

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

ПАЛАМАРЧУК ЮЛІЯ ДМИТРІВНА

Допускається до захисту:

завідувач кафедри політології та
державного управління
д.політ.н., професор

_____ Олена ЧАЛЬЦЕВА

« _____ » _____ 20__ р.

ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ У ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ

Спеціальність 052 Політологія

Кваліфікаційна робота

Науковий керівник:

Мацишина І. В., професор
кафедри політології та
державного управління, д. політ.
н., професор

Оцінка: _____ / _____ / _____

(бали/за шкалою ЄКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____

Вінниця 2025

АНОТАЦІЯ

Паламарчук Ю.Д. Технології соціальних мереж у гібридній війні.

У магістерській роботі досліджено роль соціальних мереж X (Twitter) і TikTok у контексті гібридної війни Російської Федерації проти України. Здійснено аналіз механізмів, через які ці платформи використовуються як інструменти інформаційно-психологічного впливу, поширення дезінформації та маніпуляції громадською думкою. Проаналізовано феномени проросійських бот-мереж («корейчики», «парагвайчики»), що координовано поширюють наративив українському інфопросторі. На основі міждисциплінарного підходу (контент-аналіз, дискурсивний, аналітико-описовий, мережевий, OSINT та візуальний аналізи) виявлено ключові парадигми що поширюють акаунти. Було описано тактики поширення пропагандистських меседжів та їхній вплив на українське суспільство. У роботі доведено, що поширення наративів «Україна-Північна Корея» та «Україна-Парагвай», становлять основу сучасної промосковської пропаганди на платформах X та TikTok.

Ключові слова: гібридна війна, соціальні мережі, російська пропаганда, бот-мережі, «парагвайський сценарій», «Україна-Північна Корея».

95 с. Бібліограф.: 201найм. Табл. 3 Рис. 24.

ABSTRACT

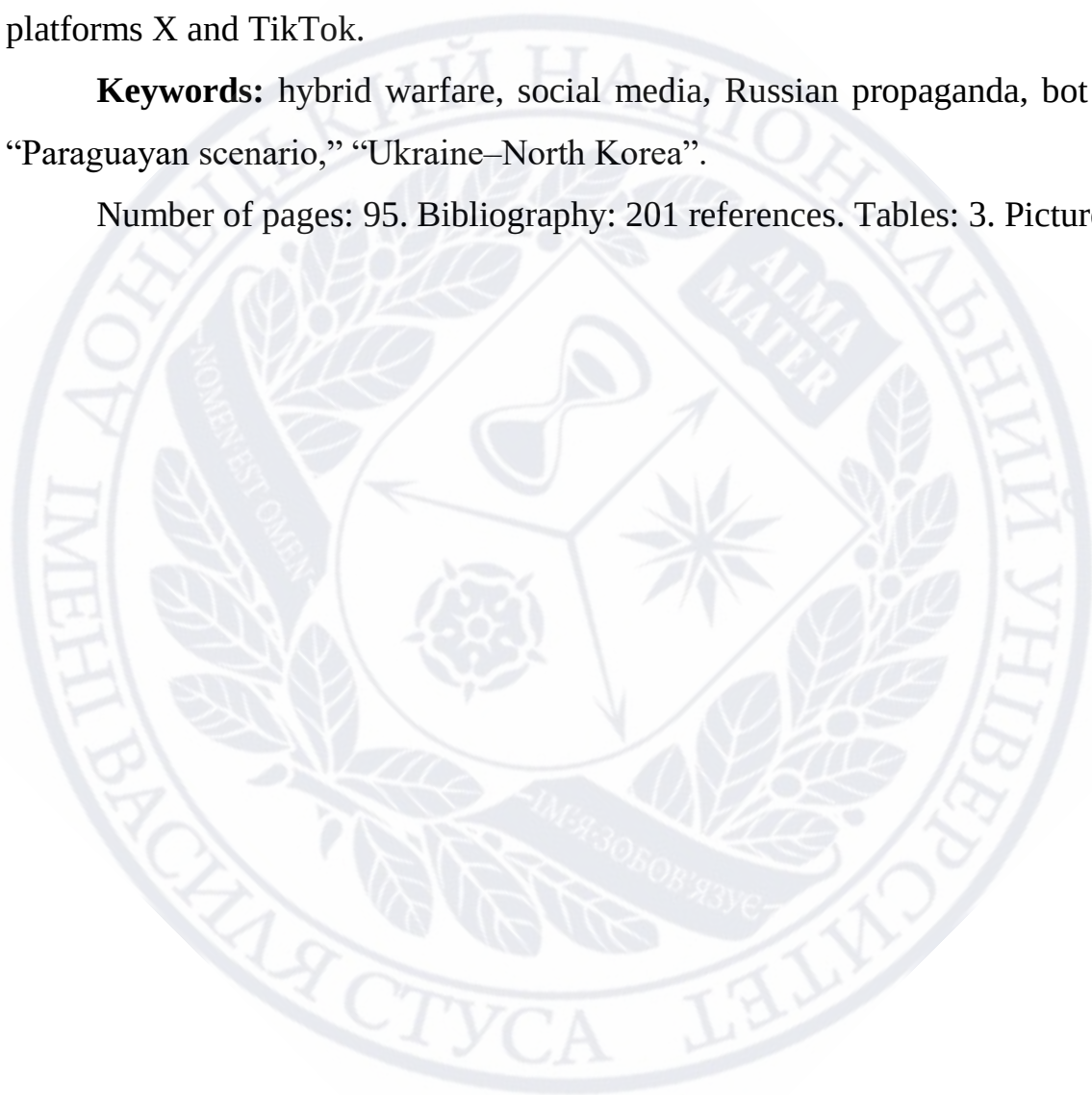
Palamarchuk Y. D. Social Media Technologies in Hybrid Warfare. Master's Programme «Political Consulting in Public Policy».

The master's thesis examines the role of the social media platforms X (Twitter) and TikTok in the context of the hybrid warfare waged by the Russian Federation against Ukraine. The study analyzes the mechanisms through which these platforms are used as instruments of informational and psychological influence, disinformation dissemination, and manipulation of public opinion. Special attention is devoted to the phenomenon of pro-Russian bot networks ("Koreichiky," "Paraguaychiky"), which systematically coordinate the spread of narratives within the Ukrainian information space.

Using an interdisciplinary methodology (content analysis, discourse analysis, analytical-descriptive methods, network analysis, OSINT, and visual analysis), the research identifies the key paradigms promoted by these accounts. The thesis outlines the tactics of propagandistic message dissemination and assesses their impact on Ukrainian society. It demonstrates that the narratives “Ukraine–North Korea” and “Ukraine–Paraguay” form the core of contemporary pro-Moscow propaganda on the platforms X and TikTok.

Keywords: hybrid warfare, social media, Russian propaganda, bot networks, “Paraguayan scenario,” “Ukraine–North Korea”.

Number of pages: 95. Bibliography: 201 references. Tables: 3. Pictures: 24.



ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ	9
1.1. Сучасні наукові підходи до вивчення соцмереж	9
1.2. Стан вивчення проблеми	12
1.3. Методологія дослідження.....	16
РОЗДІЛ 2 МІКРО-, МАКРОІНФЛЮЕНСЕРИ ТА ПРОРОСІЙСЬКІ БОТ-МЕРЕЖІ X: ТАКТИКИ ПОШИРЕННЯ, ЕВОЛЮЦІЯ НАРАТИВІВ ТА РОЛЬ У ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ ПРОТИ УКРАЇНИ	20
2.1. Трансформація Twitter у X: вплив на поширення російської пропаганди в контексті гібридної війни	20
2.2. Конструювання наративів «Україна- Північна Корея» й «Україна-Парагвай» у російській дезінформації.....	26
2.3. Аналіз діяльності мікро- й макроінфлюесерів та бот-мереж соцмережі X.....	31
РОЗДІЛ 3. ТІК ТОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ГІБРИДНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ	42
3.1. Tik Tok як середовище формування та поширення антиукраїнських інформаційних наративів.....	42
3.2. Використання діпфейків і ШІ-згенерованих матеріалів у проросійських наративах на платформі Tik Tok.....	47
3.3. Аналіз поширення антиукраїнських мобілізаційних наративів у Tik Tok через діяльність політичних акторів та афілійованих акаунтів.....	55
ВИСНОВКИ.....	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	73
ДОДАТКИ	95

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У ХХІ столітті соціальні мережі перетворилися з інструментів міжособистісного спілкування на потужний механізм політичного, інформаційного та психологічного впливу. Особливо виразно ця тенденція проявилася в умовах російсько-української війни. Соціальні медіа X (Twitter) та TikTok, активно використовуються як елементи гібридної інформаційної агресії кремля проти України. Через них поширюються дезінформаційні кампанії, формуються маніпулятивні наративи, спрямовані на дискредитацію Збройних сил України та української влади.

