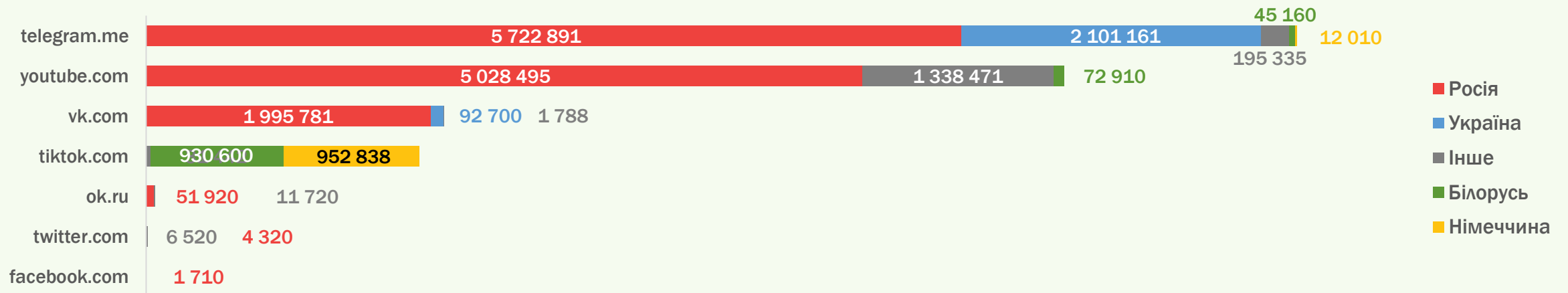
## 6.1.

НАЙПОПУЛЯРНІШІ ДОПИСИ  
(ПЕРЕВАЖНО ЛІДЕРИ ДУМОК ТА  
ВІДОМІ МЕДІА)

# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

Росіяни обговорювали здоров'я Зеленського у Telegram та YouTube (дещо менше VK), у той час як автори контенту з Білорусі та Німеччини віддали перевагу TikTok. В Україні цю тему обговорювали лише відомі проросійські акаунти, і переважно в Telegram

(кількість контактів з аудиторією у кириличному сегменті соцмереж)



**Telegram у РФ** використовувався як анонімними каналами, так і відомими пропагандистськими (Пономарь Live, Kremlin\_Russian, Владимир Рогов, ЧВК Медиа, СОЛОВЬЁВ). Здебільшого вони репостили публікації з інших каналів (Легитимный). З боку України тему просувають лише проросійські телеграм-канали (Репортёр Руденко V, На самом деле в Луганске тощо), що мають доволі велику аудиторію. В Білорусі найбільші охоплення мають канали місцевих блогерів (Азарёнок. СТВ, Илья Бегун), а в Німеччині анонімні канали поширювали новину про Зеленського в реанімації.

**YouTube: в російському інфополі** помітними були такі типи спікерів: російські блогери (Андрей Тюняев, Илья Анищенко, Тамир Шейх) та ворожбити/тарологи (Світлана Веда).

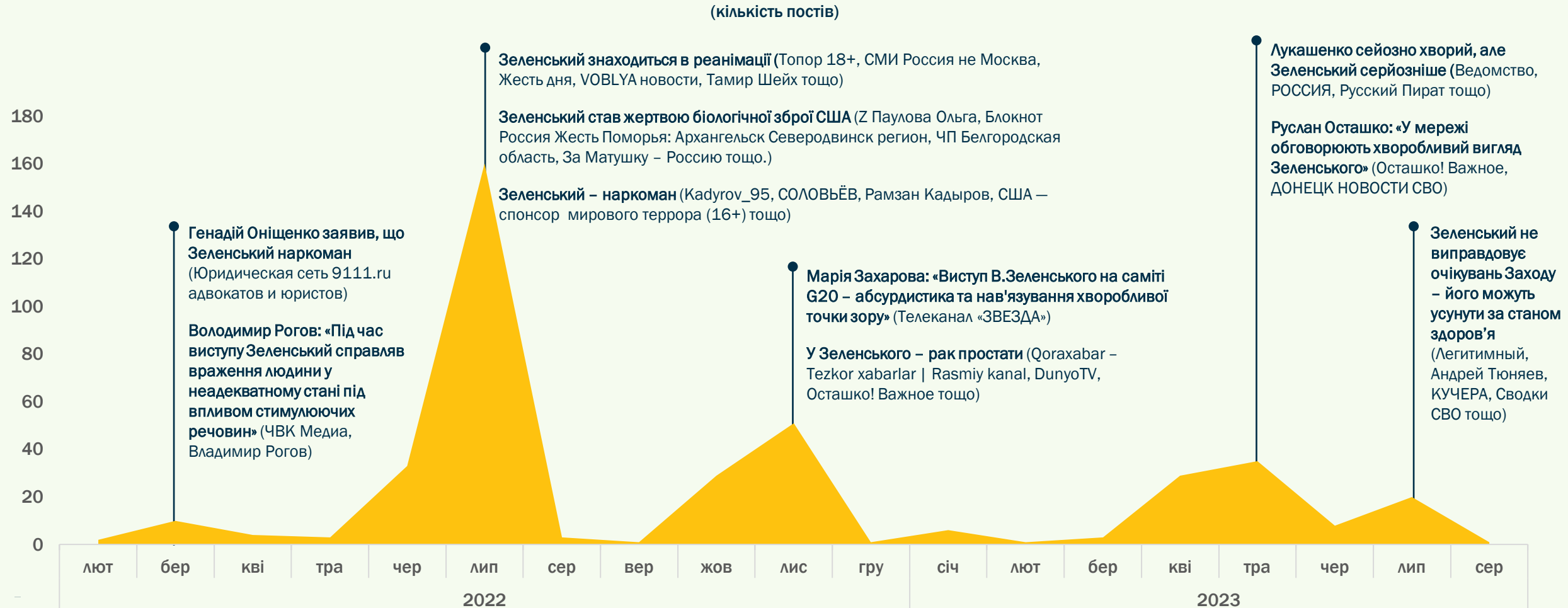
**TikTok:** контент від білоруського блогера Олексія Капустіна з розбором обличчя В.Зеленського та відео з частиною новин з російського ТБ, де цитують Стью Пітерса, від користувача з Німеччини Andrej K.

**Однокласники:** найбільше використовували росіяни, що поширювали думки російського політика В.Рогова та українського парламентаря Гео Лероса.

**Twitter (X):** дописи з цитуваннями західних політиків (Ласло Кевер) та експертів (Шарль Ройзман) про хворобу В.Зеленського репостили, додаючи свої коментарі спільноти та користувачі з Таджикистану, Вірменії та Росії. Спостерігається багато цитувань тематичної публікації у російській Газета.Ru.

