



Бриф

Покращення комунікації та реагування на дезінформацію щодо мобілізації, рекрутингу та внутрішньої єдності

- **Контекст і проблема**

Інформаційне поле України перебуває під безперервною атакою скоординованих інформаційно-психологічних спецоперацій (ІПСО) росії. Вплив на інфопростір здійснюється системно та комплексно з допомогою низки інструментів: ІПСО, пропаганди, дезінформації, кібератаками та активністю проксі-структур.

Український центр безпеки та співпраці проводить моніторинг інформаційного простору за наступними темами: мобілізація та робота ТЦК та СП, СЗЧ, рекрутинг, базова загальновійськова підготовка, єдність суспільства та національна безпека. Так, за час проведення моніторингу було відслідковано 4,1 млн згадок (новина, пост, коментар, репост, відео) від 1,7 млн авторів. Зокрема по темі “Мобілізації” - 3,1 млн згадок від 1,3 млн авторів; по темі “Рекрутинг” - 375 тис згадок від 203 тис авторів; по темі “Єдності” - 680 тис згадок від 291 тис авторів. Ворог використовує гібридну модель: бере реальну проблему або інформаційний привід (наприклад, конфлікт під час перевірки документів ТЦК) і масштабує її за допомогою мереж ботів, ШІ-технологій, дідфейк-контенту та підконтрольних Telegram-каналів, мереж ТікТок, YouTube, тощо. Це може бути відверта дезінформація, маніпуляції, вирвані із контексту слова або ситуації, які подаються під вигідним ворогу кутом. Домінує у таких видах контенту негативна тональність (в дослідженнях УЦБС використовується показник NSR на основі ШІ). Російські спецслужби миттєво підхоплюють внутрішню критику від українських політиків та блогерів (неважливо при цьому, релевантну чи ні) та перетворюють її на доказ “краху системи”, “внутрішнього конфлікту” абощо. Темі мобілізації до української армії та самовільного залишення військової частини залишаються найбільш резонансними.

Загалом за моніторинговий період було виявлено понад 80 каналів та сторінок (Facebook, Telegram, ТікТок, YouTube, Instagram), що підпадають під блокування. Станом на 15 лютого заблоковано, зокрема у співпраці з Центром протидії дезінформації (ЦПД) понад - 19 сторінок та дописів. Сумарна кількість підписників на заблокованих каналах склала понад 370,6 тис. користувачів. Попередня кількість переглядів - понад 30 млн.

Наслідок російського впливу на український інформаційний простір – це занурення у “керований хаос”, який може впливати на обороноздатність, можливість чинити спротив, внутрішню єдність суспільства в умовах повномасштабної війни. Головна мета росіян – змусити українців відчувати себе жертвами, бачити навколо лише “зраду” і “зрадників”, зневіритися у майбутньому. Додаткова мета – спроба змістити відповідальність з москви на українську владу та українських захисників. Бо жертва ніколи не переможе у війні. Тому сьогодні боротьба за

здоровий глузд і внутрішню єдність настільки ж важлива, як і боротьба за території. Російські операції б'ють по суспільному договору, який сформувався у 2022 році, провокуючи розкол між державою, армією і суспільством. Психологічний ефект, якого намагаються домогтися росіяни – небажання виконувати обов'язки із захисту держави, оскільки держава, мовляв, не виконує свої (наприклад, корупційні скандали). Це призводить до ігнорування спільної загрози. Росія майстерно розхитує конфлікт між різними соціальними групами. Наприклад, військовий на вулиці починає сприйматися цивільним не як захисник, а як загроза, бо може потенційно видати повістку. Постійний потік негативу (смерті, конфлікти з ТЦК, корупція, відсутність світла) створює стан втоми від співчуття. Якщо людина не вірить у перемогу або хоча б у стабільне майбутнє, вона перестає інвестувати в країну – як гроші, так і свої зусилля чи життя. Це провокує нові хвилі еміграції та демографічну кризу. І це вже не кажучи про вмотивованість потенційного українського бійця. Руйнування інституційної довіри – це стратегічна мета росії. Вона мріє зробити так, аби українці перестали вірити будь-якому офіційному органу чи джерелу.