Стан теоретичної розробки теми. Теоретичні засади дослідження соціальних мереж закладені у працях Мануеля Кастельса, Генрі Дженкінса Шеррі Теркл, Ервіна Гофмана, Йохана Бенклера, та Ненсі Бейм. Вони розглядали мережеву комунікацію як основу для дослідження соціальних мереж. Також питання використання соціальних мереж, як інструменту поширення пропаганди розглядали наступні дослідники: Омельченко М., Мелекесцев К. І., Мацишина І. В. Стеблина Н.О., Харамурза Д., Грицак. Я, монографія авторства О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик. Проте попри наявність значної кількості праць, питання алгоритмічного поширення пропаганди, діяльності проросійських бот-мереж («корейчиків», «парагвайчиків») і впливу цифрових трансформацій платформ X та TikTok на поширення даних наративів у соцмережах не є достатньо дослідженим.

Мета та завдання кваліфікаційної роботи. Метою магістерського дослідження є виявлення та формування рамок наративів «Північна Корея-Україна», «Парагвайська диктатура- Україна», а також аналіз основних акаунтів-спікерів, що поширюють дані парадигми серед українського населення.

Для досягнення мети поставлено такі завдання:

1. порівняти теоретико-методологічні підходи до вивчення соціальних мереж;

2. дослідити особливості трансформації Twitter на платформі X та її наслідки для поширення російської пропаганди;
3. проаналізувати діяльність бот-мереж «корейчиків» і «парагвайчиків» у TikTok і X, зокрема типові меседжі;
4. встановити технології впливу РФ через соцмережі;
5. розробити рекомендації щодо підвищення ефективності протидії інформаційним загрозам у соціальних мережах.

Об'єкт дослідження - соціальна мережа як складова гібридної війни.

Предмет дослідження - технології просування антиукраїнських наративів у соціальних мережах TikTok та X.

Методи дослідження. В усіх емпіричних розділах (2-3) було використано наступні методологічні основи- контент аналіз, аналітико-описовий підхід, порівняльний аналіз та кейс-стаді, дискурс аналіз, цифрово-етнографічне дослідження, методи OSINTдосліджень, а також мережевий, візуальний та кількісний аналізи.

Наукова гіпотеза дослідження. Поширення наративів «Україна – Північна Корея» та «Україна – Парагвай» у соціальних мережах X та ТікТок є результатом координованої діяльності проросійських бот-мереж і афілійованих інфлюенсерів, що використовуються як інструмент гібридної інформаційної війни для впливу на громадську думку українців.

Наукова новизна дослідження. У магістерському дослідженні отримано результати, що мають наукову новизну і безпосередньо відповідають поставленим завданням. Було систематизовано та розглянуто міждисциплінарні підходи до аналізу соціальних мереж у контексті гібридної війни, поєднавши соціально-комунікаційний, мережевий, психологічно-поведінковий та цифрово-етнографічний підходи, що дозволило сформувати цілісну методологічну основу для вивчення інформаційних операцій у X та TikTok. Уперше науково обґрунтовано вплив трансформації Twitter у платформу X на поширення російської пропаганди, зокрема доведено, що запровадження платної верифікації Twitter Blue створило сприятливі умови для видимості фейкових

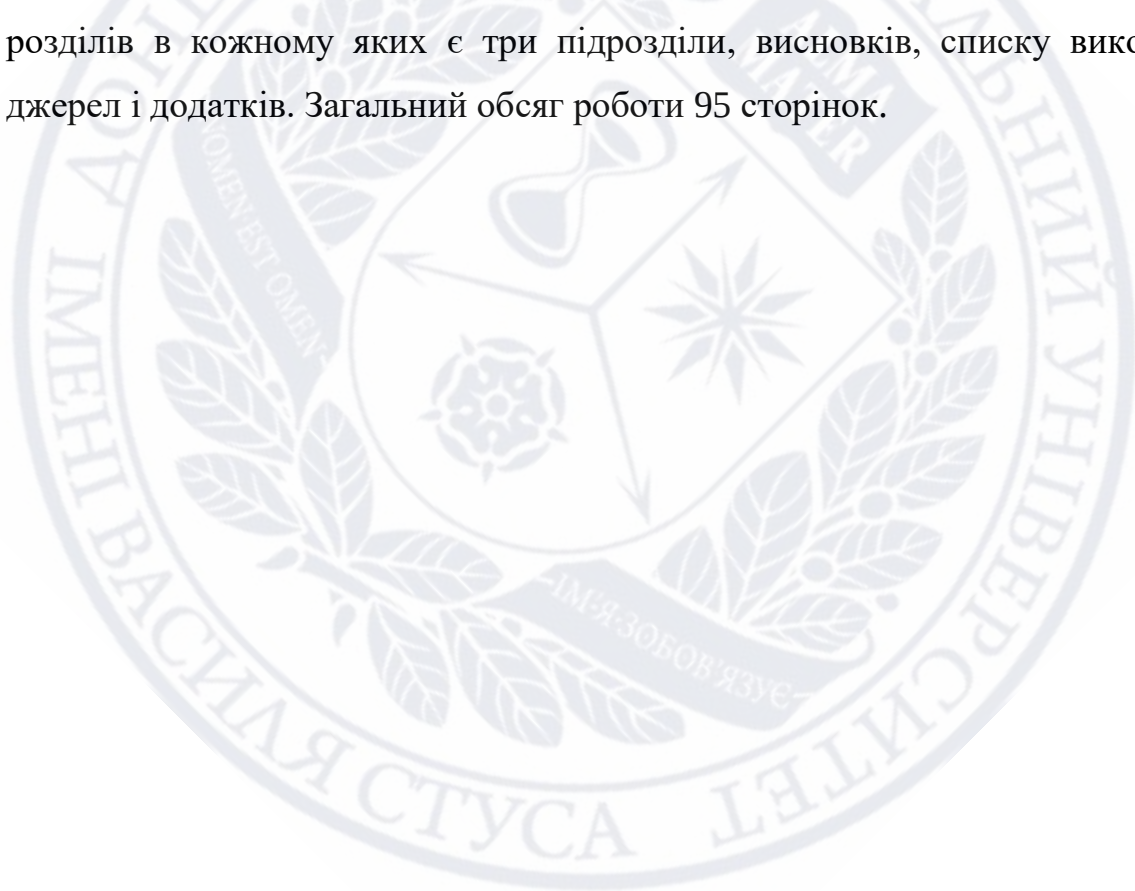
акаунтів і бот-мереж, послаблення модерації після зміни власника спричинило різке зростання охоплень проросійського контенту, а зміни алгоритмів рекомендацій стимулювали масштабування антиукраїнських наративів у стрічках «For You». Уперше сформовано та описано типологію проросійських бот-мереж «корейчики» та «парагвайчики», визначено їхню структуру, характерні мовні та візуальні маркери, тактики координації та основні канали поширення, а також виділено ключові акаунти-ретранслятори та встановлено їхню взаємодію з мікро- та макроінфлюенсерами, що виступають інформаційними хабами. На основі комплексного контент-, дискурс- і мережевого аналізу доведено існування штучно сконструйованих пропагандистських наративів «Україна — Північна Корея» та «Україна — Парагвай», уперше простежено їх зародження у вересні 2023 року, механізми адаптації, синхронізацію між російськими медіа та українськими інфлюенсерами, а також роль цих наративів у формуванні антидержавних та антимобілізаційних смислів. В рамках проведеного дослідження було уточнено персоналії нардепів та їх ботоферм та блогерів-експертів, що безпосередньо займаються поширенням даних інформаційних кампаній на платформах цих соцмереж. Крім того, розроблено практичні рекомендації щодо використання результатів дослідження у рамках протидії кремлівським наративам органами спецслужб України.