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

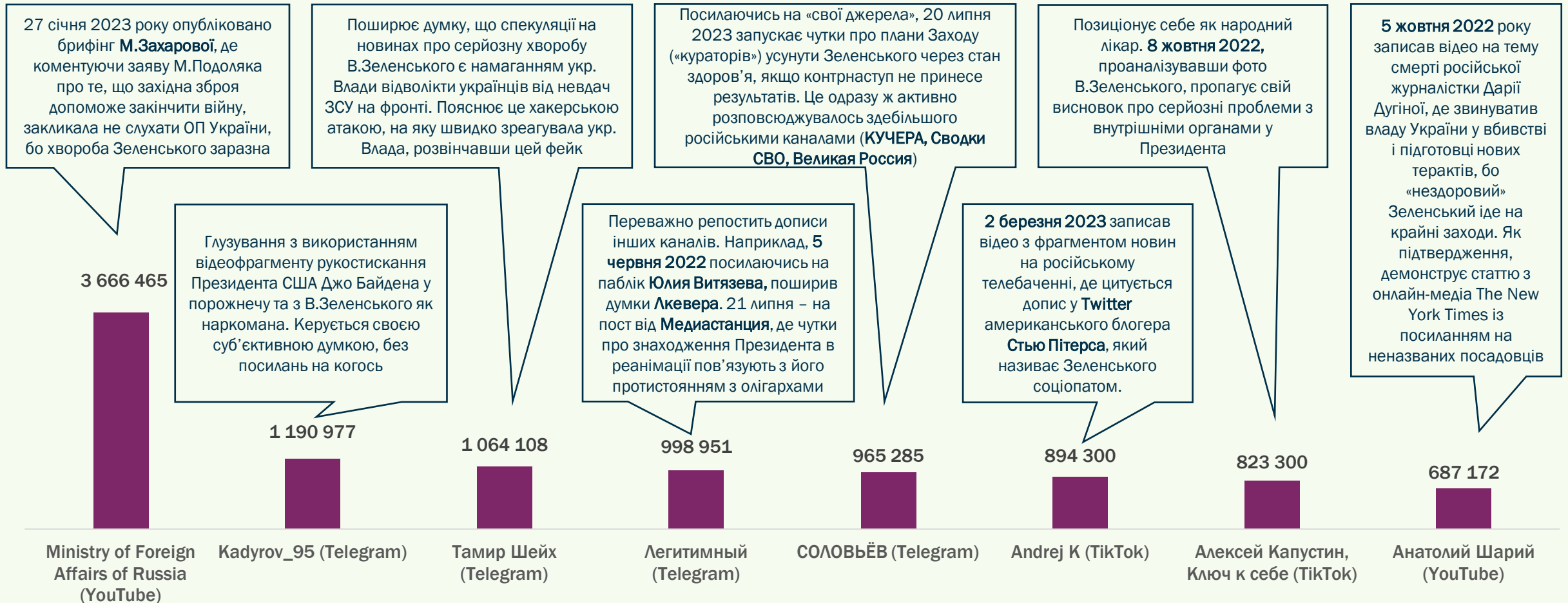
Найпомітніша спроба транслювати наратив про хворобу В.Зеленського була зафіксована в липні 2022 року: саме тоді відбулась російська хакерська атака на українські радіо. Однак навіть тоді версії пропагандистів були взаємозаперечними



# КЛЮЧОВІ АВТОРИ КОНТЕНТУ

## Хворобливий стан В.Зеленського став загальником, який різноманітні акаунти використовують часом як привід прорекламувати себе, часом як аргумент у доведенні інших меседжів

(кількість контактів з аудиторією; в дужках – канали комунікації авторів у СМ)



## ОСНОВНІ ГРУПИ СПІКЕРІВ ДОПИСІВ

**Російський блогер/експерт/журналіст:** Тамір Шейх, В.Соловйов, О.Лисенко (лікар, що «зауважив» у Зеленського симптоми наркозалежного). Андрій Тюнєв та Роман Алехін просували думку, що Зеленський не виправдовує очікувань Заходу, і його скоро ліквідують.

**Російський політик:** за охопленням лідери – Р.Кадиров та М.Захарова. Також фігурує В.Рогов, який, коментуючи зовнішній вигляд та поведінку Президента, визначив його, як «людину в неадекватному стані під впливом стимулюючих речовин». Це повідомлення неодноразово поширили росіяни.

**Російська ворожка/таролог/астролог:** здебільшого пророкували дуже погане самопочуття та швидку смерть.

**Білоруський блогер/експерт/журналіст:** Г.Азарьонк, що за часом звернень Президента визначив, що він наркоман, І.Бегун та О.Капустін коментували переважно зовнішній вигляд та наявність звичок наркозалежного.

**Західний політик:** спікер парламенту Угорщини Л.Кевер та голова МЗС Угорщини П.Сіярто називали В.Зеленського психічно хворим та звинувачували у погрозах громадянам країн Заходу.

**Західний блогер/експерт/журналіст:** найбільш помітною персоною виступає оглядач французької газети Causeur Ш.Ройзман, що, як і попередні, просував тезу психічної нестабільності та божевілля В.Зеленського.

**Український політик:** Г.Лерос поширював тезу про наркозалежність, автори контенту використовують його інтерв'ю 2021 року з минулим бізнес-партнером Зеленського Г.Лазуткіним.

**Український блогер/експерт/журналіст:** Тему коментували лише проросійські спікери. А.Шарій – лідер за охопленням, Т.Незалежко заявляв, що у Президента хворобливий зовнішній вигляд наркозалежного, а продюсер Ю.Бардаш також мимобіжно звернув увагу на особливості мови і звинуватив у залежності від психотропних речовин.

## Найпомітнішою групою спікерів виступають російські «лідери думок», з великим відривом далі йдуть західні політики, блогери та експерти

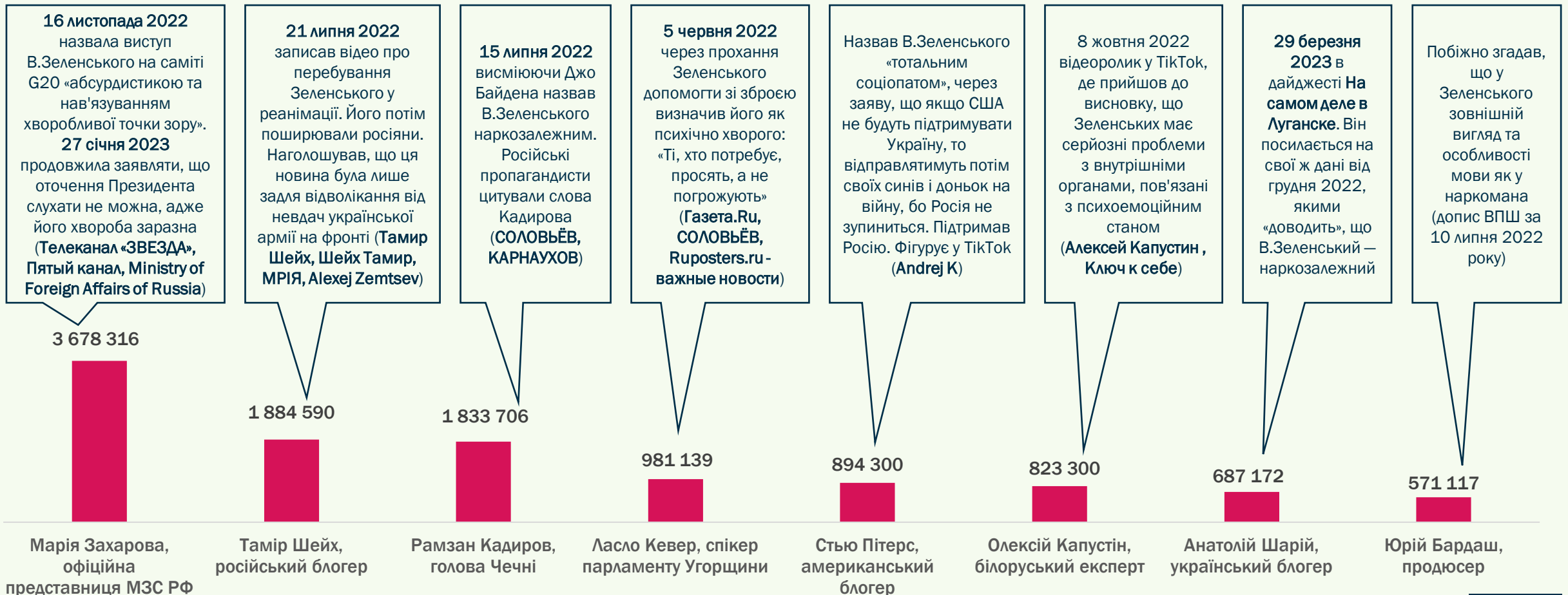
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ СПІКЕРИ

**М.Захарова, єдина з топ-спікерів, вживала меседж про хворобу Зеленського скоріше в непрямому сенсі. Решта – блогери та Р.Кадиров – стверджували це цілком серйозно. Ця комунікація практично не потрапляла до українського партіотично налаштованого простору**

(кількість контактів з аудиторією)

