

DOI: 10.20535/2522-1078.2026.1(19).360409

ROR: 01f74x078

УДК 327.8:316.77:070(438)

Надходження до редакції: 01.04.2026

Прийняття до друку: 07.05.2026

Жуковська Н. В.

аспірантка кафедри журналістики, реклами та зв'язків з громадськістю Державного університету «Київський авіаційний інститут», м. Київ, Україна

nzhuk2017@gmail.com

ORCID: 0009-0002-2924-486

Zhukovska N.

Postgraduate Student at the Department of Journalism, Advertising and Public Relations The State University Kyiv Aviation Institute, Kyiv, Ukraine

nzhuk2017@gmail.com

ORCID: 0009-0002-2924-486

ПРОКРЕМЛІВСЬКІ НАРАТИВИ У ПОЛЬСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ: ВПЛИВ НА АУДИТОРІЮ **PRO-KREMLIN NARRATIVES IN THE POLISH MEDIA SPACE DURING THE RUSSIA–UKRAINE WAR: AUDIENCE IMPACT**

Анотація. У статті досліджуються механізми російського інформаційного впливу в польському медіапросторі в умовах повномасштабної війни в Україні. Проаналізовано особливості формування та поширення прокремлівських наративів, зокрема через інструменти так званої «м'якої сили», фінансового стимулювання, мережевої взаємодії та використання суспільно чутливих тем. Особливу увагу приділено дезінформації як ключовому елементу гібридної комунікації, її типології та функціональним характеристикам у сучасному медіасередовищі. На основі контент-аналізу польських медіа та соціальних мереж описано основні тематичні напрями дезінформаційних кампаній у перші два роки російсько-української війни — з лютого 2022 до лютого 2024 року, серед яких домінують антиукраїнські, антибіженські та антинаївські наративи, а також повідомлення, спрямовані на формування страху та соціальної напруги. Емпірична частина дослідження базується на результатах соціологічних опитувань, проведених серед мешканців Польщі, що дозволило виявити домінування соціальних мереж як основного каналу поширення дезінформації, а також визначити роль емоційних чинників, як то страху та тривоги у процесі її сприйняття. Дослідження також засвідчило нижчий рівень критичного аналізу інформації серед користувачів цифрових платформ порівняно з аудиторією традиційних медіа.

Підсумовуючи, можна стверджувати, що дезінформаційні повідомлення адаптуються до актуального політичного й соціального контексту, використовуючи емоційно забарвлену лексику та маніпулятивні стратегії впливу на аудиторію. Результати дослідження свідчать про комплексний характер російських інформаційних впливів у Польщі

та актуалізують необхідність підвищення рівня медіаграмотності аудиторії, розвитку критичного мислення та дотримання стандартів журналістики для протидії дезінформації.

Ключові слова: дезінформаційні стратегії, інформаційний вплив, медійні нарративи, новинний дискурс, маніпулятивні практики, фреймінговий аналіз, цифрові медіа, суспільна думка, медіаграмотність, інформаційна безпека.

Abstract. The article examines the mechanisms of Russian informational influence in the Polish media space in the context of the full-scale war in Ukraine. It analyzes the specific features of the formation and dissemination of pro-Kremlin narratives, particularly through the instruments of so-called “soft power,” financial incentives, network-based interaction, and the exploitation of socially sensitive issues. Special attention is given to disinformation as a key element of hybrid communication, including its typology and functional characteristics within the contemporary media environment. Based on a content analysis of Polish media and social networks, the study identifies the main thematic directions of disinformation campaigns during the first two years of the Russian-Ukrainian war—from February 2022 to February 2024. Among these, anti-Ukrainian, anti-refugee, and anti-NATO narratives dominate, along with messages aimed at generating fear and social tension. The empirical part of the study is grounded in the results of sociological surveys conducted among residents of Poland, which made it possible to identify social media as the primary channel for the dissemination of disinformation, as well as to determine the role of emotional factors, such as fear and anxiety, in its perception. The research also revealed a lower level of critical information analysis among users of digital platforms compared to the audience of traditional media.

