



Команда аналітиків Українського центру безпеки та співпраці провела моніторинг інформаційного простору з 01.11.25 по 01.05.26 року. Виявлено 9,6 млн згадок тем “рекрутинг до сил Оборони”, “Мобілізації та ТЦК” і “Єдності” від 2,5 млн авторів.

Зафіксовано еволюцію спроб ворога негативно вплинути на процес рекрутингу та мобілізації до СОУ, делегітимізувати роботу ТЦК, представляючи їх “каральними органами”, дискредитувати українське вище керівництво та спровокувати конфлікт між суспільством та військовими, підірвати обороноздатність української держави, сили спротиву та внутрішню єдність в умовах повномасштабної війни.

Агресор продовжує активно залучати штучний інтелект до створення маніпулятивних відео для зриву рекрутингових та мобілізаційних процесів та підвищує його рівень якості, коли відрізнити генеративний та фейковий контент від реального стає все складніше.

Загальні висновки

Інформаційне поле України має структурний та системний перекис у бік деструктивного контенту, в межах якого позитивні повідомлення губляться або не мають очікуваного ефекту. Ситуація ще більше напружується через резонансні заяви у медіа з боку діючих та колишніх політиків, активістів, військових та блогерів. Особливо це стосується таких суспільно чутливих тем, як мобілізація та самовільне залишення частини (СЗЧ).

Динаміка вимірювання тональності (NSR на основі ШІ) демонструє стабільно високий рівень негативу. Користувачі залучаються до обговорень, які все частіше стають віральними не без допомоги ворожого зовнішнього підсилення та масштабування. Структура самих наративів теж зазнавала змін за останні півроку: від дискусій про справедливість і онлайн-образ до систематичного фізичного насилля і підбурювання до скоєння терористичних актів.

За час моніторингу інформаційного простору були зафіксовані основні наративи навколо трьох ключових тем. Переважна більшість наративів були негативні:

- Мобілізація - це примус, насильство, корупція та загибель для простих людей;
- ТЦК і їхні співробітники - злочинці, “людолови” та вороги народу;
- СЗЧ - це не дезертирство, а законний протест проти твоєї "бусифікації";

- ЗСУ - корумповані, неієздатні, складаються з “хворих і наркоманів”;
- Війна вигідна владі, фронт іде “до останнього українця”;
- Суспільство має чинити спротив системі мобілізації, владі та ТЦК;
- Ліквідація керівництва країни - шлях до припинення війни;
- За помилки президента Зеленського народ розплачується кров’ю;

Водночас фіксувались і контрнаративи, які мали позитивну тональність та почасти вирівнювали загальний негативний фон:

- СЗЧ - це помилка, яку можна виправити: повертайся до своїх, на тебе чекають!;
- БЗВП - твій реальний шанс вижити та перемогти;
- Добровільний рекрутинг - спосіб уникнути бусифікації;
- Коли хтось б’є військового ТЦК - він б’є по обороноздатності країни та підігрує ворогу;
- Українцям потрібно об’єднуватись проти єдиного спільного ворога - росії;

Ворог продовжує свої системні спроби підірвати довіру до державних інституцій і вищого військово-політичного керівництва України, зокрема президента Володимира Зеленського. Одним з прикладів слугує створення штучним інтелектом відео і діпфейків, часто з “військовими” в кадрі (які критикують владу і розповідають “окопну правду”) і закидалися тези про корупційність нинішніх очільників держави, їхню роботу на росію та бажання “здати Україну ворогові”.

Окремо виявлено мережі та акаунти російських спецслужб, що підбурювали українських громадян до диверсій, підпалів військових авто, нападів на представників ТЦК і поширення антимобілізаційних закликів.

Рекрутинг до СОУ, СЗЧ, БЗВП

701 тисяча згадок від 227 тисяч авторів – пости, коментарі, репости, доповнені репости. Головні майданчики для поширення – Facebook (53,8% охоплення) та Telegram (22,7%). Підсумковий показник тональності NSR складає -56.

Тема рекрутингу до Сил оборони України, самовільного залишення частини та базової військової підготовки страждає від нестачі конструктиву. При цьому спроби активізації позитивної комунікації часом зазнають спротиву, а то й цькування. Інформаційне середовище все ще дуже легко піддається маніпуляціям щодо дискредитації базової військової підготовки та героїзації/виправдання СЗЧ. Токсичний контент не втрачає сили навіть при зменшенні кількісних показників обговорень.

Нейтральний інфоконтент не виконує компенсаторної ролі і не впливає на баланс емоцій у дискусії, а отже, потребує переформатування та оновлення. Політичні заяви на цьому фоні сприяють лише новому збуренню обговорень (зокрема, ворог закидав тезу про 700 тисяч бійців СОУ у СЗЧ; згодом, міністр оборони України Михайло Федоров

заявив про 200 тисяч дезертирів і 2 млн українців у розшуку за ухилення від мобілізації).