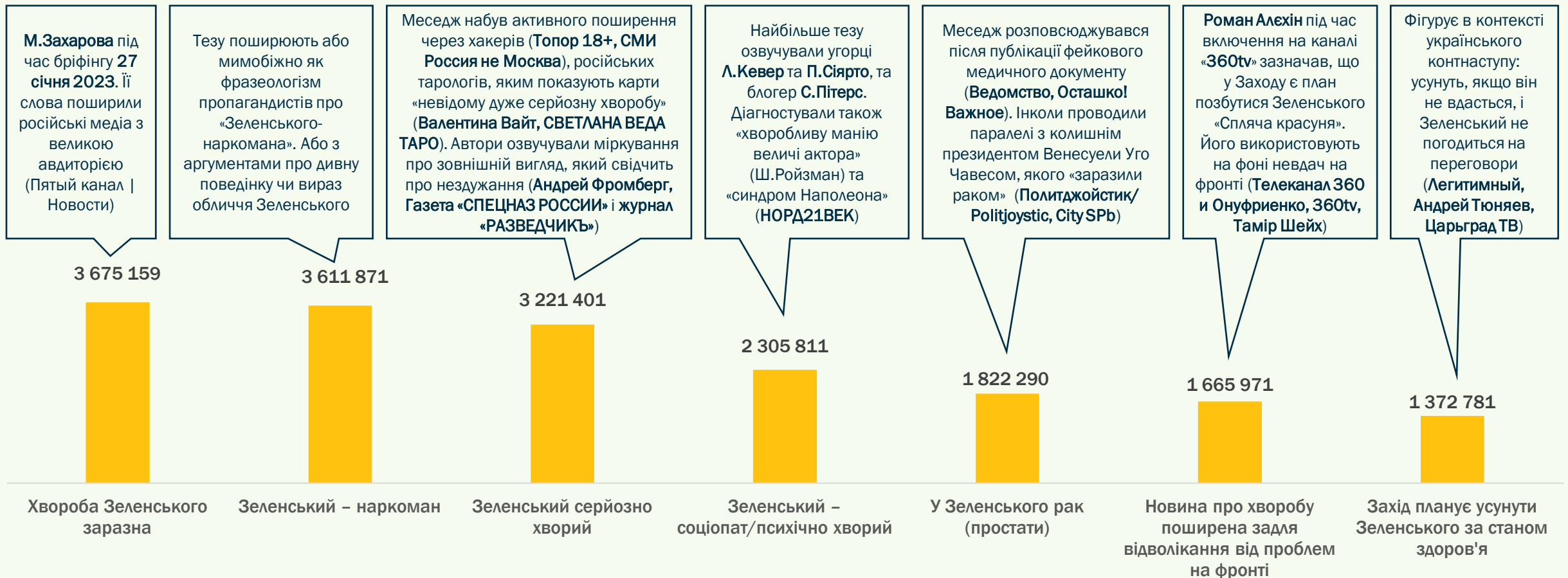




# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

Російська пропаганда, описуючи Президента як хворого, неадекватного та залежного від наркотичних речовин, фокусується на висновку, що він уже не здатен щось вирішувати, божеволіє від безвиході, та і Заходу вже не потрібен – або позбудеться, викликавши в нього рак, або просто за станом здоров'я

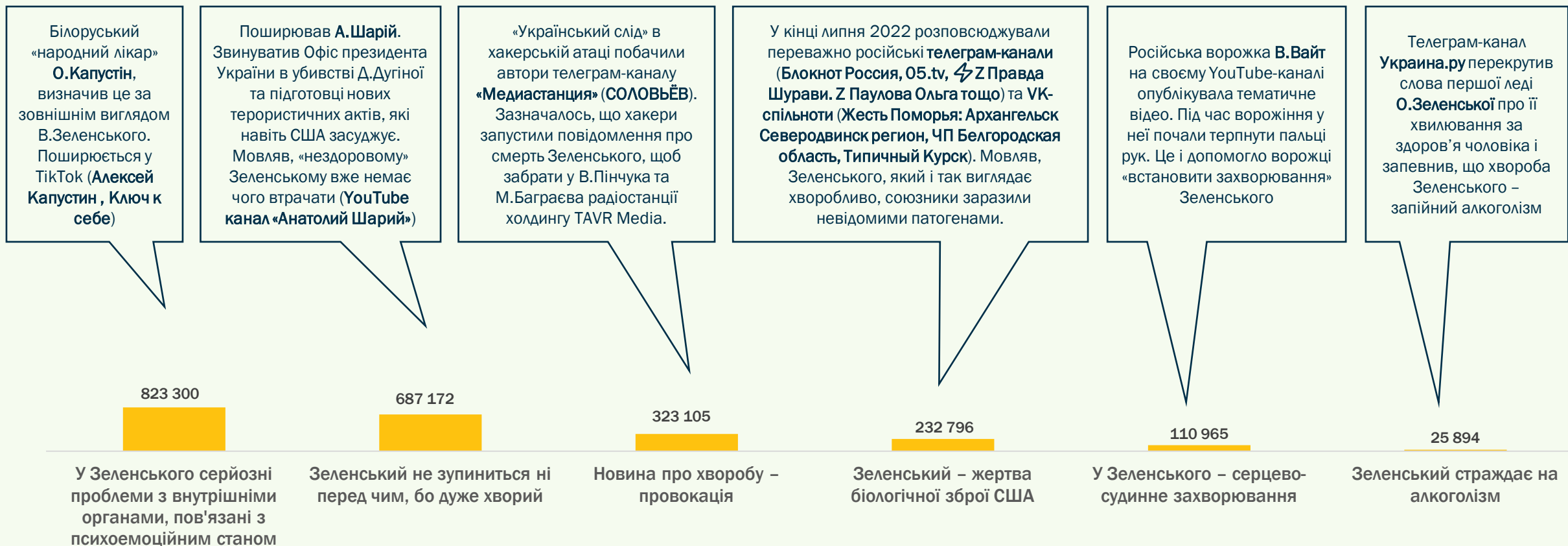
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ (ПРОДОВЖЕННЯ)

## Менш охопні меседжі, традиційно, рясніють конспіративними теоріями та даними ворожок

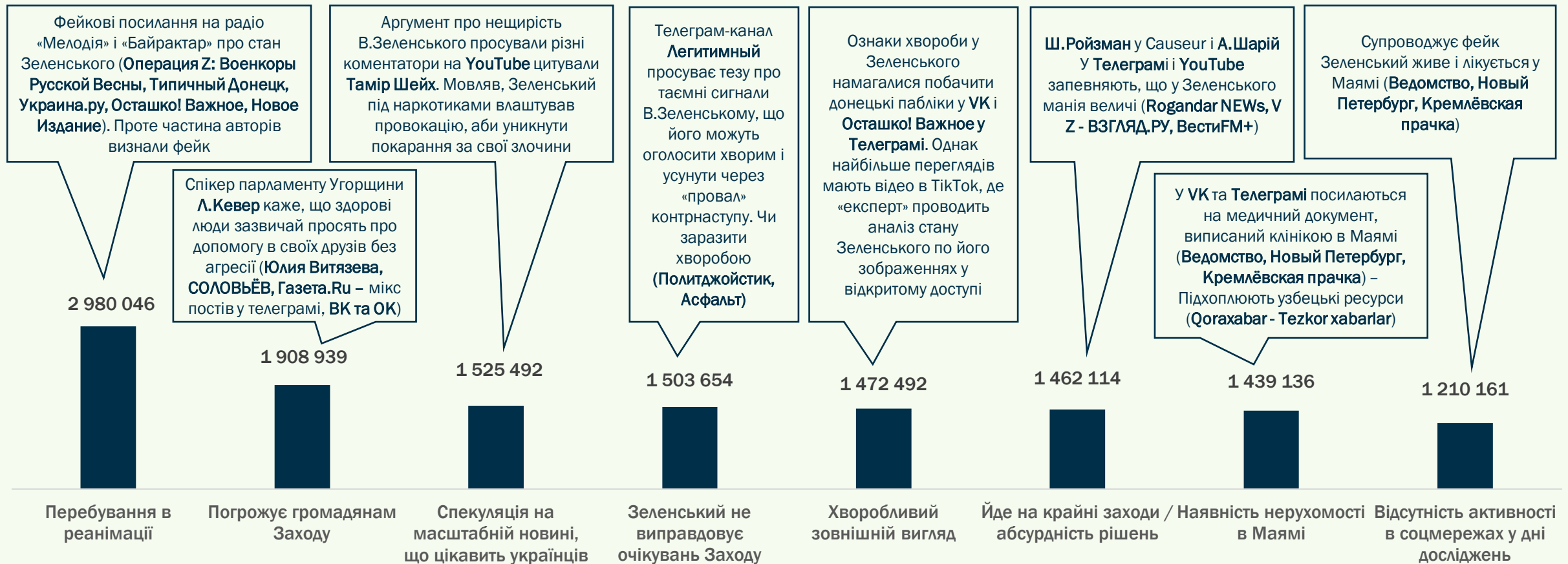
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