In conclusion, it can be argued that disinformation messages adapt to the current political and social context, employing emotionally charged language and manipulative strategies to influence the audience. The findings of the study indicate the complex nature of Russian informational influence in Poland and highlight the need to enhance media literacy, develop critical thinking, and uphold journalistic standards in order to counter disinformation.

Keywords: disinformation strategies, information influence, media narratives, news discourse, manipulative practices, framing analysis, digital media, public opinion, media literacy, information security.

Вступ. У сучасному інформаційному суспільстві медіа відіграють ключову роль у формуванні громадської думки, інтерпретації подій та конструюванні соціальної реальності. Водночас із розширенням медіапростору та розвитком цифрових технологій зростають і ризики маніпуляцій, пов'язаних із поширенням дезінформації. Особливої актуальності ця проблема набуває в умовах гібридних конфліктів, де інформаційний вплив виступає одним із головних інструментів досягнення

політичних цілей. Так, після початку повномасштабної війни РФ проти України у 2022 році польський медіапростір став одним із ключових напрямів інформаційного впливу. Це зумовлено як геополітичним положенням Польщі, так і її активною підтримкою України. Відтак, це створює сприятливий ґрунт для поширення дезінформаційних наративів, спрямованих на дестабілізацію суспільства, підрив довіри до інституцій та погіршення польсько-українських відносин. Російські інформаційні впливи реалізуються через комплекс взаємопов'язаних механізмів, серед яких важливе місце займають інструменти так званої «м'якої сили», фінансового стимулювання та використання суспільно чутливих тем. Значна частина таких впливів базується на залученні людей, які не завжди усвідомлюють характер і джерела інформаційних ініціатив, що сприяє поширенню маніпулятивного контенту в публічному просторі. Одним із ключових інструментів інформаційного впливу є дезінформація, яка, за визначенням європейських інституцій, являє собою неправдиву або оманливу інформацію, створену з метою отримання вигоди або завдання шкоди суспільству. У польському медіапросторі дезінформаційні кампанії після 24 лютого 2022 року були зосереджені на темах, що викликають сильні емоції та суспільні поділи, зокрема питаннях війни в Україні, міграції, безпеки та економічної стабільності.

Суттєву роль у поширенні дезінформації відіграють соціальні мережі, які завдяки своїй відкритості та швидкості розповсюдження контенту створюють сприятливі умови для неконтрольованого розповсюдження маніпулятивних повідомлень. Водночас, традиційні медіа, дотримуючись професійних стандартів журналістики, демонструють вищий рівень стійкості до дезінформаційних впливів. Це своєю чергою підкреслює важливість інституційної відповідальності у сфері масової комунікації.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю комплексного аналізу механізмів функціонування дезінформації в польському медіапросторі, особливостей її впливу на аудиторію, а також трансформацій новинного дискурсу в умовах війни.

Методологія дослідження. Методологічну основу дослідження становить комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, що забезпечують всебічний аналіз явищ сучасної журналістики. Зокрема, використано системний підхід, який дозволяє розглядати журналістику як цілісну багаторівневу систему, а також міждисциплінарний підхід, що поєднує напрацювання комунікативістики, соціології та медіазнавства.

У процесі дослідження застосовано такі методи: порівняльний — для зіставлення різних моделей і практик журналістської діяльності; контент-аналіз — для вивчення медіаматеріалів та виявлення ключових тенденцій; дискурс-аналіз — для дослідження особливостей медійних текстів і наративів; соціологічні методи, такі як опитування та інтерв'ю — для отримання емпіричних даних щодо функціонування медіа. Емпіричну базу дослідження становлять матеріали сучасних медіа, зокрема публікації онлайн-видань, телевізійні сюжети та інші журналістські продукти, відібрані за релевантністю до теми дослідження. Опитування охоплювало журналістів, медіаекспертів та представників аудиторії, що дозволило комплексно проаналізувати сучасні тенденції розвитку журналістики, зокрема трансформацію професійних практик, вплив цифрових медіа та рівень довіри до інформаційного контенту.