- **Мета брифу**

Мета – перетворити виявлені приклади російських інформаційних маніпуляцій та дезінформації на системний інструмент протидії агресору: попереджати ці атаки, аналізувати їхню мету, блокувати канали російського впливу, формувати та зміцнювати загальну суспільну стійкість населення. Кейси викриття дезінформу можуть бути використані, як контрпропаганда. Загалом аналіз УЦБС має стати інструментом для створення інформаційного щита від ІПСО росіян. На основі виявлених фактів можна простежити тенденції російської пропаганди, оцінити реакцію населення і сформувати порядок денний в інфополі станом на початок 2026 року.

- **Цільова аудиторія**

Моніторинг УЦБС створений задля використання місцевою владою, обласними військовими адміністраціями, бригадами та підрозділами СОУ та силовим блоком. Водночас матеріали моніторингу є рекомендаційною основою для ЗМІ, лідерів суспільної думки та медійних платформ загалом щодо того, які теми, акценти й формати варто поширювати, аби діяти як єдиний інформаційний блок у підтримці оборони України, протидії дезінформації та зміцненні суспільної стійкості.

Він буде корисним для покращення комунікації з населенням та медіа, адже містить актуальну інформацію, як росіяни рухаються не лише сухоходом, а й на інформаційному полі. Наприклад, державні органи можуть використовувати рекомендації, які формуються після аналізу інфополя, у своїх стратегічних комунікаціях. Формувати меседж-бокси, враховуючи гострі чи проблемні теми. Звіти показують, що негатив росте там, де немає швидкої офіційної реакції. Мета брифу – в тому числі, запровадити протокол реагування на інциденти (до прикладу, з ТЦК) протягом 1-2 годин, щоб ворожі пабліки не встигали заповнити цей простір маніпуляціями. Також державні органи можуть зі свого боку просувати медіаграмотність. Виявлені факти можуть ставати в тому числі доказами злочинів росіян.

- **Ключові виклики:**

Усі нижче перераховані загрози не випадкові. Якщо ми не змінимо підхід до комунікацій, країна може втратити здатність чинити опір. І це станеться не через брак зброї, а через внутрішній розкол та страх. Це і є мета інформаційної машини ворога – змусити українців думати, що протистояння на фронті та в тилу марне, а “справжній ворог” насправді всередині країни. Тож, УЦБС виділив 3 ключові виклики:

1. Підрив обороноздатності:

Ворог атакує фронт інформаційними маніпуляціями та вкидами, які зокрема націлені на демотивацію діючих військових. Російські спецоперації перетворили тему самовільного залишення частини з військового злочину на так званий акт “спасіння життя”. Військовослужбовець, який бачить сотні таких повідомлень, починає сприймати втечу, як норму. Навіть не здогадуючись, що контент дуже часто створений силами ШІ. Це деморалізує як тих, хто залишається на позиціях, так і створює дірки в обороні, які ворог використовує для просування.

2. Підрив мобілізаційних спроможностей:

Ворог системно працює над тим, аби потік нових людей до Сил оборони України зменшувався. Росіяни спотворюють образ ТЦК, як ворожої та каральної структури. Все частіше звучить термін “людолови”, “вороги”. Одночасно поширюються фейки про те, що навчання (БЗВП) не існує, а людей відправляють на фронт без підготовки. Або ця підготовка є “позбавленням волі”. Також контент, створений під керівництвом ворога, закликає до фізичного спротиву мобілізації. Так формують у громадян звичку агресивно реагувати на військових, що веде до конфліктів усередині суспільства і паралізує роботу системи поповнення резервів. Також формуються мережі для скоєння терористичних актів (зокрема, фізичні напади, підпали, підбурювання до демонстрацій).

3. Руйнування внутрішньої єдності (штучна поляризація)

Мета ворога – змусити українців ненавидіти один одного більше, ніж окупанта. Ботів у соцмережах використовують для розпалювання ненависті між фронтом і тилом, переселенцями та місцевими, прихильниками різних політиків. Мережі каналів за допомогою дипфейків та ШІ контенту висміюють керівництво держави, щоб викликати огиду та зневіру. Будь-яка помилка влади або корупційний скандал роздуваються до рівня “тотального краху”, аби нав’язати відчуття, що “воювати ні за кого, всі у владі - крадії та зрадники”. Ворог намагається роз’єднати суспільство, аби втрачено відчуття спільної мети, люди припинили допомагати ЗСУ, волонтерити та підтримувати один одного. В результаті, суспільство стає вразливим до капітулянтських настроїв (попри те, що [соціологи КМІС](#) в своєму дослідженні від 23-29 січня 2026 року визначають відсоток тих, хто піддається подібних гаслам, невеликим).