Найпомітніший доказ – свідчення, що В.Зеленський перебуває в реанімації – поширювався проросійськими ресурсами умовного першого ешелону (на кшталт Украина.ру). Однак помітні також аргументи про те, що саме його потужна активність чи зухвалість є ознаками психічної хвороби чи наркоманії: вочевидь, розрахована на те, щоб цю активність зменшити

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ (ПРОДОВЖЕННЯ)

Аргументи другого плану частково специфічні й стосуються опису окремих фізіогномічних рис В.Зеленського, а частково – зосереджені на тому, що «показують карти»

(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРИВОДИ, ЗАПУЩЕНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Росіяни надавали перевагу маніпулятивній інтерпретації чужих інфоприводів, а не створенню та запуску власних, або ж і взагалі обходилися без інфоприводів, а просто робили «вкиди» нічим не підкріплених чуток

(кількість контактів з аудиторією)

Публікації про цю російську хакерську атаку з'явилися 21 липня 2022 року. Цей інфопривід стимулював внутрішні обговорення серед росіян (**Топор 18+**, **СМИ Россия не Москва, Жесть дня**) та проросійських українців (**КД 18+ [Политика] Херсон, Новое Издание, ЧП Донецк Z**). Частина авторів сумнівалися у правдивості новини, але не переставали поширювати фейк про Зеленського

3 477 048



Хакерська атака росіян на українське радіо "Байрактар" і "Мелодія"

2 листопада 2022 року у мережі з'являється медичний висновок із приватної клініки в Маямі, де у чоловіка на ім'я «Vladimir Zelensky» начебто діагностували про рак простати. Одними з найперших інфопривід поширила ВК-спільнота «**Ведомство**». В описі його профілю зазначають, що канал ведеться представниками силових відомств

1 822 290



Поява медичного висновку

Згадується відео **А.Шарія** від грудня 2021 року. Там проросійський блогер розповів про «результати аналізу» біоматеріалу Зеленського, взятого після відвідування ним ресторану «Риба» в Одесі у липні 2020. Начебто експертиза у німецькій лабораторії підтвердила наркозалежність. Поширювала користувачка **Однокласників** з Москви **Татьяна Хорошко** та проросійська спільнота **На самом деле в Луганске**

2 707

Аналіз нарколога

# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Зневага:** до зовнішнього вигляду В.Зеленського та коли продукують тезу про наркозалежність (Телеканал Царьград, Осташко! Важное, Naran\_Official).

**Обурення:** щодо промови Зеленського на G20 (М.Захарова на радіо «Sputnik»), щодо заяв про Росію, що, за словами Ш.Ройзмана, вказують на хвороби психіки (Славяне, Караульный Z, Rogandar NEWS: Новости, факты, события!).

**Сміх:** над Дж.Байденом з мимобіжною згадкою Зеленського як наркомана від Р.Кадирова (Kadyrov\_95, СОЛОВЬЁВ, VOBLYA новости тощо).

**Гнів:** Зеленський погрожує Заходу, він психічно хворий (Л.Кевер на Газета.Ru, СОЛОВЬЁВ, Ruprosters.ru - важные новости) та соціопат за словами С.Пітерса (Andrej K у ТікТок).

**Радість:** через зараження Зеленського невідомими патогенами від США (Блокнот Россия, Жесть Поморья: Архангельск Северодвинск регион).

**Цікавість:** щодо подальшого розвитку подій після чуток про плани Заходу усунути Зеленського за станом здоров'я (Легитимный) та чи в медичному висновку з Маямі справді йдеться про президента України, а не збіг (ТелеДНО, Ведомство, Наш народ - патриот!).

**Надія:** що з Президентом щось зроблять «західні куратори» (360tv, Телеканал 360 и Онуфриенко), та що він насправді має серйозні проблеми зі здоров'ям, як і пророкують карти (Валентина Вайт).

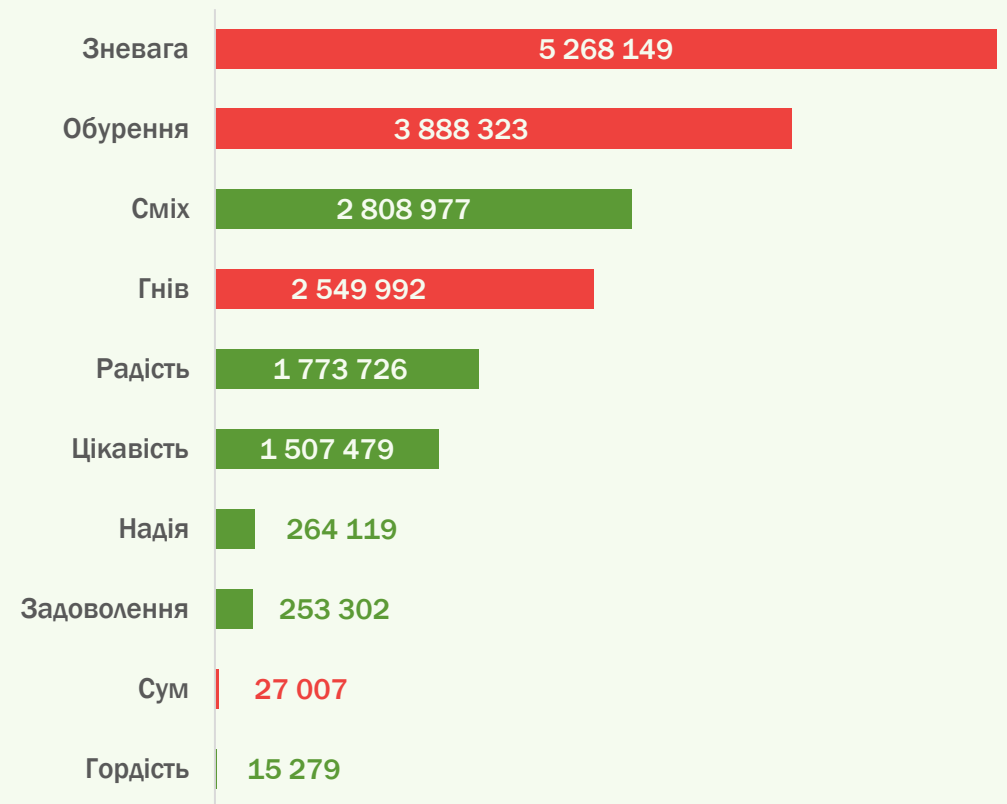
**Задоволення:** від інформації про те, що по українських радіостанціях запустили інформацію про перебування В.Зеленського в реанімації.

**Сум:** через те, що новини про реанімацію виявилось фейком (Tatiana Zadniprianska) і через наркозалежність В.Зеленського (Юридическая сеть 9111.ru адвокатов и юристов).