Аналітичний фокус статті полягає у комплексному дослідженні механізмів функціонування прокремлівської дезінформації в польському медіапросторі під час повномасштабної російсько-української війни та її впливу на суспільне сприйняття. Особлива увага зосереджується на ідентифікації ключових наративів, каналів їх поширення та стратегій адаптації до актуального політичного й соціального контексту. Стаття аналізує, як прокремлівські актори використовують маргінальні медіа-ресурси, соціальні мережі та резонансні суспільні теми для конструювання маніпулятивних повідомлень, спрямованих на дискредитацію України, підриг довіри до західних інституцій і посилення внутрішньої соціальної напруги в Польщі. Окремий акцент зроблено на ролі історичних наративів, емоційно забарвленої риторики та дезінформаційних кампаній, що апелюють до страху, економічної нестабільності та питань безпеки. Таким чином, стаття зосереджується на виявленні взаємозв'язку між динамікою дезінформаційних наративів, особливостями медійного середовища та змінами у сприйнятті інформації аудиторією, що дозволяє окреслити основні ризики для інформаційної безпеки та визначити напрями протидії дезінформації в сучасному польському суспільстві.

Результати дослідження. За офіційним визначенням ЄС, дезінформація — це неправдива, неточна або оманлива інформація, створена, подана та поширена для отримання прибутку або навмисного завдання шкоди суспільству [7].

Польська аудиторія також є ціллю для десятків маргінальних сайтів, які, однак, залишаються відносно малопопулярними серед широкої публіки. Найбільш помітними серед них є популярний анти-стеблшментський сайт Najwyższy czas, тижневик Myśl Polska, який об'єднує відомих антизахідних польських діячів, правоконсервативний сайт Wprawo.pl, а також Niezależny Dziennik Polityczny. Єдиним великим державним російським медіа, що функціонує польською мовою, є Sputnik Polska, який наразі доступний через VPN-сервіси, оскільки його мовлення було офіційно призупинене в ЄС у травні. Хоча Sputnik офіційно заявляє, що його наратив ґрунтується на ідеї «багатополярного світу, де кожна країна має власні національні інтереси, культуру, історію та традиції», насправді він пропонує аудиторії кремлецентричний світогляд і пропагандистський контент, спрямований на дискредитацію України, ЄС, США та Заходу загалом.

Чимало таких наративів регулярно з'являються в різних національних медіапросторах. Одним із них є наратив про «нацистів/фашистів», який часто ілюструється абсурдними порівняннями України, ЄС і США з нацистською Німеччиною. Авторські матеріали Sputnik Polska часто зображують Польщу, а також інші країни ЄС, як русофобські, відсталі або надмірно залежні від США. США, так звані «англосакси» та Захід загалом часто подаються як агресори, якими керують впливові й нерідко таємні клани, що нібито стоять за ворожими діями та протестними рухами по всьому світу.

Після широкомасштабного російського вторгнення в Україну 24 лютого 2022 року EUvsDisinfo — флагманський проєкт Європейської служби зовнішніх дій, спрямований на боротьбу з дезінформацією, — опублікував кілька десятків спростованих випадків, що стосуються Польщі. Так, можна було зустріти публікації на тему:

- «Польський правлячий клас слухає “Пап” Байдена і Джонсона замість Папи Франциска» [11]
- «Велика Британія хоче використати Польщу як гарматне м'ясо, як це було у 1939 році» [12]
- «Польща та Україна — це маріонетки англосаксів, яких використовують для дестабілізації Європи» [8]
- «Деструктивна русофобія є офіційною доктриною Польщі» [5]
- «Русофобія стала абсолютно обов'язковою для всіх польських політиків» [10]

- «Польща використовує вигадану російську загрозу, щоб виправдати свою мілітаризацію» [9]

Як пишуть українські науковці, готуючись до повномасштабної війни проти України, РФ активно використовувала методи пропаганди, застосовані в процесах попередніх воєнних дій. Найважливіші з них — маніпулювання історією, формування «символіки війни» і дегуманізація ворога [1].