Науково-практична значущість дослідження. Практична цінність дослідження полягає у можливості застосування отриманих результатів державними інституціями, аналітичними центрами, журналістськими організаціями та дослідниками для формування стратегій протидії дезінформації, вдосконалення стратегічних комунікацій, розроблення програм медіаграмотності, моніторингу інформаційних загроз і виявлення координаційних мереж, що поширюють антиукраїнські пропагандистські наративи.

Апробація результатів дослідження. Було опубліковано 3 статті («Образи Північної Кореї та Парагвайської диктатури в антиукраїнських

наративах», «Північна Корея, Парагвай та антиукраїнська пропаганда в інформаційному протистоянні», «Актуалізація наративу україна-північна корея в українському політичному дискурсі») та 2 тези («Інформаційні технології маніпуляції на платформі «Х» проти України», «Від Євромайдану до соцмереж: як кремлівська пропаганда використовує термін «каструлеголові»») [62; 63; 64; 65; 66]. Публікації було апробовано в рамках трьох міжнародних науково-практичних конференцій («Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень», м. Вінниця, 2024 р.), («Публічна політика і державне управління в умовах війни», м. Вінниця, 2025 р.) та («Травневі Студії», м. Вінниця, 2025 р.).

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів в кожному яких є три підрозділи, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи 95 сторінок.



РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ

1.1. Сучасні наукові підходи до вивчення соцмереж

У сучасному науковому дискурсі соціальні мережі розглядаються як багатовимірна парадигма, що поєднує комунікаційні, соціальні, політичні, технологічні дискурси. Тому вивчення таких платформ, передбачає використання міждисциплінарних підходів, які дозволяють осмислити природу цифрової взаємодії, механізми поширення інформації, формування наративів, а також вплив комунікації в соцмережах на поширення пропаганди серед великих мас населення.

Соціально-комунікаційний підхід ґрунтується на розумінні соціальних мереж як нового типу комунікативного середовища, що може бути використане для поширення пропаганди, у випадку нашого магістерського дослідження антиукраїнських інформаційних кампаній. Цей підхід дозволяє аналізувати, як формуються та функціонують нові форми комунікативної поведінки, які поєднують елементи традиційних медіа та комунікації між користувачами даних соціальних мереж. Зокрема, вище згаданий підхід робить можливим вивчення таких явищ, як швидке поширення інформаційних кампаній, участь політичних акторів у створенні та поширенні наративів. Крім того, він дозволяє оцінювати механізми впливу цифрових мереж на громадську думку, що є особливо актуальним у контексті гібридних інформаційних загроз і пропагандистських кампаній у сучасних соціальних мережах. Теоретичні засади такого соціально-комунікаційного підходу розроблялися в працях Мануеля Кастельса, Генрі Дженкінса, які досліджували вплив цифрових технологій на структуру соціальних зв'язків, динаміку публічності та формування колективної ідентичності в мережевому просторі.

Концепція «мережевого суспільства», розроблена Мануелем Кастельсом, виступає аналітичним інструментом для дослідження соціальних мереж

сьогодення [156]. З часу її запровадження в 1990-х роках ця концепція значною мірою визначила академічні дослідження та політико-аналітичні підходи для розгляду та аналізу соціальних мереж. У роботі Кастельса, акцентується увага на тому, що у суспільства є так звані «інформаційні потоки», що згодом стають основою соціальної організації. Щодо мережевих структур, то у своїй роботі дослідник зазначав, що вони поступово витісняють традиційні ієрархічні форми управління й комунікації. Він стверджував, що влада в сучасному світі дедалі більше визначається здатністю контролювати інформаційні мережі, формуючи політичні, економічні та культурні процеси в інформаційному просторі. У цій парадигмі мережа виступає не просто технологічною інфраструктурою, а новою соціальною формою, у межах якої здійснюється взаємодія індивідів, інституцій та медіа.

Генрі Дженкінс, розвиваючи ідеї про «конвергентну культуру», підкреслює, що в епоху цифрових комунікацій відбувається взаємопроникнення старих і нових медіа, у результаті чого користувачі стають активними учасниками процесу виробництва та циркуляції змісту [174]. Особливу увагу Дженкінс приділяє феномену участі користувачів, коли аудиторія не просто споживає медіаконтент, а активно його змінює, поширює та адаптує, створюючи власні інтерпретації та продукти. Це призводить до виникнення фан-культур, де спільноти об'єднуються навколо спільних інтересів і виробляють нові значення, а також до посилення політичного активізму, коли цифрові платформи слугують інструментом мобілізації, обміну інформацією та формування громадської думки.

В рамках вивчення парадигми соціальних мереж, потрібно також виділити так званий «психологічно-поведінковий підхід». Він акцентує увагу на когнітивних, емоційних та соціально-психологічних ефектах, що виникають під впливом соціальних мереж. Засновниками даного підходу прийнято вважати дослідників Шеррі Теркл, Ервіна Гофмана, Йохана Бенклера, та Ненсі Бейм. Теркл у праці *AloneTogether* підкреслює, що цифрові технології створюють новий парадокс спілкування, а саме такий де люди постійно залишаються на

зв'язку, але водночас почуваються ізольованими[183]. У результаті цього користувачі часто конструюють «віртуальне Я», яке ідеалізується та не збігається з реальною особистістю, що призводить до психологічної напруги, фрустрації та відчуття самотності. У контексті гібридної війни такі психологічні механізми активно використовуються для підриву суспільної єдності, деморалізації населення та делегітимації державної влади. Отже, психологічний і поведінковий підхід допомагає зрозуміти не лише індивідуальні реакції користувачів на інформаційний вплив, але й те, як емоційні та когнітивні процеси можуть ставати інструментами політичних маніпуляцій. Саме тому цей підхід є важливим у дослідженні соціальних мереж у контексті сучасних гібридних інформаційних загроз. Значний внесок у вивчення соціальних мереж зробили соціологи, що розробили мережевий підхід. Марк Грановеттер у своїй теорії «слабких зв'язків» довів, що саме неінтенсивні контакти між різними групами є ключовими каналами поширення інформації [169].

Підводячи підсумок, можна стверджувати, що сучасне вивчення соціальних мереж потребує інтеграції кількох теоретичних перспектив, кожна з яких висвітлює окремі аспекти функціонування цифрового середовища. Соціально-комунікаційний підхід демонструє, що мережеві платформи формують нову структуру комунікативних відносин, у межах якої поєднуються властивості традиційних та цифрових медіа, а користувачі виступають одночасно споживачами і творцями інформаційного контенту. Концепції Мануеля Кастельса та Генрі Дженкінса окреслюють мережеву логіку поширення інформації, конвергенцію медіа та активну участь аудиторій у циркуляції змісту, що визначає характер сучасної публічності й суспільної взаємодії. Психологічно-поведінковий підхід доповнює ці уявлення, наголошуючи на когнітивних та емоційних процесах, що визначають реакції користувачів на інформаційні впливи. Праці Шеррі Теркл та інших дослідників показують, що цифрові платформи змінюють природу ідентичності, соціальності й міжособистісних зв'язків, створюючи умови для формування

віртуального образу «Я» та підвищеної вразливості до маніпулятивних стратегій. У контексті гібридної війни такі механізми стають ресурсом інформаційного тиску, спрямованого на фрагментацію спільнот та послаблення суспільної стійкості. Мережеві теорії, зокрема концепція «слабких зв'язків» Марка Грановеттера, поглиблюють розуміння структурних особливостей поширення інформації, підкреслюючи роль периферійних та слабких соціальних контактів у формуванні великих інформаційних потоків. Це особливо важливо для аналізу динаміки пропагандистських кампаній, які використовують як сильні, так і слабкі зв'язки для масштабування впливу.