**Гордість:** за російських хакерів, що зламали радіо і сіють паніку серед українців.

## Автори переважно зі зневагою та глузуванням писали про В.Зеленського, а от гнівались та обурювались – після конкретних його заяв

(кількість контактів з аудиторією)



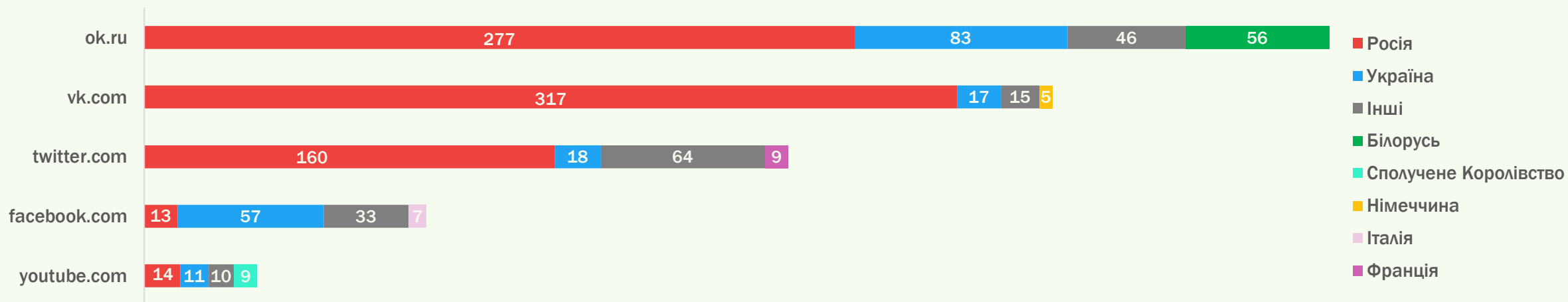
## 6.2. ВІРУСНІ ПОСТИ І БОТ-АТАКИ



# РОЗПОДІЛ УВАГИ ЗА КАНАЛАМИ КОМУНІКАЦІЇ В СОЦМЕРЕЖАХ ТА ГЕОГРАФІЄЮ ДОПИСІВ

Для вірусних поширень та бот-атак в Росії віддавали перевагу таким соціальним мережам, як VK та Однокласники (Twitter (X) дещо менше), а в Україні активніше за інших використовували Facebook

(кількість повідомлень у кириличному сегменті соцмереж)



**Однокласники:** в Росії використовувався переважно провoєнними пабліками (Олег Семаков РОССИЯ-ПОБЕДА Z, Я горжусь тобой, Россия Z!, РОССИЯ - РОДИНА МОЯ!). Крім того, помітні були поширення через персоналізовані акаунти росіян. В Україні про цю тему писали здебільшого рядові користувачі, що не приховують підтримку Росії. У Білорусі до розповсюдження таких поглядів були залучені акаунти відомих медіа (Белновости. Новости Беларуси, Телеканал ОНТ, БЕЛТА).

**VK:** в російському інфополі до поширення підключились як відомі пропагандистські канали (КАРНАУХОВ, Аргументы и Факты / aif.ru, Пятый канал | Новости, Сладков+) так і пересічні росіяни, часто через коментарі та репости.

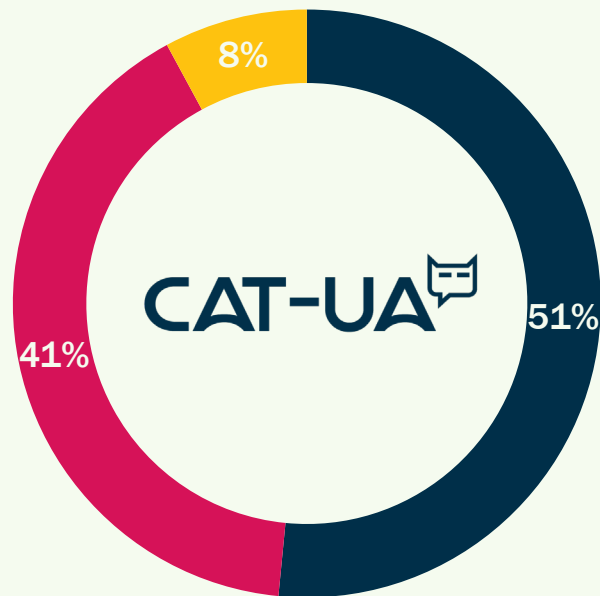
**Twitter (X):** обирали росіяни (переважно з Москви та області, Санкт-Петербурга, Ставропольського краю, та Краснодарського краю тощо) для активного поширення поглядів оглядача французької газети Causeur Шарля Ройзмана та новин про хакерську атаку на українські радіо.

**Facebook:** єдина соціальна мережа, де українські акаунти є лідерами за кількістю поширень. Обвинувачували В.Зеленського у нарцисизмі через видання збірки його промов. Зараз цей контент є недоступним через видалення або блокування «нульової» публікації, але в масиві зафіксувався.

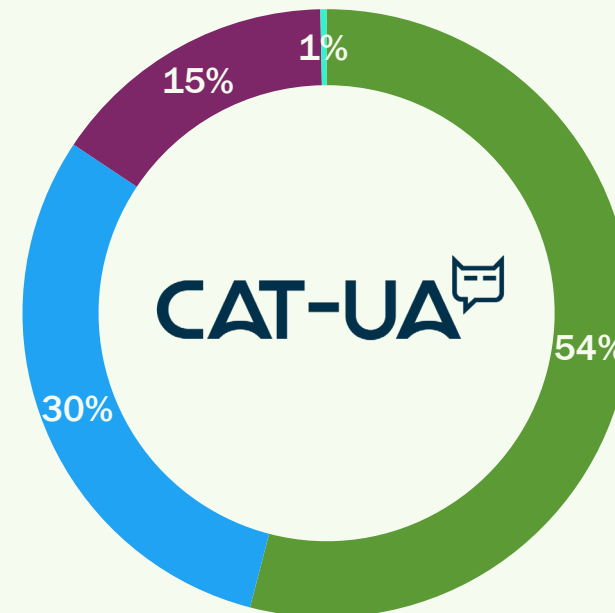
# ДЕМОГРАФІЯ І ТИПИ ПОВІДОМЛЕНЬ У СОЦМЕРЕЖАХ

Неособові акаунти у вірусному поширенні нарративу про хворобу Зеленського були залучені здебільшого в Telegram, зазвичай провоєнної тематики (УПРЕЖДАЮЩИЙ Z, FRONTовые Заметки тощо). Чоловічих акаунтів з України зафіксовано вдвічі більше, ніж жіночих. Також в аналізованому масиві саме чоловічі акаунти залишають коментарі під дописами відомих росмедіа (ИноСМИ, Украина.ру, Комсомольская правда тощо), гнівно звинувачуючи хворого на цілий перелік недуг Зеленського у геноциді українців і вимагаючи трибуналу над ним. Крім того, помітна частка чоловіків коментували різноманітні відео в YouTube (наприклад, під відео Шейх Таміра), у той час як жінки трохи більше писали в Twitter

(кількість повідомлень, у відсотках)



- Чоловіки
- Жінки
- Неособові акаунти



- Репост
- Пост
- Коментар
- Доповнений репост

# ДИНАМІКА ПОШИРЕННЯ ДОПИСІВ

Одразу три потужних викиди з 19.07.2022 по 25.07.2022 спричинили найбільший сплеск поширення публікацій імовірними ботами, при чому всі три версії були тематично далекими одна від одної, і радше створювали фон. Поширення в 2023 році були не самоцілю, а засобом доставки меседжу про те, що Зеленського невдовзі усунуть

(кількість повідомлень)



**Впадає в очі те, що майже всі топ-спікери не є фахівцями з психіатрії чи наркології. Найактивнішого вірусного розповсюдження набули заяви західних спікерів, у той час як погляди російських політичних діячів отримали помітно меншу кількість поширень**

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ МЕСЕДЖІ ДИСКУСІЇ

Особливістю цих атак є те, що боти часто коментують дописи відомих медіа, створюючи видимість підтримки поширюваних ними тез

(кількість повідомлень)



# КЛЮЧОВІ АРГУМЕНТИ

Ті спікери чи публікації, які не легковажать аргументацією, зосереджені переважно на зовнішньому вигляді президента, доступному з відкритих джерел, однак звертають увагу на різні речі