Періодично Російська Федерація здійснювала дезінформаційні дії у польському інтернет- та медіапросторі. Проаналізувавши зміст поширюваних повідомлень, можна помітити, що дезінформаційні кампанії зосереджувалися на найбільш актуальних і чутливих темах. Так, у січні 2022 року її головним фокусом стало формування сприйняття політики РФ. Москва намагалася виставити себе «жертвою», яка лише захищається. У медіа з'являлися тези про «загрожену безпеку Росії». Також поширювалися фейкові повідомлення про те, що українська влада нібито за підбурюванням НАТО та Заходу готує агресію проти Донбасу, що мало б «виправдати» втручання Москви. У лютому 2022 року інтенсивно з'являлася риторика з негативними характеристиками щодо українців. Використовувалися складні моменти з історії Польщі та України, ставилося під сумнів єдність НАТО.

Крім того, ширилися чутки про можливу нестачу пального на заправках, проблеми з готівкою у банкоматах і дефіцит продуктів. Після початку повномасштабної війни в польському інформаційному просторі з'явилися маніпулятивні меседжі з виразним емоційним забарвленням. Їх поширювали акаунти, які раніше наповнювалися антивакцинаторськими та антиковідними наративами. У березні 2022 року було поширено неправдивий контент про нібито інсценоване бомбардуванняпологового будинку в Маріуполі. Хоча операція виявилася неуспішною, Росія продовжувала поширювати брехливі заяви на цю тему. У мережі також з'явилося відео-діпфейк із «заявою про капітуляцію» президента України, яке швидко втратило довіру. Після цього розпочалася кампанія із твердженнями про «біологічну зброю», нібито розроблювану Україною. Початок 2023 року приніс нову хвилю дезінформації в польськомовних соцмережах. Згідно зі звітом Інституту моніторингу медіа та Асоціації Demagog, лише у січні 2023 року було опубліковано понад 57 тисяч антиукраїнських постів і коментарів, що на 18% більше, ніж у грудні 2022 року [2]. У лютому 2023 року тенденція зберігалася. Зокрема, поширювалася неправдива інформація про

фінансову підтримку для молодих українських науковців. Також повернулася теза про нібито прагнення поляків «повернути собі українські землі, які колись належали Польщі».

Водночас приблизно з червня почали з'являтися матеріали про проблеми, пов'язані з допомогою, зокрема відшкодування витрат на підтримку, проблеми з цінами на ринку нерухомості та «надмірні привілеї». Також повідомлялося про потребу системних змін у допомозі біженцям з України.

У період між березнем і червнем 2023 року польські медіа змістили фокус із безпосереднього висвітлення біженців на ширші питання польсько-українських відносин. Так звана зернова криза, спричинена напливом української сільськогосподарської продукції на ринки ЄС, викликала занепокоєння польських фермерів і посилила напруженість між двома країнами. У публікаціях підкреслювалося занепокоєння поляків відкриттям ринку ЄС для українського зерна, овочів і птиці, а також політичні наслідки цього процесу. З вересня до лютого 2024 року нарativi стали більш негативними, з акцентом на труднощах інтеграції біженців, зниженні гостинності та політичних суперечках. Так, видання Rzeczpospolita писала про проблеми інтеграції українців у Польщі (наприклад, «Українці поділені щодо Польщі, зникає гостинність, мовний бар'єр долає біженців»). У Gazeta Wyborcza також з'явився більш критичний тон, особливо в політичних матеріалах (опитування: «Європа не вірить у перемогу України», «Уряд планує продовжити допомогу українцям, які живуть у Польщі»). У 2024 році антиукраїнська пропаганда в польському інтернеті дедалі посилюється. Згідно з результатами дослідження «Антиукраїнська пропаганда у 2024 році», проведеного Demagog у співпраці з Інститутом моніторингу медіа, в польськомовному інтернеті дослідники виявили 327 тисяч нових антиукраїнських дописів, які могли охопити понад 75 мільйонів потенційних контактів. Для порівняння, аналогічне дослідження 2023 року показало менш як 289 тисяч дописів, які мали охоплення близько 54 мільйонів потенційних контактів.