Поєднання соціально-комунікаційного, психологічно-поведінкового та мережевого підходів формує цілісну теоретичну основу для дослідження соціальних мереж у контексті сучасних гібридних інформаційних загроз. Такий синтез дозволяє розглядати соціальні платформи не лише як інструменти цифрової взаємодії, а як повноцінне середовище політичних комунікацій, у межах якого конструюються, транслуються та закріплюються політичні наративи. Інтеграція цих підходів уможливорює всебічне розуміння механізмів політичної комунікації, динаміки впливу акторів на громадську думку, логіки поширення меседжів та функціонування інформаційних потоків, що є критично важливим для аналізу й ефективної протидії антиукраїнським пропагандистським кампаніям у цифровому середовищі.

1.2. Стан вивчення проблеми

Проблема російської пропаганди в соціальних мережах є однією з найактуальніших тем сучасних досліджень гібридної інформаційної війни в Україні. За визначенням веб словника «Merriam-WebsterDictionary», пропаганда це поширення ідей, інформації або чуток з метою допомоги або завдання шкоди установі, справі чи особі [201]. Також дезінформація, за визначенням цього словника, є неправдивою інформацією, що поширюється за-для впливу на громадську думку [199]. З початком російської агресії проти нашої держави у 2014 році, а особливо після повномасштабного вторгнення 2022 року, питання

дослідження поширення московських парадигм у соціальних мережах, стало найбільш актуальним. Наукові підходи до аналізу цього феномена еволюціонували від вивчення пропаганди як індивідуальних кейсів до комплексного аналізу структурних і технологічних механізмів, що стоять за системною діяльністю російських пропагандистських мереж.

Серед українських інституцій дослідження, слід відзначити низку робіт Інституту масової інформації (ІМІ). З початку повномасштабного вторгнення, саме ця українська громадська організація, провела низку досліджень впливів таких соціальних мереж як TikTok та Twitter (X), на поширення антиукраїнських наративів серед громадян України. Першою такою роботою, що корелює з темою нашого магістерського дослідження, є робота 2022 року з назвою «Twitter та YouTube ігнорують запити України на видалення російської пропаганди – дослідження» [193]. Автори дослідження, посилаючись на європейський Центр дезінформації, у своїй роботі піднімають питання того, що менеджери соціальних мереж ігнорують запити з України, уникаючи розмови з українськими компаніями. Наступним дослідженням даного центру, можна згадати роботу «X (Twitter) – темний бік українських медіа» [147]. У цьому огляді, представники дослідницького центру, розглядають питання «чорного піару», замовних статей та «хет-спічів», що можуть бути використані московською пропагандою. Продовжуючи огляд впливу соцмережі X на поширення московської пропаганди, слід згадати й дослідження, що проводилося українським незалежним суспільно-політичним та аналітичним Інтернет виданням Texty.org. [152]. В роботі під назвою «Як нова політика Маска у Twitter сприяла поширенню російської пропаганди», автори зазначають, що після купівлі соцмережі Ілоном Маском, поширення російської пропаганди стало набагато легшим. Оскільки штат компанії соцмережі, що займався боротьбою з дезінформацією був скорочений.

Серед українських дослідників, що досліджували проблематику поширення пропаганди на платформі Twitter(X), слід зазначити наступних: Омельченко М., Мелекєсцев К. І., Мацишина І. В., Стеблина Н.О., Харамурза

Д., Грицак. Я, а також монографія авторства О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик. У своїй роботі «Наративний вимір стратегічної комунікації президента Зеленського в соціальній мережі Twitter під час російсько-української війни», дослідник М. Омельченко, аналізує як через цю соціальну мережу можна поширювати українську пропаганду через позитивний образ президента України [59]. Як зазначає автор, предметом дослідження є емоційні засоби переконання в стратегічній комунікації президента України В. Зеленського в соцмережі Twitter [59]. Історик К. Мелекесцев, у своїй статті «Нові технології соціальних мереж та їх наслідки для інформаційного протистояння навколо історії України», висвітлює проблематику того, як новітні технології впливу в соцмережі Twitter, можуть становити загрозу національним інтересам української держави [51]. Автори Мацишина І. В. та Стеблина Н. О., у своїй роботі «The COVID-19 Pandemic, Twitter, and the Archetype of “Country Savior” in the Ukrainian Case» [186], розглядали використання архетипів-образів, що впливають на громадянську думку в соцмережі Twitter. «Інформаційний тероризм як інструмент гібридної війни та фактор руйнації медіа простору», авторства Д. Харамурзи [149]. У статті проаналізовано явище інформаційного тероризму, який набув нових ознак в умовах глобалізації та розвитку сучасних інформаційних технологій. Також у книзі «Переосмислення історії: російська історична пропаганда та Україна», автори аналізують ключових наративів російської історичної пропаганди про Україну та коментарі українських істориків до цих наративів [174]. Ідентифікація цих наративів здійснювалася на основі аналізу російського сегмента Інтернету, проведеного за допомогою нейронних мереж та інших методів машинного навчання. Також монографія «Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства: монографія», авторства О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик, розглядають соціальні інформаційні мережі, їх зміст, особливості розвитку в системі соціальних комунікацій сучасності [128].

Після 2022 року низка українських науковців почала досліджувати платформу TikTok не лише як соцмережу для поширення розважального

контенту, а як й інструмент гібридної інформаційної війни проти України. За допомогою цифрової бібліотеки Google Scholar було визначено, що більше тисячі робіт в Україні, стосуються теми поширення пропаганди на платформі. Серед авторів тез та статей, потрібно відзначити наступних, що мають дослідження, які корелюють з темою нашого магістерського дослідження. Робота до початку вторгнення «Особливості репрезентації української ідентичності в соціальному медіа «ТікТок»» авторства Кислюк. У статті автор наполягає на наявності великої можливості для українців поширювати нашу ідентичність в Тік Тоці. Особливістю цієї праці є оптимістичне ставлення до соцмережі, тобто вона розглядалася не як платформа для московської пропаганди, а як шанс для поширення українських наративів в світі [48].

Переходячи вже до робіт, що є дотичними до тематики магістерського дослідження, слід зазначити наступних авторів: по-перше, стаття «Пропаганда і соціальні мережі: воля до (не)захищеності напередодні повномасштабного вторгнення», авторства Забродіна, Д. О. та Ташченко, А. Ю. [42]. В якій автори розглядають питання використання напередодні повномасштабного вторгнення громадянами України соціальних мереж від заборонених «ВК» та «Однокласники» до більш нових «ТікТок». По-друге, стаття «ТікТок-активізм в Україні як форма громадянської підтримки та спротиву під час повномасштабної війни» авторства Парфенюк І. [68]. У статті досліджено феномен ТікТок-активізму в Україні як однієї з форм громадянської підтримки та спротиву, що виникла в умовах повномасштабної війни, спричиненої російським вторгненням 24 лютого 2022 р. Наступною нас буде цікавити робота проведена центром досліджень Spravdi під назвою «Використання ТікТок для зловмисного впливу на українську аудиторію» [25]. Також важливо згадати й про раніше згадану нами ГО «Інститут масової інформації», яка у 2025 році провела дослідження «Тікток під виглядом новин про Україну просуває російську пропаганду та фейки – дослідження ІМІ» [141]. Одним із провідних дослідників у цій сфері є британський політолог і медіааналітик Пітер Померанцев, автор праць «Nothing Is True and Everything Is Possible» та

«ThisIsNotPropaganda»[178; 179]. Він розглядав російську інформаційну політику як форму «постмодерної диктатури», що використовує соціальні мережі для створення альтернативної реальності, розмивання меж між правдою і брехнею та підриву довіри до демократичних інститутів. Подібних поглядів дотримується Бен Німмо, який системно досліджує структуру та координацію російських бот-мереж у Twitter, Facebook і TikTok [177].