Обговорення гостро потрібних реформ – посилення відповідальності за СЗЧ, погані умови і трагічні загибелі мобілізованих у навчальних центрах, недостатня увага до рекрутингу з боку держави – проходять зазвичай на підвищених тонах, в атмосфері цинізму та відчаю. Суспільство все більше розділяється між тими, хто підтримує і засуджує явище СЗЧ. Зокрема, через посилення і масштабування негативних інформаційних приводів, до яких долучаються як внутрішні так і зовнішні інформаційні актори, включно з мережами координованого впливу. Саме тематика СЗЧ є ключовою під час концентрації негативу, навколо якого формується легітимізація дезертирства, критика системи мобілізації та управлінських рішень. Втім, практика показує, що діалог, індивідуальний підхід та пропозиція нових посад без клейма “зрадника” можуть бути ефективніші за суто каральну модель.

Базова військова підготовка, своєю чергою, переживає процес когнітивного дисонансу. Незважаючи на певні позитивні зрушення, наративи про “концентраційний табір”, відсутність реального навчання та “механізм утилізації” створюють стійкий бар’єр для потенційних рекрутів. З іншого боку, історії відомих людей (ведучий Вадим Карп’як, письменник Андрій Любка), які долучилися до армії через рекрутинг, успішно пройшли БЗВП і публічно розповіли про свій досвід, можуть допомогти зламати стигму.

Мобілізація і ТЦК

7,8 млн згадок від 2 млн авторів – пости, коментарі, репости, доповнені репости. Головні майданчики для поширення – Facebook (59,6% охоплення) та Telegram (20,4%). Підсумковий показник тональності NSR складає -89.

Тема мобілізації залишається найбільш конфліктною. У інформаційному просторі ТЦК зображується, як ворог, репресивна структура та корумпований механізм “людоловів”, який нібито діє за межами юридичних норм та порушує права людини. В результаті, процес мобілізації починає вважатися частиною суспільства, як несправедлива та вибіркова, ба більше – взагалі незаконна. Напади на військовослужбовців ТЦК, мовляв, виправдана реакція на дії держави. Формується і посилюється рамка конфлікту “цивільні проти військових”.

У списку ТОП-10 резонансних подій за останні півроку, 8 так чи інакше пов’язані з процесом мобілізації: конфліктів під час перевірки військово-облікових документів, втручання цивільних у процес оповіщення. Можна говорити про успішність ворожої кампанії з метою дискредитації мобілізації та зриву обороноздатності країни. Домінуючим форматом дезінформації є короткі, вирвані з контексту відео, які не відображають повноти ситуації, щоб у випадкових глядачів склалося враження несправедливих дій.

Політичні та ворожі інтереси відіграють значну роль у створенні та поширенні маніпулятивного контенту щодо мобілізації та ТЦК. Така діяльність переслідує ширші цілі, як-то просування деструктивних наративів, що безпосередньо б'є по нацбезпеці. Ворог штучно, але цілеспрямовано нагнітає ситуацію до рівня свідомого конфлікту, навіть якщо на практиці нічого не відбувається (як було, наприклад, із “протестом” у центрі Києва, який активно форсувався ворожими соцмедіа із використанням ШІ-контенту, але так і не відбувся). Ворог використовує прийоми інформаційної істерії, коли штучно сконструйовані або перебільшені події подаються як реальність.

Настрої і тональності змінювалися впродовж зими 2025 року та початку весни 2026 року. Якщо до Нового Року (листопад-грудень) агресор лише формував наративи, ескалації ще не простежувалося, а конфлікти цивільних та військових були здебільшого на словах, то вже у березні-квітні чітко простежується ескалація та радикалізація. Онлайн-погрози переходять у фізичне насилля, з'являються летальні випадки, посилюється героїзація протизаконних дій.

Відеоконтент виступає ключовим драйвером негативних наративів: це доступний і швидкий інструмент впливу, що створює рольові моделі для наслідування. У підсумку, українське суспільство залишається глибоко поляризованим, чим і користується рф для послаблення держави не на полі бою, а впливаючи на свідомість, емоції та поведінку громадян.

Єдність

1 млн згадок від 327 тисяч авторів – пости, коментарі, репости, доповнені репости – показали негативну тональність в постах на тему єдності – -92 при абсолютному мінімумі -100. Соцмережа Facebook домінує із 74% охоплення, на другому місці – Telegram (10,4%).

Інформаційний простір в темі “Єдності” залишається вкрай насиченим дезінформаційними та маніпулятивними наративами з домінуванням негативної тональності, що переважно культивується внутрішніми та російськими інформаційними акторами. Дезінформаційні та фейкові наративи системно працюють на підірив суспільної довіри до державних інституцій та вищого військово-політичного керівництва України. Навіть не резонансні теми висвітлюються у потрібному російській пропаганді ключі.

Поширення наративів відбувалось крізь низку джерел, що включає ЗМІ/медіа, політичних акторів - колишніх і нинішніх, громадських активістів, військових, псевдоекспертів та користувачів соціальних мереж. Також неодноразово фіксувалися випадки використання високодовірених груп (зокрема військових і образів військових) як “спікерів”, що підсилювали негатив у ШІ відео. Системно помічалось збільшення

кількості згадок за умов штучного просування (лайки, коментування, репости) постів бот-активними сторінками, яких дуже багато.

Проте, кількість позитивних оцінок також зросла, завдяки успіхам Сил оборони України на полі бою. Але їхнього впливу недостатньо, щоб перебити зусилля агресора з розпалювання “громадянської війни” в Україні. Ситуація потребує створення загальнонаціональної інформаційної кампанії.