«Ці дані показують, що у 2024 році — порівняно з попереднім роком — зросла не лише номінальна кількість записів, націлених на Україну та українців, а й їхнє охоплення. Попри те, що кількість записів зросла на 13%, порівнюючи з минулим роком, їхнє охоплення зросло майже на 39%. Порівняння кількості та охоплення антиукраїнського контенту за два роки поспіль показує, що у 2024 році такого типу пропаганди

в інтернеті було більше, ніж у попередньому році, і кожен запис з нападками на Україну та українців охоплює в середньому більшу аудиторію, ніж у 2023 році», — йдеться у звіті [3].

Ставлення польських медіа до українських біженців підлягає різним інтерпретаціям. Деякі дослідники зазначають, що польська преса демонструє різноманітні наративи [13], тоді як інші спостерігають переважно позитивне зображення та широку суспільну підтримку [4]. Li et al. [6] виявили, що контакт із біженцями може одночасно посилювати як емпатію, так і відчуття загрози, формуючи амбівалентні ставлення.

Одним із елементів нашого дослідження було опитування, яке проводили із 15 листопада до 26 березня 2023 року методом бліц-інтерв'ю у Варшаві. Всього було опитано 120 респондентів у віці від 18 років, котрі проживають на території Польщі. У результаті проведеного дослідження всі висунуті гіпотези отримали підтвердження. Так, після 24 лютого 2022 року прокремлівська дезінформаційна активність була зосереджена переважно в польському інтернет-просторі та соціальних мережах. Традиційні медіа — преса, радіо та телебачення — виявилися значно складнішим опонентом для агентів дезінформації завдяки професійній перевірці фактів перед публікацією матеріалів у газетах чи виходом у радіо- і телебаченні. У випадку інтернет-порталів або сайтів традиційних медіа, які надавали користувачам можливість коментувати тексти, редакції частково обмежували поширення дезінформації, тимчасово блокуючи розділи коментарів під матеріалами, що стосувалися війни в Україні.

Натомість у соціальних мережах, з огляду на їхню специфіку, практично неможливо було розраховувати на професійну перевірку інформації перед її подальшим поширенням користувачами. Це зумовлювалося як низьким рівнем правових знань пересічних користувачів, так і браком усвідомлення ними небезпеки дезінформації. Саме тому дезінформатори найбільш активно використовували соціальні мережі, насамперед Twitter (X) і Facebook, розраховуючи на несвідоме поширення неправдивого контенту звичайними користувачами. Тематика дезінформаційних повідомлень була різноманітною й змінювалася залежно від обставин. Безпосередньо після 24 лютого 2022 року переважали повідомлення споживчої тематики: поляків намагалися залякати прогнозами нестачі пального та продуктів унаслідок війни й прийому мільйонів біженців, а також можливими проблемами з доступом до

коштів у банках. З часом у медіапросторі почали домінувати антиукраїнські та антибіженські меседжі. Із вчиненням РФ нових воєнних злочинів поширювалися фейки про нібито «інсценовані провокації». У наступні місяці знову і знову з'являлися повідомлення, покликані налякати поляків можливими наслідками підтримки України. З річної перспективи очевидно, що домінуючими напрямками дезінформації були антиукраїнські та антибіженські наративи. Основними завданнями дезінформаторів стали формування у поляків відрази до українських біженців, а також створення атмосфери тривоги й страху перед війною. Додатковими, періодичними завданнями було намагання РФ виправдати свої дії посиленням на «загрозу безпеці» та завдати шкоди іміджу польської армії. Для досягнення цих цілей упродовж першого року повномасштабної агресії проти України дезінформаційні повідомлення концентрувалися на актуальних темах, використовуючи суперечливі питання, що розділяють суспільство й викликають сильні емоції.