Пропозиції з покращення комунікації:

Стратегічна комунікація:

- розробити стратегію з акцентом на позитивних прикладах мобілізації, рекрутингу, повернення з СЗЧ, комунікації ТЦК, адаптувати контент під топові в Україні соціальні мережі,

- активізувати позитивний порядок денний: масштабувати та підсилювати успіхи СОУ, далекобійні удари, розробити контент, який об'єднує суспільство, формувати когнітивну перевагу,
- відновити візуальну присутність тез перемоги і успішного опору в публічному просторі (на вулицях), за прикладом 2022 року.

Партнерство з лідерами громадської думки, блогерами, медіа:

- включити інфлюенсерів у потенційне партнерство для роз'яснювальних кампаній під час кризових ситуацій, поширення позитивних прикладів та історій по темі мобілізації та рекрутингу і єдності країни,
- налагодити сталу співпрацю з медіа для пояснення новин, виведення в публічну площину представників ТЦК (новини про покращення комунікації, прозорість процедур, спростування фейків), рекрутерів від СОУ.

Перезапустити комунікацію від ТЦК:

- офіційна комунікація часто уникає сенситивних тем - корупції, насильства чи перевищення повноважень у ТЦК. Потрібно заново ініціювати наратив про цифровізацію, прозорість і контроль процедур: нагадати про "гарячу лінію" ТЦК, прокомунікувати позитивні історії її використання, показати позитивні приклади використання в щоденній роботі бодікамер, публічно спростувати кілька найбільш поширених фейків щодо ТЦК, нагадати про процедуру мобілізації,
- збільшити кількість матеріалів про військових із бойовим досвідом, які нині служать у ТЦК. Підсвітити їхні історії та бойовий шлях. Такий контент викликає довіру, пом'якшує негативний фон і поверта мобілізації людське обличчя.

Антикризова робота:

- розробити єдиний протокол антикризової комунікації, зокрема щодо роботи ТЦК, системно викривати російські дезінформаційні атаки із залученням не лише державних комунікацій, а й OSINT-спільноти, лідерів громадської думки для того, щоб збільшити (відновити) довіру до центральної (офіційної) комунікації.

Робота з соцмережами:

- рекомендація для адміністраторів офіційних сторінок та медіа: приділити увагу коментарям, блокувати підозрілі акаунти та акаунти, які розпалюють ненависть, вносять розкол у суспільство, пояснювати алгоритми розпізнавання ШІ-контенту,
- посилити неформальну комунікацію по успіхам від Сил оборони в різних соціальних мережах.

Очікувані результати:

Завдання України – вивести суспільство із психологічної глухої оборони і сформувати свій, переможний, порядок денний. Зміцнюючи армію через єдність і спільну мету.

Відтак, завдяки переходу до проактивної стратегії, роблячи акцент на успіхах СОУ, далекобійних ударах та візуальній присутності "тез перемоги", настрої в суспільстві поступово почнуть змінюватися. Показник тональності (NSR) може вирівнятися з критичного негативу до нейтрального фону. Російські ПСО не будуть вірусними, бо інформаційний вакуум почне заповнюватися нашими офіційними та позитивними наративами.

Проактивна робота щодо медіаграмотності допоможе громадянам навчитися розпізнавати ШІ-фейки та ботів, що автоматично знизить рівень паніки та апатії. Через "олюднення" ТЦК (залучення ветеранів) та прозорість роботи (бодікамери, гарячі лінії), може змінитися образ ТЦК.

Мета – аби цей орган все ж спримали, так чи інакше, як образ “військового-захисника”, складову частину СОУ, а не “каральний орган”. Таке сприйняття допоможе зменшити кількість випадків фізичного спротиву та цькування працівників ТЦК.

Рекрутинг зрештою, як результат вдалої комунікації, стане пріоритетним і зрозумілим шляхом до армії, що збільшить кількість вмотивованих фахівців, готових долучитися до СОУ добровільно. Активна робота з лідерами думок та модерація соцмереж можуть дати прямий соціальний ефект. Блокування ботоферм припинить штучні сварки. Суспільство може повернутися до стану єдності зразка 2022 року, чи принаймні 2023 року, що стимулюватиме ріст донатів та волонтерської допомоги. Через розвінчання міфів про “безпечну втечу” та популяризацію легальних способів вирішення проблем (повернення без суду), кількість нових випадків самовільного залишення частин стабілізується та може піти на спад.