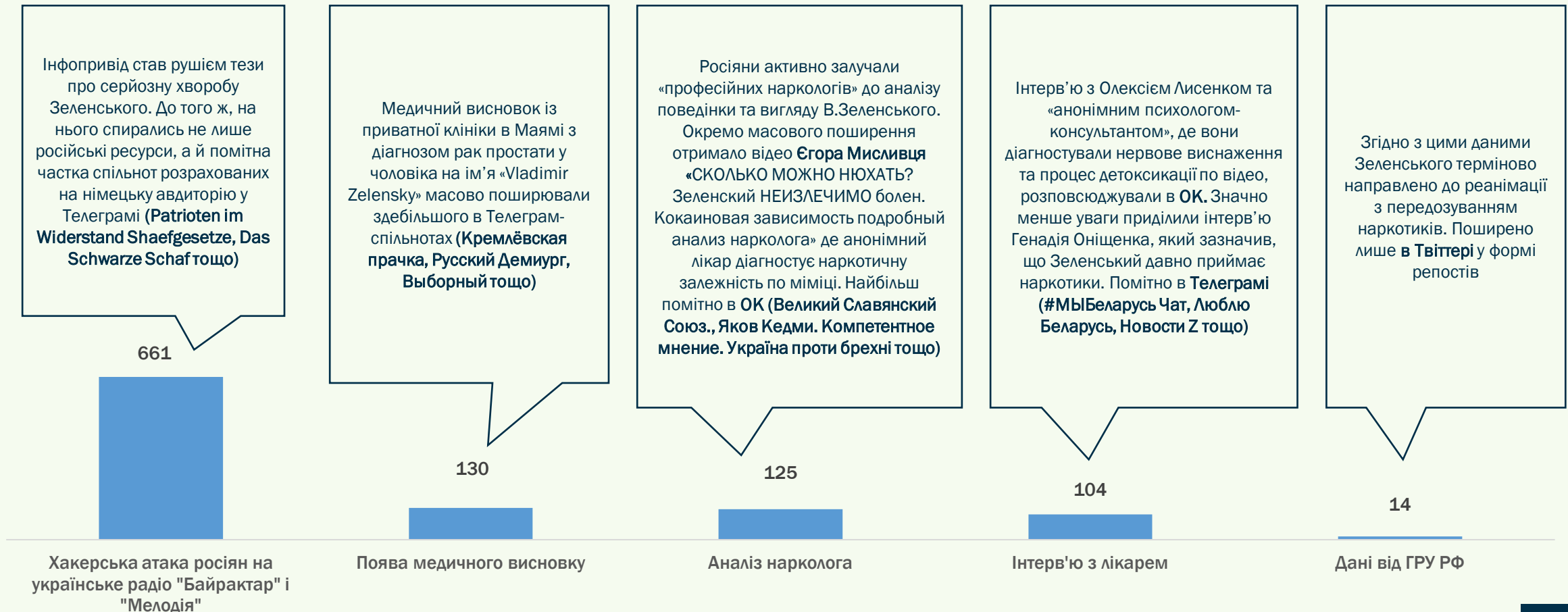
(кількість контактів з аудиторією)



# КЛЮЧОВІ ІНФОПРИВОДИ, ІНІЦІЙОВАНІ РОСІЙСЬКОЮ СТОРОНОЮ

Менша кількість публікацій використовувала інфоприводи, а не просто бажання прокоментувати зовнішній вигляд Зеленського. Такі інфоприводи були або фейковими, або ж це були коментарі лікарів та експертів, частина з яких воліла залишатись анонімною - із замаскованим обличчям та зміненим голосом. А лідером за кількістю поширень залишається хакерська атака

(кількість повідомлень)





# КЛЮЧОВІ ЕМОЦІЇ, ЩО ТРАНСЛЮВАЛИСЯ АВТОРАМИ

**Зневага:** у Зеленського передозування наркотиками, він виглядає як наркоман, викаблчується (СПК „Колхоз имени Свердлова”, Яков Кедми. Компетентное мнение, Новороссия тощо).

**Радість:** російські хакери зламали радіо; Захід хоче позбутись Зеленського, заразив якимись патогенами; західні експерти/політики почали розуміти, що він неадекватний (Газета «Тамань», Рейтинг КБР, Мировой вестник Z, Знахарь, 05.tv, тощо).

**Обурення:** заяви Зеленського щодо Росії показують виняткову хворобливість психіки (ЗА ДЕРЖАВНОСТЬ РУСИ (быв. Украина), Мы Против США и НАТО тощо) його нарцисизм не знає меж (ЗЕ-блаЗень, Fuck\_ZE, АНТИКВАРТАЛ тощо).

**Гнів:** Президент погрожує громадянам Заходу; він психічно хворий; над ним має бути трибунал, він винний в геноциді українців (Уголок Доктора А, FRONTовые Заметки, тощо).

**Сміх:** На всі чутки про стан здоров'я Зеленський заявив, що ніякої реанімації не було, а до легких передозів він давно звик; жарти Кадирова в бік Байдена і Зеленського-наркомана; «ранок Кокаїнуса Зеленського починається не з кави»; (СТЕКЛОВата Z, Мы ЖИЛИ и РАБОТАЛИ в СССР., Телеканал Царьград тощо).

**Цікавість:** чи усунуть Зеленського за станом здоров'я; а що з ним сталося, бо пишуть, що він в реанімації; чи передоз у нього; чи медичне заключення про рак простати справді саме «того» Зеленського (РОССИЯ 24/7, Легитимный,  АНТИМАЙДАН Z, Против бандеровцев на пожизненно тощо)

## Тема хвороби Зеленського викликала здебільшого насмішки, радість та жарти у користувачів, а от обурення та гніву побільшало при звинуваченні в геноциді та нарцисизмі

(кількість контактів з аудиторією)



# ДЕЗІНФОРМАЦІЯ ПРО ХВОРОБУ ЧИ СМЕРТЬ ВОЛОДИМИРА ЗЕЛЕНСЬКОГО

## Стратегія побудови інформаційної кампанії

Тема нібито хвороби або наркотичної залежності В.Зеленського була не єдиним цілісним меседжем, а цілою сукупністю дуже різних версій, часто взаємовиключних, які проте разом формували цілісний наратив про недієздатність українського президента: мовляв, якою б не була справжня причина, результат незмінний. Так часто працюють чутки в традиційному суспільстві, які розростаються з одного джерела, яке поширювачі надто прикрашають. На початку війни цей меседж був самоціллю: аудиторію намагалися привчити до думки про недієздатність. Пізніше він уже використовувався інструментально: оскільки аудиторія вірила в ту або ту хворобу Зеленського, посилаючись на цей аргумент, її не важко було переконати, що Захід невдоволений українським контрнаступом, і готується змістити президента. Також цю тему як потенційно клікбейтну використовували різні діячі (Р.Кадиров, білоруські цілителі) для самореклами.

Попри численні спроби, ця комунікація майже не потрапляла до українського патріотичного інфопростору: в неї могли повірити лише носії російського наративу. Зокрема, тому, що він був інструментально дуже бідним: майже ніколи не створювалися помітні інфоприводи, не залучалися експерти (або залучалися з заблюреним обличчям), російські блогери або політики переважно висловлювали свої міркування, або залучали такі джерела, як ворожок і тарологів.

Особливістю цієї атаки є використання бот-акаунтів для написання коментарів не на чужих сторінках, а під публікаціями про хворобу Зеленського, щоб продемонструвати підтримку цієї версії.

## ОХОПЛЕННЯ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ПОСТРАЖДАЛО ВІД ОБМЕЖЕНЬ, ЗАПРОВАДЖЕНИХ ЗАХІДНИМИ ПЛАТФОРМАМИ.

На початку повномасштабного вторгнення РФ найбільші показники охоплення мали теми, до поширення яких долучилися YouTube-акаунти російських державних ТОП-пропагандистів, зокрема RT, Росія 1 тощо. Однак після літа 2022 охоплення їхніх меседжів на західних платформах різко впало, і пропагандисти значною мірою зосередилися на російських за походженням ресурсах, включаючи Telegram.