В іншому анкетному опитуванні взяли участь 75 респондентів різного віку (від 19 до 65 років) і рівня освіти, що дозволяє розглядати отримані результати як репрезентативні для різних груп споживачів новинного контенту. Більшість опитаних регулярно споживають новини, що свідчить про їхню обізнаність із сучасним медійним простором та особливостями новинного дискурсу. Аналіз відповідей блоку соціально-демографічних даних показав, що новинний контент є важливою складовою частиною повсякденного життя респондентів незалежно від віку. Регулярне звернення до новин підвищує чутливість аудиторії до змін у стилі, тональності та мовному оформленні інформаційних повідомлень.

Результати другого блоку анкети засвідчили, що респонденти диференціюють рівень довіри до різних типів медіа. При цьому значна частина опитаних відзначає зростання емоційності в новинах польських медіа, що сприймається як одна з ключових характеристик сучасного новинного дискурсу. Серед домінантних рис найчастіше називалися емоційність, оцінність та маніпулятивність, тоді як нейтральність розглядається радше як бажана, ніж реально домінуюча ознака.

Встановлено, що найбільший рівень довіри респонденти виявляють до традиційних медіа (44%). Дещо меншим є рівень довіри до он-лайн-медіа (40%), тоді як соціальні мережі користуються найменшою довірою серед опитаних (16%). Отримані результати свідчать про те, що, попри активну цифровізацію медіапростору, традиційні медіа

продовжують зберігати авторитет як джерело новинної інформації, тоді як соціальні мережі сприймаються аудиторією як менш надійне джерело. Отже, результати опитування підтверджують гіпотезу про те, що сучасний новинний дискурс польських медіа зазнає суттєвих трансформацій, пов'язаних із посиленням емоційної та оцінної складових його частин. Хоча такі зміни підвищують емоційну залученість аудиторії, вони водночас можуть негативно впливати на рівень довіри до медіа, що актуалізує потребу збереження балансу між інформативністю та експресивністю у новинному мовленні.

Отримані дані можна перетворити на практичні висновки та імплікації для медіа, журналістики або споживачів новин.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити низку узагальнювальних висновків щодо характеру російських дезінформаційних впливів у польському медіапросторі в умовах російсько-української війни, а також щодо особливостей їх сприйняття аудиторією та трансформації новинного дискурсу. У контексті дослідження доведено систематичний характер російських інформаційних впливів у польському інтернет- та медіапросторі, особливо після початку повномасштабної агресії проти України. Зокрема, зміст дезінформаційних кампаній демонструє чітку тематичну та часову адаптивність. До початку бойових дій ключовим було формування образу РФ як «жертви» та поширення наративів про нібито загрозу з боку України і Заходу. Після 24 лютого 2022 року дезінформація набула більш інтенсивного та емоційно забарвленого характеру, зосереджуючись переважно на антиукраїнських, антибіженських та антинатівських наративах, а також на створенні атмосфери страху та соціальної напруги.

Також виявлено, що ключовими інструментами впливу виступають маніпулятивні практики, емоційно забарвлена лексика, поширення фейкових повідомлень, а також фреймінг подій у вигідному для російської пропаганди контексті. Особливу роль відіграють інформаційні вкиди щодо нібито інсценованих подій (Маріуполь, Буча), фейки про ядерну загрозу, анексійні наміри Польщі та дестабілізацію соціально-економічної ситуації. А контент-аналіз засвідчив, що дезінформаційні наративи мають циклічний характер і тісно пов'язані з перебігом бойових дій. Вони активізуються у моменти військових невдач РФ та спрямовані на зміну суспільного сприйняття війни, дискредитацію України, польських Збройних сил та політики підтримки українських біженців.