Слід зазначити, що у попередніх дослідженнях соцмереж не було розглянуто тем, що корелюють із темою дослідження. Наративи «Україна-Північна Корея/ парагвайська диктатура», а також пов'язаність цієї теми із антимобілізаційними та антиукраїнськими наративами є авторською темою, вперше розробленою авторкою магістерського дослідження. Зокрема у роботах «Образи Північної Кореї та Парагвайської диктатури в антиукраїнських наративах»; «Північна Корея, Парагвай та антиукраїнська пропаганда в інформаційному протистоянні»; «Інформаційні технології маніпуляції на платформі «Х» проти України»; «Від Євромайдану до соцмереж: як кремлівська пропаганда використовує термін «каструлеголові» в інформаційній війні»; «актуалізація наративуукраїна-північна корея в українському політичному дискурсі», було розроблено та уточнено кореляцію цих наративів із їхньою поширеністю в українському інфопросторі [62; 63; 64; 65; 66].

За результатами розгляду враховуючи попередню українську та зарубіжну наукову базу, щодо використання соцмереж як інструменту пропаганди, було виділено основні тенденції поширення пропаганди у них. Результати аналізу дослідницької бази, показали що попередніх комплексних досліджень присвячених поширенню в соцмережах порівняння України з Північною Кореєю та історичною диктатурою Франциско Лопеса не було. Отже, в наукових розвідках ця тема буде вперше розглянута в магістерській роботі.

1.3.Методологія дослідження

В усіх емпіричних розділах (2-3) було використано підходи та методи для дослідження. До підходів, що було використано належать аналітико-описовий

та порівняльний підходи, кейс-стаді, дискурс-аналіз, а також цифрова етнографія, які визначили загальну логіку та рамку дослідження. Щодо методів, то використовувалися контент-аналіз, методи OSINT, а також мережевий, візуальний і кількісний аналізи. Слід також зазначити, що інструментарієм для проведення дослідження соцмереж також стала низка цифрових інструментів, серед яких слід відзначити наступні: цифрові бібліотеки Google Scholar та Research Gate для пошуку наукової бази дослідження; засіб зовнішнього інтерфейсу Nitter, що було використано для обходу заборони соцмережі X (колишній Twitter) щодо зберігання посилань; служба веб-архівування Internet Archive, а саме інструментарій Web-архіву, що був використаний для зберігання та опрацювання посилань на російські джерела та видалені з платформ TikTok та X акаунтів; останнім інструментом був використаний лічильник підписників Countik.

По-перше, у дослідженні застосовано якісний контент-аналіз, спрямований на виявлення ключових меседжів, риторичних стратегій у публікаціях обраних акаунтів у соцмережах Twitter (X) та TikTok. Особливу увагу приділено способам побудови наративів, практикам узагальнення та персоналізації політичної відповідальності.

По-друге, аналітико-описовий підхід дав змогу глибоко проаналізувати процеси трансформації соціальної мережі «X» (раніше Twitter) після її придбання Ілоном Маском у 2022 році та простежити наслідки цих змін для поширення дезінформації, антиукраїнських наративів і загальної стабільності інформаційного простору. У випадку наступної соцмережі TikTok, даний підхід допоміг виявити ключові наративи та особистості (блогери), що займалися поширення антиукраїнської пропаганди на платформі.

По-третє, було використано елементи порівняльного аналізу, що передбачають зіставлення політик Twitter до та після зміни власника, а також співвіднесення їх із регуляторними вимогами Європейського Союзу, зокрема із «Законом про цифрові послуги» (Digital Services Act) та «Кодексом практик щодо боротьби з дезінформацією». Щодо платформи Тік-Ток даний аналіз надав

змогу розглянути наративи, що поширювалися на платформі після початку повномасштабного вторгнення у період 2022-2023 рр. та сучасний період 2024-2025 рр. По-четверте, також було застосовано метод кейс-стаді, який дозволив дослідити акаунти блогерів у соцмережах X (Twitter) та TikTok, у розділі 2-3. Даний піхід, дозволив дослідити та виділити наративи, що поширюються на платформах після 2022 р.

По-п'яте, за допомогою дискурс-аналізу, було досліджено пропагандистські наративи «Україна-Північна Корея», «Зеленський-Лопес», які сформували уявлення про «корейський» та «парагвайський» сценарії в контексті делегітимації української влади. Аналіз охоплює виявлення доосновних смислових конструкцій, типових емоційно забарвлених формулювань і маніпулятивних технік, що дозволяє простежити механізми поширення даних меседжів на платформах соцмереж. По-шосте, використовуючи елементи цифрової етнографії, стало можливим спостереження за діяльністю бот-мереж та блогерів, які поширюють антиукраїнські наративи.

Паралельно було використано кількісний аналіз окремих характеристик активності акаунтів (періодичність постингу, взаємодії, повторюваність наративів). Додатково застосовано мережевий аналіз у частині дослідження взаємодій у межах групи «Горлівський комп'ютерний клуб», що дозволило виявити ознаки координації та централізованого розповсюдження меседжів. Комплексне поєднання цих методів забезпечило можливість виявити як структурні, так і семантичні риси інформаційної кампанії, зокрема механізми поширення наративів, їхню динаміку та рівень взаємозв'язку між учасниками мережевих структур.

Важливе місце посідає візуальний аналіз, спрямований на дослідження відео та фото матеріалів (діпфейки, ШІ згенерований контент, виступи політичних діячів), музичних трендів, що були поширенню та формування пропагандистського контенту. Застосування OSINT-підходу забезпечило систематичний збір і перевірку інформації з відкритих джерел, зокрема

матеріалів медіарозслідувачів і даних з платформ TikTok та Twitter, що уможлиблює виявлення мережових структур фейкових акаунтів, їхньої поведінки та ознак координації.



РОЗДІЛ 2

МІКРО-, МАКРОІНФЛЮЕНСЕРИ ТА ПРОРОСІЙСЬКІ БОТ-МЕРЕЖІ X: ТАКТИКИ ПОШИРЕННЯ, ЕВОЛЮЦІЯ НАРАТИВІВ ТА РОЛЬ У ГІБРИДНІЙ ВІЙНІ ПРОТИ УКРАЇНИ

2.1. Трансформація Twitter у X: вплив на поширення російської пропаганди в контексті гібридної війни

З початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України у лютому 2022 року, питання використання соціальних мереж як інструменту поширення дезінформації та пропаганди стало ще більш актуальним. Російська пропаганда, користуючись різними платформами (X, TikTok, Instagram) має на меті впливати на громадську думку, формувати антиукраїнські політичні наративи та підривати довіру населення до інституту влади як такого. Особливо актуальним стало питання трансформації політик модерації контенту та алгоритмічних механізмів платформ, які значно впливають на масштаб і характер інформаційних кампаній. Важливим прикладом є зміни, що відбулися після придбання Ілоном Маском соціальної мережі Twitter у 2022 році та її ребрендингу у «X» [172]. Відповідно до дослідження проведеного українським істориком К.І. Мелекесцевим, англomовна аудиторія, що споживає інформацію через соцмережу X (Twitter) є більш вразливою до поширеної дезінформації, щодо війни на території України, тому зміни в політиці кампанії тільки збільшили випадки поширення антиукраїнської пропаганди на платформі [51].