## ІСНУЄ ГРАДАЦІЯ МЕРЕЖ ПОШИРЕННЯ ПРОПАГАНДИ: ВІД БІЛЬШОГО ОХОПЛЕННЯ ДО ВІДВЕРТІШОЇ БРЕХНІ.

Зазвичай одна кампанія виконується однією із груп пропагандистських акаунтів, а інші підхоплюють її меншою мірою. Серед таких груп, окрім каналів топ-пропагандистів, що мають зв'язок із державними медіа, велике охоплення залучає спільнота російських «патріотичних мілітарі-блогерів».

Проросійські телеграм-канали в Україні отримують значне охоплення перш за все завдяки постійним повторам меседжів. Нарешті, найменше охоплення – у пропагандистів, через яких зливаються відверті фейки: такі мережі озвучують екзотичніші меседжі, ніж «респектабельні» пропагандисти: наприклад, обвинувачують у торгівлі людьми організацію «Лікарі без кордонів»..

Вибір мережі поширення часто корелює з темою: зокрема, темою «торгівлі українськими дітьми» опікувалися переважно мейнстрімні російські пропагандистські канали, а «знищенням Patriot» – мілітарі-блогери.

## ТЕМИ ПРОПАГАНДИ ЗМІНЮЮТЬСЯ РАЗОМ З РОСІЙСЬКИМ СТРАТЕГІЧНИМ НАРАТИВОМ.

Перші місяці повномасштабної війни супроводжувалися посиленою увагою до гуманітарних питань (міграційні потоки, дезінформація щодо цивільних жертв у Бучі), згодом порядок денний російської пропаганди більше концентрувався на військово-політичних питаннях (стан

здоров'я В.Зеленського, контрабанда зброї Україною); зрештою, 2023-й рік став роком «ренесансу» теми знищення західної зброї після перших постачань Patriot.

## В КИРИЛІЧНОМУ СЕГМЕНТІ НАЙБІЛЬШЕ ОХОПЛЕННЯ БУДЬ-ЯКА РОСІЙСЬКА КАМΠΑНИЯ МАЄ ВСЕРЕДИНІ РОСІЇ.

Російські акаунти мають найбільшу частку в усіх темах, значна частка українських – у тих темах, де пропагандисти сподіваються зіграти на панівних наративах українців. Частина формально західних акаунтів також діють на ці дві аудиторії (як-от Ю.Швець зі США). Ще частина – діаспорні видання, в тому числі опозиційні, які не відмовляються цілком від цитування пропаганди.

## ЗАХІДНІ СПІКЕРИ В КИРИЛІЧНОМУ СЕГМЕНТІ Є ЛИШЕ ДОПОМІЖНИМ ПРИЙОМОМ.

Російська пропаганда часто дозволяє собі побудувати кампанію суто на заявах власних політиків і блогерів. Західних або українських спікерів залучають у двох випадках: якщо у темі

природним чином з'явилися заяви не-проросійських політиків, які можна вирвати з контексту або загалом використати, чи якщо потрібно вплинути на західну аудиторію – тоді залучаються проросійські, але формально західні експерти.

### ПРОПАГАНДА ПОБУДОВАНА БІЛЬШОЮ МІРОЮ НА НЕГАТИВНИХ ЕМОЦІЯХ.

Позитивні емоції є радше винятком із правила для російської пропаганди (як-от для підняття бойового духу повідомленнями про знищену західну техніку).

Найпоширеніша загалом емоція – це гнів, який має мобілізувати росіян на боротьбу. На другому місці сумарно – демобілізуючі негативні емоції: зневага та відраза (типові у ставленні до «молодшого брата») та тривога і страх (часто спрямовані на західну аудиторію, яку лякають наслідками війни).

**ЗМІШУВАННЯ ПРАВДИ І БРЕХНІ: ПРИЙОМ НЕ ВТРАЧАЄ АКТУАЛЬНОСТІ.** Цілком за правилами класичної пропаганди, росіяни продовжують змішувати правду і неправду,

особливо в кейсах, де залучено західну аудиторію. Реальні повідомлення західних діячів про підозрілі кейси, як-от у сфері торгівлі людьми історій з біженцями, часто доповнюються вигідними пропаганді меседжами: про причетність української влади до торгівлі людьми, про шалені конфлікти з біженцями замість одиночних випадків, тощо.

**ІМОВІРНО, ІСНУЄ СТРУКТУРА, ЯКА ПЛАНУЄ РОСІЙСЬКІ КАМΠΑНІЇ ОДНОЧАСНО В РІЗНИХ КРАЇНАХ, ПІДБИРАЮЧИ ДЛЯ КОЖНОЇ СПЕЦИФІЧНІ АРГУМЕНТИ.** Про її існування може свідчити наявність таких меседжів, як-от про про невдячність українських біженців, що майже одночасно було запущено в Молдові та Німеччині.

**КЛЮЧОВИЙ СПОСІБ МАСОВОГО ПОШИРЕННЯ ОДНАКОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ – РЕПОСТИ, РОЛЬ КОМЕНТАРІВ ЗНИЗИЛАСЯ ЧЕРЕЗ ПОЛІТИКУ ЗАХІДНИХ ПЛАТФОРМ.** В деяких випадках (як-от у кампанії щодо біженців) навіть пости, що є механічними передруками текстів з інших акаунтів.

Пропагандистські коментарі використовувалися активно на початку вторгнення під дописами незалежних медіа або відомих патріотів, щоб спробувати вплинути на людей з непроросійською позицією, перш за все у темі Бучі. Але згодом цей формат вийшов з ужитку, імовірно через зусилля платформ щодо блокування бот-мереж.

Особливістю цієї атаки є використання бот-акаунтів для написання коментарів не на чужих сторінках, а під публікаціями про хворобу Зеленського, щоб продемонструвати підтримку цієї версії.

**«СТАТЬ» БОТІВ РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА ДОБИРАЄ ЗАЗВИЧАЙ ВІДПОВІДНО ДО ГЕНДЕРНИХ СТЕРЕОТИПІВ.** Жіночі акаунти використовують для емоційних дописів на гуманітарні теми, чоловічі – для геополітичних та військових міркувань у форматі «диванної експертизи». Найвища частка неособових акаунтів – це Telegram-канали у поширенні «казенних» звітів, як-от про знищену західну техніку в Україні, або

## ВИСНОВКИ (ПРОДОВЖЕННЯ)

«побутові» спільноти в Однокласниках, назви яких далекі від політики чи війни, як-було у темс заперечення злочинів у Бучі.

**БОТІВ ЗАЗВИЧАЙ ВИКОРИСТОВУЮТЬ У ТИХ САМИХ КРАЇНАХ, ДЕ ЗАДІЮЮТЬ ЛІДЕРІВ ДУМОК. АЛЕ ЧАСТИНА КАМПАНІЙ ІДЕ ВЗАГАЛІ МАЙЖЕ БЕЗ БОТІВ.** В

«інтернаціональних» темах (скажімо, щодо біженців) частка поширювачів однакових текстів, які у профілі називають себе росіянами, менш вагома. Чимало акаунтів зареєстровані у тих країнах, яких стосується проблематика. Загалом, з бот-поширеннями така сама закономірність, як і в сегменті лідерів думок. Однак деякі теми взагалі майже не залучають ботів. Переважно, це ті теми, які запускаються мейнстрімними російськими пропагандистськими каналами, скажімо, торгівля українськими дітьми.

**РОСІЙСЬКА ПРОПАГАНДА МАЄ ДЕКІЛЬКА КАНАЛІВ ВПЛИВУ НА УКРАЇНУ, ОДНАК ЇХНЯ ЕФЕКТИВНІСТЬ ОБМЕЖЕНА.** Серед таких каналів, по-перше, пропагандистські

канали, які працюють на окуповані території, і їх порівняно мало читають на підконтрольній уряду території України. По-друге, це псевдопатріотичні українські чи псевдо-проукраїнські користувачі (від Ю.Швеця, якого YouTube не обмежує як пропагандиста, до блогерів, які позиціонують себе як прихильні до «Європейської солідарності»): до розгону їхніх меседжів задуюють псевдопатріотичні ботоферми у Facebook. Цей інструмент зосереджувався на меседжах про недовіру до української влади, як у темі контрабанди зброї, яка, нібито, «сварить нас із Заходом», а до того ж, цієї зброї не вистачає українським солдатам. По-третє, проросійські топ-канали в Україні на зразок Резидента, що використовують схожі меседжі і схильні посилатися на західні джерела.