Емпіричні результати опитувань показали, що основним каналом поширення дезінформації є соціальні мережі, тоді як традиційні медіа зберігають вищий рівень довіри завдяки редакційній перевірці інформації. Водночас аудиторія демонструє диференційований рівень довіри до різних типів медіа, при цьому найнижчий рівень довіри характерний саме для соціальних платформ.

Також встановлено, що емоціоналізація новинного дискурсу підвищує залученість аудиторії, однак водночас знижує рівень довіри до медіа. Натомість нейтральний та аналітичний стиль подачі інформації сприймається як більш об'єктивний і надійний. Загалом результати дослідження підтверджують комплексний і багаторівневий характер російських інформаційних впливів у Польщі, які поєднують стратегічні наративи, емоційні маніпуляції та цифрові механізми поширення. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває підвищення рівня медіаграмотності населення, розвиток критичного мислення та дотримання професійних стандартів журналістики як ключових інструментів протидії дезінформації в умовах сучасного інформаційного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ільницький В., Старка В., Галів М. Російська пропаганда як елемент підготовки до агресії проти України // Український історичний журнал. 2022. № 5. С. 43–55. DOI: <https://doi.org/10.15407/uhj2022.05.043>
2. Antyukraińska propaganda w 2023 roku. Demagog. 22.02.2024. URL: https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/raport-demagoga-i-imm-antyukrainska-propaganda-w-2023-roku/ (дата доступу: 10.04.2026).
3. Antyukraińska propaganda w 2024 roku. Demagog. 24.02.2025. URL: https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/raport-demagoga-i-imm-antyukrainska-propaganda-w-2024-roku/ (дата доступу: 10.04.2026).
4. Babicki M., Kowalski K., Mastalerz-Migas A. The outbreak of the 2022 Russo-Ukrainian war: Mental health of Poles and their attitude to refugees // *Frontiers in Public Health*. 2023. Vol. 11. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1155904>
5. DISINFO: Destructive Russophobia is the official doctrine of Poland // EUvsDisinfo. URL: <https://euvsdisinfo.eu/report/destructive-russophobia-is-the-official-doctrine-of-poland> (дата доступу: 09.04.2026).
6. Li W., Xu S., Yamamoto M., Kee K. Interactive mediated contact on social media: Mechanisms and effects on attitudes toward Ukrainian refugees //

- New Media & Society. 2023. Vol. 27, № 3. С. 1565–1587. DOI: <https://doi.org/10.1177/14614448231197640>
7. Pielemeier J. S. Disentangling disinformation: What makes regulating disinformation so difficult? // *Utah Law Review*. 2020. № 4. С. 917–940. DOI: <https://doi.org/10.26054/0D-CJBV-FTG>
 8. Poland and Ukraine are the Anglo-Saxon puppets used to destabilise Europe // *EUvsDisinfo*. URL: <https://euvsdisinfo.eu/report/poland-and-ukraine-are-the-anglo-saxon-puppets-used-to-destabilise-europe> (дата доступу: 09.04.2026).
 9. Poland uses an imaginary Russian threat to justify its militarisation // *EUvsDisinfo*. URL: <https://euvsdisinfo.eu/report/poland-uses-an-imaginary-russian-threat-to-justify-its-militarisation> (дата доступу: 09.04.2026).
 10. Russophobia has become completely obligatory for all Polish politicians // *EUvsDisinfo*. URL: <https://euvsdisinfo.eu/report/russophobia-has-become-completely-obligatory-for-all-polish-politicians> (дата доступу: 09.04.2026).
 11. The Polish ruling class listens to “Popes” Biden and Johnson instead of Pope Francis // *EUvsDisinfo*. URL: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-polish-ruling-class-listens-to-popes-biden-and-johnson-instead-of-pope-francis> (дата доступу: 08.04.2026).
 12. The UK wants to use Poland as cannon fodder as it did in 1939 // *EUvsDisinfo*. URL: <https://euvsdisinfo.eu/report/the-uk-wants-to-use-poland-as-cannon-fodder-as-it-did-in-1939> (дата доступу: 09.04.2026).
 13. Zawadzka-Palucka N. Ukrainian refugees in Polish press // *Discourse & Communication*. 2023. Vol. 17, № 1. С. 96–111. DOI: <https://doi.org/10.1177/17504813221111636>