Разом із придбанням соцмережі, вона була виключена з Нью-Йоркської фондової біржі. Даний крок надав новому власнику повний контроль над активами компанії, дозволивши йому вносити зміни без будь-яких рад директорів або втручання акціонерів. Згідно з публікацією від «Businessinsider», співробітники оригінального Twitter втратили доступ до своїх облікових записів електронної пошти та систем компанії [180]. У тому ж 2022 році, Маск висунув співробітникам, що залишилися, ультиматум: «...працювати

з «надзвичайно хардкорною» швидкістю для створення «Twitter 2.0» або звільнитися» [154; 160]. У тому ж 2022, Маск написав у X, що: «...система панів і селян у Twitter щодо того, хто має або не має синю галочку, є нісенітницею.... Синій за 8 доларів на місяць» [162]. Дане рішення призвело до хвилі імітацій громадських діячів і брендів. Деякі користувачі не могли відрізнити, чи це офіційний акаунт, що належить публічним особам, брендам чи імітаторам. Як зазначають українські дослідники, питання верифікації акаунтів у X до купівлі його Ілоном Маском, вирішувалося шляхом надання даних про те чи цей профіль веде та чи інша зірка, політик чи кампанія [51; 171]

Як зазначають «Суспільні Новини», посилаючись на дослідження проведене Єврокомісією з питання розповсюдження інформації на території зони Євросоюзу, у 2022 році, було підписано «Закон про цифрові послуги» (Digital Service Act, DSA) [71;181]. Даний закон, запропонований Урсулою Фон Дерляйн у 2019 році за-для покращення «директиви про електронну комерцію 2000 р.», покликаний сприяти зменшенню поширення дезінформації та нелегального контенту на різних платформах [198]. В основному даний закон, має на меті не лише зменшити потік дезінформації та нелегального контенту в соцмережах, а й зменшити кількість цифрового тероризму та найголовніше применшити вплив цих платформ на виборчий процес у Європі [20]. У 2024-2025 році, почалося розслідування за фактом поширення дезінформації та проведення піар компанії від російських бот мереж для поширення реклами проросійських партій та кандидатів в президенти в Молдові та Румунії [176]. У випадку нашого дослідження нас буде цікавити та частина, де це стосується двох соцмереж X та TikTok. Тому, Ілон Маск відмовився виконувати постанови цього закону, тому уже протягом двох років ЄС закликає закрити доступ до програми у межах Європи [164]. Головною проблемою для ЄС стало не виконання соцмережею, трьох підпунктів, а саме питання «верифікації акаунтів» на платформі, серед яких стоїть питання запровадження доступного TwitterBlue; не дотримання вимог щодо прозорості реклами; не можливість доступу до соцмережі без акаунту та доступу до старих профілів та їх публікацій, адже із скороченням

витрат кампанії на «хмарні сховища», старі «Твіти» стали не доступними та були знищені для заощадження місця у ньому [193] . У випадку першого питання, дана ситуація виникла через те, що з продажом Twitter можливість для мікро-, макроінфлюенсерів і бот-мереж закупити цю щомісячну підписку Twitter Blue, стало набагато легше. Цим створюючи можливість для новостворених акаунтів з'являтися у стрічці рекомендацій «для вас», надаючи їм змогу стати в один ряд із авторитетними ЗМІ [51]. Також у 2023 році Маск оголосив, що лише облікові записи з Twitter Blue отримують можливість брати участь в опитуваннях у соцмережі, а також з'являтися серед рекомендацій для користувачів тобто у попередньо згаданій стрічці «для вас» [51;147;157; 165]

Також у 2023 році, було опубліковано «Акт про цифрові послуги: застосування рамки управління ризиками до російських дезінформаційних кампаній», що аналізує масштаби й наслідки дезінформаційних кампаній у соціальних мережах, акцентує увагу на огляді меседжів у перший рік повномасштабної агресії Росії проти України [198]. Кремлівські інформаційні кампанії охопили щонайменше 165 мільйонів користувачів на різних платформах, включаючи X [198]. Це стало можливим завдяки слабкій реакції платформ, а подекуди й свідомому зниженню стандартів безпеки, як у випадку з Twitter після зміни його політики. Особливої уваги акт надає тому, що дезінформаційні кампанії Кремля не є випадковими чи хаотичними вони становлять невід'ємну частину загальної військової стратегії Росії. У центрі таких кампаній лежить подвійна тактика: з одного боку, приховування реальності війни, з іншого- поширення вигідних Кремлю міфів, зокрема про «боротьбу з нацизмом». Дослідження підкреслює, що масштаби ризиків для ЄС надзвичайно серйозні. Прокремлівські мережі створюють загрозу не лише для свободи слова та права громадян на достовірну інформацію, але й для виборчого процесу, зокрема напередодні виборів до Європарламенту 2024 року, де проросійські кандидати були широко рекламовані на платформах X та TikTok [198].

За заявами BBC у 2022 році, після можливості за 8 доларів на місяць купити верифікацію, на платформі почали з'являтися фейкові акаунти брендів, таких як Apple та Nintendo, а також облікові записи, які видавали себе за політиків та CEO різних компаній, таких як глава Meta Марк Цукерберг, нинішній і колишні президенти США Джо Байден, Дональд Трамп і Джордж Буш-молодший, а також колишній прем'єр-міністр Великої Британії Тоні Блер [159]. Найбільш дивним серед даних фейкових акаунтів став «офіційний акаунт» Адольфа Гітлера у X [173]. У випадку нашого дослідження, нас буде цікавити нещодавньо створенні бот-акаунти або облікові записи мікро-, макроінфлюєсерів, які по-перше, купили Twitter Blue, і по-друге, є поширеними серед інших акаунтів з цією верифікацією. До прикладу обліковий запис «Мирослав Олешка», який виступає найбільш поширюваним акаунтом серед так званих «корейчиків» та «парагвайчиків» на платформі X.

Протягом 2022 року та у першій половині 2023 року, аудиторія та охоплення акаунтів у соціальних мережах, орієнтованих на Кремль, значно зросли по всій Європі, зокрема через послаблення стандартів безпеки X (раніше Twitter). У 2023 році з X було вилучено «добровільний кодекс поведінки для боротьби з дезінформацією». Тобто, платформа більше не маркує контрольовані державою ЗМІ та пропагандистські агентства, а також більше не заборонятиме автоматичне просування або рекомендацію їхнього контенту користувачам [193]. Ці зміни посилили здатність Кремля, використовувати американську платформу для поширення дезінформації щодо подій на території України. До прикладу, новим користувачам платформи, при створенні акаунту пропонується стартова підписка на ряд американських акаунтів таких як «Ілон Маск» «Дональд Трамп» «The White House», що мають так звані Twitter Blue підписки та російські акаунти серед яких є донедавна заблокований акаунт «Russia Today» [3;2; 9;195].

У вищезгаданому звіті зазначається, що соцмережа X мала найбільшу кількість російської дезінформації серед основних платформ соціальних мереж [163]. Згідно з поданою інформацією від Єврокомісії, було вивчено 6 000

дописів з Іспанії, Словаччини та Польщі, зроблених на різних платформах соціальних мереж, включаючи «X». Після публікації даного звіту, віцепрезидент Європейської комісії Віра Юрова назвала X платформою з найбільшим співвідношенням дезінформації, зазначивши: «...Це багатомільйонна зброя масового маніпулювання,...проти європейців та решти світу» [163;159]. Тому, як було вже згадано раніше, Маск зіткнувся з критикою через поширення російської пропаганди на X, а в окремому звіті Європейської комісії було встановлено, що зміни, внесені до політики безпеки сайту, допомогли поширити неправдиву інформацію про війну в Україні [163]. В травні 2024 року X було виведено із кодексу практики ЄС щодо дезінформації, добровільної угоди, підписаної Google, Meta, Microsoft і TikTok [161].

За даними видання AssociatedPress за 2024 рік, з початку спрощеного отримання Twitter Blue, облікові записи російських державних ЗМІ зараз набирають на 33% більше переглядів, до того, як були внесені зміни, згідно з висновками, опублікованими в лондонською некомерційною організацією Reset, поширення пропаганди [155]. Після введення зміни, щодо Twitter Blue, багато облікових записів російських ЗМІ отримали нових підписників побачили. RT Arabic, один з найпопулярніших пропагандистських акаунтів Росії в Twitter, отримав більше ніж 5 млн. нових підписників після цього впровадження змін [185]. Збільшення виходить більш ніж на 125 000 додаткових переглядів на пост. Ці дописи включали ті, в яких йшлося про те, що ЦРУ має якесь відношення до атак на США 11 вересня 2001 року, що українські лідери привласнюють іноземну допомогу своїй країні, що виправдовують вторгнення Росії в Україну [168].

Аналіз трансформацій соціальної мережі «X» (раніше Twitter) після її придбання Ілоном Маском у 2022 році дозволяє дійти висновку, що зміни у внутрішній політиці платформи мали глибокий і багатовимірний вплив на інформаційний простір, створивши нові виклики для боротьби з дезінформацією та гібридними інформаційними кампаніями. Зняття раніше встановлених стандартів модерації, скорочення персоналу, відповідального за

перевірку контенту, та запровадження платної системи верифікації акантів, усе це призвело до створення сприятливих умов для активізації прокремлівських мереж, мікро- та макроінфлюенсерів, а також бот-акаунтів. Як показують дані незалежних досліджень та звітів Європейської комісії, такі зміни значно збільшили охоплення антиукраїнських та конспірологічних наративів, що стало особливо помітним у 2022–2023 роках.