Але ця комунікація не завжди дієва. Так, комунікація у кейсі хвороби Зеленського, попри численні спроби, майже не потрапляла до українського патріотичного інфопростору: в неї могли повірити лише

носії російського нарративу. Зокрема, тому, що він був інструментально дуже бідним: майже ніколи не створювалися помітні інфоприводи, не залучалися експерти: російські блогери або політики переважно висловлювали власні міркування, або залучали такі джерела, як ворожок і тарологів.

**ЧАСОМ УЖЕ РОЗКРУЧЕНИЙ МЕСЕДЖ СТАЄ САМОДОСТАТНІМ, І ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ДЛЯ ІНШИХ ПОТРЕБ.** Тема нібито хвороби або наркотичної залежності В.Зеленського на початку війни була самоціллю: аудиторію намагалися привчити до думки про його недієздатність. Пізніше це «знання» уже використовувалося інструментально: оскільки аудиторія вірила в ту або ту хворобу Зеленського, посилаючись на цей аргумент, її не важко було переконати, що Захід невдоволений українським контрнаступом, і готується змістити президента. Також цю тему як потенційно клікбейтну використовували різні діячі (Р.Кадиров, білоруські цілителі) для самореклами.



### ТИПОВІ СТРАТЕГІЇ: АВРАЛЬНА РЕАКЦІЯ НА КРИЗУ ВКЛЮЧАЄ СТВОРЕННЯ ХАОСУ.

Перша частина кампанії щодо злочинів у Бучі мусила швидко відреагувати на шквал української і західної критики, і застосувала найдоступніші і найдешевші онлайн-інструменти: лідерів думок у Telegram, а також бот-атак через акаунти, що залучили аудиторію на неполітичних темах. Меседжі для цього етапу використовувалися якнайрізноманітніші, включаючи взаємозаперечні. Імовірно, метою було ускладнити підтримку будь-якої з версій, включаючи правдиву. Тези були хаотично аргументовані досить голослівними аргументами та змонтованими відеокадрами. Така сама стратегія використовується і в найменш вірогідних, а отже, «дешевих» темах, як-от з хворобою або наркотичною залежністю В.Зеленського. Розповідь про це була сукупністю дуже різних версій, часто взаємовиключних, які проте разом формували цілісний наратив про недієздатність українського президента:

мовляв, якою б не була справжня причина, результат незмінний. Так часто працюють чутки в традиційному суспільстві, які розростаються з одного джерела, яке поширювачі надто прикрашають.

### ТИПОВІ СТРАТЕГІЇ: ЯКЩО Є МОЖЛИВІСТЬ ДОБРЕ ВСЕ ПІДГОТУВАТИ, КОРИСТУЮТЬСЯ КОНСЕРВАТИВНІШИМИ КАМПАНІЯМИ.

Друга частина атаки щодо Бучі була набагато консервативнішою. Помітно було, що вона готувалася ретельно, і відповідальною за неї був відомий пропагандист В.Соловйов. Вона фокусувалася довкола виступу французького журналіста А.Боке, який свідчив про постановочність трагедії в Бучі. Виступ у французькому медіа був дуже активно підхоплений російськими ресурсами В.Соловйова, і набагато слабше поширений топ-блогерами або бот-мережами. Меседж А.Боке також був новим: його не використовували під час першої хвилі. Аргументація в цьому випадку була набагато більш цілісною, і не

використовувала суперечностей.

### ТИПОВІ СТРАТЕГІЇ: ДЕЯКІ «УЛЮБЛЕНІ» ТЕМИ РОСПРОПАГАНДИ ДАЮТЬ ІНФОПРИВОДИ ДЛЯ ЧИСЛЕННИХ ОКРЕМИХ, ДУЖЕ РІЗНОМАНІТНИХ КАМПАНІЙ.

Існують теми, як-от щодо українських біженців та ВПО або щодо торгівлі українськими дітьми, які у російській пропаганді не є цілісними, і скоріше використовуються для просування інших наративів для різних аудиторій. У першій із названих тем, наприклад: для Росії показували, що їхня держава дбає про біженців; для України – агітували їхати до Росії, а не до Європи, налаштовували на злиденне життя в ЄС; для західних країн – розсварювали місцевих мешканців з українцями, а також переконували, що настала гуманітарна криза. Отже, наявність суперечливих меседжів тут пояснюється не бажанням створити хаос, а націленням на різні аудиторії. Так само по-різному для різних аудиторій залучалися спікери та емоції, а також платформи соціальних мереж (наприклад, для українців у Польщі –

Фейсбук, а для українців, що можуть виїхати до РФ – мережі, заборонені в Україні: Однокласники та Вконтакті). Схожим чином розвивалася і тема торгівлі українськими дітьми: часом пропагандисти просто реагували на повідомлення західних правоохоронців (які одразу активно розганялися з вигідними російській владі акцентами та перебільшеннями), але, наприклад, під час битви за Бахмут за допомогою меседжів про педофілів і трансплантологів, що купують українських дітей, намагалися переконати місцеве населення дочекатися приходу військових РФ і не виїздити на Захід. Нерідко ця тема використовувалася і для самореклами: так робив голова держдуми В.Володін. Особливо поактивнішали пропагандисти у темі після оголошення одреру на арешт Путіна судом у Гаазі – імовірно, з метою відволікти від цього увагу і виставити опонентів гіршими.

**ТИПОВІ СТРАТЕГІЇ: ТОП-СПІКЕРИ ЗАЛУЧАЮТЬСЯ ЛИШЕ ДО НАЙВАЖЛИВІШИХ КАМΠΑНІЙ, І, ЯК ПРАВИЛО, З ДОСТАТНІМИ**

**ДОКАЗАМИ.** Під час кампанії про нібито знищення системи «Patriot» до комунікації були залучені всі можливі канали. Основу склали заяви російських військових, які послалися на відео, що частково підтверджувало цю подію. Такі теми розгортаються найбільш технологічно, за принципом принципу «розпалювання інтересу». Типова кампанія виглядала так: перші повідомлення про знищену одиницю техніки з'являлися у мережі російських провоєнних телеграм-каналів: непідтверджену інформацію спершу «зливали» на такі неофіційні ресурси. Цей канал комунікації підігрівав інтерес до чергового брифінгу МО РФ, де така інформація як правило підтверджувалася. А вже підсумки цих брифінгів додатково популяризувалися через близькі до Міноборони медіа, а також мережею ботоферм. Помітно, що була задіяна перш за все вертикаль Міністерства оборони, однак, зважаючи на резонанс, успіх такого масштабу прокоментували С.Шойгу та

В.Путін. їхні заяви вже тиражувалися більш звичними каналами. Окрім того, за можливості залучалися західні спікери, думки яких поширювалися як на власну, так і на закордонну аудиторію, для якої заяви «своїх» мають виглядати більш авторитетно – їхні заяви поширювалися через Twitter.

**ТИПОВІ СТРАТЕГІЇ: МІЖНАРОДНІ КАМΠΑНІЇ СТАЮТЬ УСПІШНИМИ ЧАСТІШЕ КОЛИ Є ЗАЯВИ ПОВАЖНИХ ІНСТИТУЦІЙ І СПІКЕРІВ, ХОЧА Б ФЕЙКОВІ.** Перші потуги російської пропаганди поширити на Заході наратив про активний перепродаж західної зброї з України до квітня 2022 не мали помітного успіху. Автори посілалися на анонімні джерела або взагалі їх не наводили. Однак дійсно значного охоплення вдалося досягнути лише згодом, завдяки розкритті і перебільшенню заяв євроінституцій на цю тему, які потім були спростовані. Схожу риторику поширювала конгресменка В.Спартц, чиї цитати були помітними у російському опозиційному та проукраїнському сегменті.