REFERENCES

1. Ilnytskyi V., Starka V., Haliv M. (2022). Rosiiska propahanda yak element pidhotovky do ahresii proty Ukrainy // *Ukrainskyi istorychnyi zhurnal*, 5, 43–55. <https://doi.org/10.15407/uhj2022.05.043>
2. Demagog. (2024, February 22). Antyukraińska propaganda w 2023 roku. https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/raport-demagoga-i-imm-antyukrainska-propaganda-w-2023-roku/
3. Demagog. (2025, February 24). Antyukraińska propaganda w 2024 roku. https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/raport-demagoga-i-imm-antyukrainska-propaganda-w-2024-roku/

4. Babicki, M., Kowalski, K., & Mastalerz-Migas, A. (2023). The outbreak of the 2022 Russo-Ukrainian war: Mental health of Poles and their attitude to refugees. *Frontiers in Public Health*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1155904>
5. EUvsDisinfo. (n.d.). Destructive Russophobia is the official doctrine of Poland. <https://euvsdisinfo.eu/report/destructive-russophobia-is-the-official-doctrine-of-poland>
6. Li, W., Xu, S., Yamamoto, M., & Kee, K. (2023). Interactive mediated contact on social media: Mechanisms and effects on attitudes toward Ukrainian refugees. *New Media & Society*, 27(3), 1565–1587. <https://doi.org/10.1177/14614448231197640>
7. Pielemeier, J. S. (2020). Disentangling disinformation: What makes regulating disinformation so difficult? *Utah Law Review*, 2020(4), 917–940. <https://doi.org/10.26054/OD-CJBV-FTG>
8. EUvsDisinfo. (n.d.). Poland and Ukraine are the Anglo-Saxon puppets used to destabilise Europe. <https://euvsdisinfo.eu/report/poland-and-ukraine-are-the-anglo-saxon-puppets-used-to-destabilise-europe>
9. EUvsDisinfo. (n.d.). Poland uses an imaginary Russian threat to justify its militarisation. <https://euvsdisinfo.eu/report/poland-uses-an-imaginary-russian-threat-to-justify-its-militarisation>
10. EUvsDisinfo. (n.d.). Russophobia has become completely obligatory for all Polish politicians. <https://euvsdisinfo.eu/report/russophobia-has-become-completely-obligatory-for-all-polish-politicians>
11. EUvsDisinfo. (n.d.). The Polish ruling class listens to “Popes” Biden and Johnson instead of Pope Francis. <https://euvsdisinfo.eu/report/the-polish-ruling-class-listens-to-popes-biden-and-johnson-instead-of-pope-francis>
12. EUvsDisinfo. (n.d.). The UK wants to use Poland as cannon fodder as it did in 1939. <https://euvsdisinfo.eu/report/the-uk-wants-to-use-poland-as-cannon-fodder-as-it-did-in-1939>
13. Zawadzka-Palucka, N. (2023). Ukrainian refugees in Polish press. *Discourse & Communication*, 17(1), 96–111. <https://doi.org/10.1177/17504813221111636>

При підготовці рукопису автор не використовував інструменти штучного інтелекту. Роботу виконано за відсутності фінансової підтримки.