Особливу увагу слід звернути на те, що верифікація акаунтів за грошову плату створила новий механізм легітимізації облікових записів, що дозволяє зростати впливу акаунтів, які раніше могли залишатися маргіналізованими або легко ідентифікованими як фейкові. Цей механізм, поряд із змінами в алгоритмах рекомендацій, значно підвищив можливості новостворених акаунтів потрапляти до стрічки користувачів, фактично надаючи їм рівень авторитетності на рівні із відомими брендами та медіа. Як свідчить практика, це створило ефективне поле для поширення маніпулятивних меседжів, зокрема тих, що виправдовують військову агресію Росії або дискредитують Україну. Важливо підкреслити, що відмова платформи «X» виконувати положення «Закону про цифрові послуги» (Digital Services Act) ЄС стала серйозним викликом для регуляторів. Зокрема, невиконання вимог щодо прозорості реклами, маркування державних пропагандистських ресурсів та забезпечення доступу до архівів створили додаткові ризики для інформаційної безпеки Європейського Союзу. Враховуючи масштабність і системність використання платформи «X» у рамках прокремлівських інформаційних кампаній, можна зробити висновок, що зміни, запроваджені після 2022 року, істотно підсилюють ризики інформаційної війни в Європі. Це створює нагальну потребу у посиленні регуляторних механізмів, розробці міжнародних стандартів та інструментів контролю, що здатні гарантувати безпеку інформаційного середовища та захист демократичних процесів від маніпулятивного впливу.

2.2. Конструювання наративів «Україна- Північна Корея» й «Україна- Парагвай» у російській дезінформації

У сучасному інформаційному просторі соціальні мережі стали одним із ключових інструментів формування суспільної думки та проведення гібридних інформаційних операцій. Особливо важливу роль у цьому відіграють платформи глобального масштабу, зокрема американська соціальна мережа X (колишній Twitter) Ілона Маска, яка забезпечує швидке розповсюдження меседжів та створює нові можливості для формування інфополя у міжнародному вимірі. Саме через цю платформу у 2023–2025 роках активно просуваються наративи прокремлівської пропаганди, що отримали назви «Україна — Північна Корея» та «Україна — Парагвай». Розуміння логіки використання цієї новітньої пропагандистської парадигми неможливе без аналізу контексту виникнення даних аналогій.

Відомо, що у 2023 році низка проросійських медіа та блогерів розробили та активно поширювали концепцію так званих «корейського» та «парагвайського» сценаріїв як нібито єдиних моделей завершення фази повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Ці наративи були ретрансльовані численними акаунтами, що діють у межах бот-мереж, а також окремими інфлюенсерами, що в значній мірі впливали на формування суспільного сприйняття війни. Щоб здійснити глибинний аналіз тенденцій діяльності таких мереж та ключових учасників інформаційної кампанії, необхідно відповісти на два базових запитання: «Хто такі «корейчики» та «парагвайчики»?» та «Які меседжі ці акаунти поширюють?». Саме цьому буде присвячено наступний розділ.

У 2023 році московськими журналістами було розроблено пропагандистську кампанію про можливість для українського майбутнього завершити фазу повномасштабного вторгнення через корейський чи парагвайські сценарії [69]. Тому давайте розпочнемо наш огляд із парадигми так званої парагвайської війни та до чого тут російсько українська війна. По-перше, використання парагвайського сценарію як явища російської пропаганди,

з'явилося у 2023 році у низці публікацій зроблених російськими ЗМІ та блогерами в тому числі колишнім радником ОП О. Арестовичем [69]. Відповідно до російського новинного сайту «politforums.net», Зеленський нібито говорячи про любов до українців та цінність їхнього життя, робить усе можливе, щоб обезлюднити країну та покласти край існуванню держави [45]. Наступним в цій статті йде критика рішення відкинути фінський та корейські сценарії завершення війни, що були і є нібито вигідними умовами для України. «...Все це свідчить про те, що Зеленський – нездатний і владолюбний лицемір-диктатор, який збирається боротися до останнього українця». Як можна побачити з цього уривку, у проросійських джерелах вибудовується наратив, що Зеленський диктатор, який прагне повновладдя нібито свідомо відкидає будь-які альтернативні варіанти завершення війни, цим самим заставляючи народ воювати «до останнього українця» [45]. Також, такий підхід дозволяє російській пропаганді створювати хибне враження, що Україна нібито свідомо відмовляється від шансів на мир, керуючись не національними інтересами, а особистими амбіціями президента. Далі в цій же статті надається доволі контroversійна інформація, про так звану «Парагвайську війну», що розпочалася 160 років тому в Південній Америці. Тоді альянс Бразилії, Аргентини та Уругваю розв'язав жакливу війну проти Парагваю. Від 70 до 90% всього дорослого чоловічого населення було винищено в наслідок війни [45]. Надаючи інформацію про війну диктатора Франциско Лопеса, автор вище згаданої статті проводить й паралель з Україною та «режимом Зеленського», який як і парагвайський диктатор не думає про простих людей та веде їх на вірну смерть.

Наступною публікацією, присвяченою тематиці «парагвайського сценарію», є стаття на сайті drivedrom.ru під назвою «Зеленському підходить тільки «Парагвайський» сценарій завершення війни» [46]. У матеріалі подається більш конкретизоване пояснення того, що для України може означати реалізація подібного сценарію. Автори зазначають, що йдеться нібито про досягнення миру та припинення бойових дій, що дозволить уникнути подальших руйнувань

і загибелі мирних жителів. Водночас у тексті статті з'являється новий вектор критики української влади, який поглиблює вже усталені пропагандистські меседжі. Йдеться про створення конспірологічної теорії, згідно з якою укладення миру як за «корейським», так і за «парагвайським» сценарієм, нібито є не вигідним не лише самому «узурпатору Зеленському», але й його найближчому оточенню, зокрема «ідейному натхненнику» Андрію Єрмаку [46].

Як було уже згадано раніше, у 2024 році Олексій Арестович, колишній радник ОП, заявив, що Захід нібито не готовий до війни з Росією, у той час як в Україні війна буде тривати «до останнього українця» [146]. Також він на своєму YouTube каналі, записав відео з інформацією про те, що «...у 19 столітті в Парагваї була війна, ...але в них не стало 70% чоловічого населення. Була знищена промисловість і вони навіть запроваджували багатожонство...» [146]. Відразу після виходу цього матеріалу, російське ЗМІ tss.su випустила статтю про так звану «Операцію «Депопуляцію»». У статті наголошується, що у 2014 році на підконтрольній російській владі території невизнаних ДНР та ЛНР проживало 2,5 млн. та 1 млн. відповідно [146]. Станом на 24 лютого 2022 року українців налічувалося 37,6 млн. [146]. Порівнюючи втрати українського населення з окупацією територій, автори статті переходять до огляду «парагвайського сценарію» та «багатожонства». Також дане видання пише, що Парагвайська віна закінчилася втратою 70% дорослого чоловічого населення, через безперервні хвилі мобілізації, що нібито є схожим до ситуації в Україні, апелюючи до даних про зменшення населення в Україні. У цій статті апелюють до статистичних показників та історичних аналогій, але маніпулятивна суть наративу полягає не стільки в нібито точності фактів, скільки в їх інтерпретації, адже демографічна динаміка виставляється як доказ «зловмисного плану» влади, а подекуди й як обґрунтування тез про нібито підготовку «парагвайського сценарію».

У травні 2025 року на платформі Rutube, що виступає аналогом американської програми YouTube, канал «Царьград» опублікував відео сюжет під назвою «Країна-зомбі: Україна йде в мінус без повернення» (ефір від 19

травня 2025 року) [133]. У програмі «Без цензури», що була опублікована в цьому відео матеріалі, ведучий Нікіта Комаров прямо називає «парагвайський сценарій» базовим підсумком так званої «спеціальної воєнної операції». Згідно з поданою у сюжеті інтерпретацією, війна Парагваю проти коаліції Бразилії, Аргентини та Уругваю призвела до знищення до 70% дорослого чоловічого населення країни та втрати значних територій. Ця історична аналогія використовується як рамка для опису сучасних подій в Україні. Автори сюжету наголошують, що нібито «все йде до того», що поруч із «парагвайським» з'явиться і новий термін — «український сценарій», який означатиме ще більш руйнівні наслідки, аніж у випадку Парагваю [133].

У газеті «Взгляд», було видано матеріал, який також містить згадку про так званий «парагвайський сценарій» [69]. Автор статті наголошує на тому, що Зеленський ніби то діє так само, як і «парагвайський фюрер», знищуючи свій народ у війні. Також слід зазначити, що схожа стаття у тому ж 2023 році, була опублікована на сайті «Украина.ру». Де розглядається парадигма Зеленський = Франциско Лопес [67]. Для поширення наративу «Парагвайського сценарію» активно залучаються й окремі українські блогери, що несвідомо або свідомо виконують роль політичних агітаторів [67]. Яскравим прикладом є кейс 2024 року, пов'язаний із блогеркою з Дніпра В. Роговенко - учасницею популярного українського ток-шоу «Від пацанки до панянки» [66]. Володіючи значною аудиторією у соцмережах Instagram та TikTok, Роговенко почала системно поширювати проросійський наратив про «Україну -Парагвай». Роговенко поширювала тезу, що поточний конфлікт між Україною та Росією нагадує трагічні події Парагвайської війни ХХ століття, коли країна втратила величезну частину свого населення та зазнала катастрофічних руйнувань. Цей приклад демонструє один із ключових механізмів гібридної війни-використання інформаційних каналів та впливових інфлюенсерів для масового поширення проросійських наративів. Блогери у цьому контексті виконують роль неформальних носіїв пропаганди, здатних обходити класичні медіа-фільтри та впливати на суспільну думку через особистісний контакт зі своєю аудиторією.

Продовжуючи аналіз формування пропагандистської парадигми користувачів, відомих як «корейчики», варто розглянути приклад діяльності російських медіа, зокрема інтернет-ресурсу «Останній Бастіон». До 2022 року цей сайт активно позиціонував себе як незалежне новинне джерело, що поширювало інформацію через різні медійні платформи, зокрема на порталі UKR.NET. Останні публікації «Останнього Бастіону» на цьому ресурсі датувалися 19 травня 2022 року [44;60]. Після початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну у лютому 2022 року «Останній Бастіон» змінив свою інформаційну стратегію та зайняв відкрито проросійську позицію. З того часу він почав регулярно публікувати антиукраїнські матеріали, які активно формують і підтримують відповідні наративи. Зокрема, у своїх публікаціях ресурс вдавався до образливих та принизливих висловлювань на адресу української, називаючи Володимира Зеленського «простроченим» та «диктатором» [32;127;34;145;50].

Одним із ключових прикладів подібного підходу до формування інформаційних наративів стала публікація 2023 року під заголовком «ЗеКритий кордон: Україна перетворилася на Північну Корею»: «...Тактика команди пройдисвітів і крадіїв із Банкової проста: знекровити тил. Усе, щоби російська окупація не здавалася українцям страшною.... Кордони закриті були лише в Північній Кореї, Східній Німеччині, ССРСР та... в Україні за часів Володимира Зеленського...» [44]. Цей матеріал став яскравим прикладом системної роботи проросійських медіа, спрямованої на дискредитацію чинної української влади та створення образу беззаконності на території України за-для поширення цих наративів в україно- та російськомовні інфопростори. Висунуті в цій статті тези, формують картину нібито існування тоталітарного режиму в Україні, подібного до сучасного режиму Кім Чен Ина у Північній Кореї. Також у 2025 році на сайті видання Газета.ru було опубліковано матеріал, в якому наведено заяву депутата від партії «Європейська Солідарність» Олексія Гончаренка з трибуни Верховної Ради України [45]. Гончаренко зазначив, що нинішній керівник держави нібито прагне встановити режим, подібний до тоталітарного

устрою Північної Кореї, назвавши Зеленського «Кім Чен Зе» [45]. Використання імені «Кім Чен Зе» є прямим запозиченням із пропагандистського дискурсу, який апелює до прикладу Північної Кореї, щоб викликати асоціації з авторитаризмом, репресіями та повною відсутністю свободи.

Аналіз представлених матеріалів підтверджує, що концепти «Парагвайського» та «Корейського» сценаріїв є складовими масштабної інформаційної операції, спрямованої на формування негативного образу України та її керівництва в інформаційному просторі в цілому. Пропагандистські наративи, поширені російськими медіа, блогерами та окремими політичними фігурами, мають чітку системну структуру: вони апелюють до емоційних страхів, створюють історичні паралелі та персоніфікують відповідальність, щоб дискредитувати українську владу та підірвати внутрішню й міжнародну довіру до неї. У випадку «Парагвайського сценарію» використовується алюзія на трагічні події Парагвайської війни XIX століття як метафора нібито безглузлого й катастрофічного втягнення українського народу у війну, що веде до масштабних людських втрат. Це створює образ України як держави, яка свідомо жертвує своїм населенням заради власних інтересів влади. Водночас у матеріалах про «Корейський сценарій» формується конструйована аналогія з сучасною Північною Кореєю, що репрезентує Україну як ізольовану, тоталітарну державу, в якій централізація влади та придушення свободи є нормою. Такі тези посилюються персоніфікаціями («Зеленський — Лопес», «Кім Чен Зе») та конспірологічними елементами, що переводить дискурс із політичної критики у площину створення образу ворога й виправдання агресії.

2.3. Аналіз діяльності мікро- й макроінфлюєсерів та бот-мереж в соцмережі X

У дослідженні було проведено вибірку акаунтів у соцмережі X (Twitter), які систематично поширюють антиукраїнські меседжі, пов'язані з критикою мобілізаційної політики, делегітимацією президента України та дискредитацією

ЗСУ та ТЦК. Вибірка ґрунтувалася на кількох ключових ознаках: тематичній спрямованості, активності та регулярності публікацій, мережових зв'язках, а також стилістичній різноманітності контенту. До аналізу увійшли як мікроінфлюенсери на кшталт акаунта Wenden, «Жаба з ГУР» та члени групи «Горлівський комп'ютерний клуб», так й акаунт макроінфлюенсера Мирослава Олешки. Формування даної вибірки, дозволяє простежити різні комунікативні тактики, від імітації «громадської думки» до масового поширення мемів і пропагандистських кліше. Важливою підставою для відбору стало й те, що ці акаунти демонструють високу динаміку публікацій схожих меседжів і значний рівень взаємодії між собою, а також є представниками бот-мережі «корейчики» та «парагвайчики».

Переходячи до огляду безпосередньо самих мікро та макроінфлюенсерів, першим буде досліджено акаунт Wenden [10]. Даний обліковий запис, був створений у травні 2011 року, й лише цього року отримав платну підписку Twitter Blue. Акаунт має 51 тис. постів, більшість яких охоплюють декілька тематик, такі як: по-перше, дискредитація Президента України та ОП; по-друге, систематична критика ЗСУ та зокрема ГУР; по-третє, поширення анти мобілізаційної риторики, через критику дій ТЦК; по-четверте, через порівняння української влади з «бандою, що втратила легітимність» [10].

Отже, давайте перейдемо до безпосередньо огляду, чотирьох публікацій даного акаунту, від найбільш раннього у 2023 році до останніх його «твіттів». Першою публікацією даного акаунту на тематику критики дій ТЦК є пост від 14 липня 2023 року [77].

Як це видно з рис. 2.3.1., у цьому «твітті», можна побачити наступну інформацію: «Співробітники ТЦК можуть бути хоть мільйон разів не праві але щоразу мають бути покарані відповідно до закону. Не дивлячись на форму та пагони....» [77].

Тобто, автор наголошує на тому, що представники територіальних центрів комплектування, що мають належність до військових структур та проводять

заходи оповіщення населення щодо мобілізації, на думку акаунту, повинні нести відповідальність за власні дії.

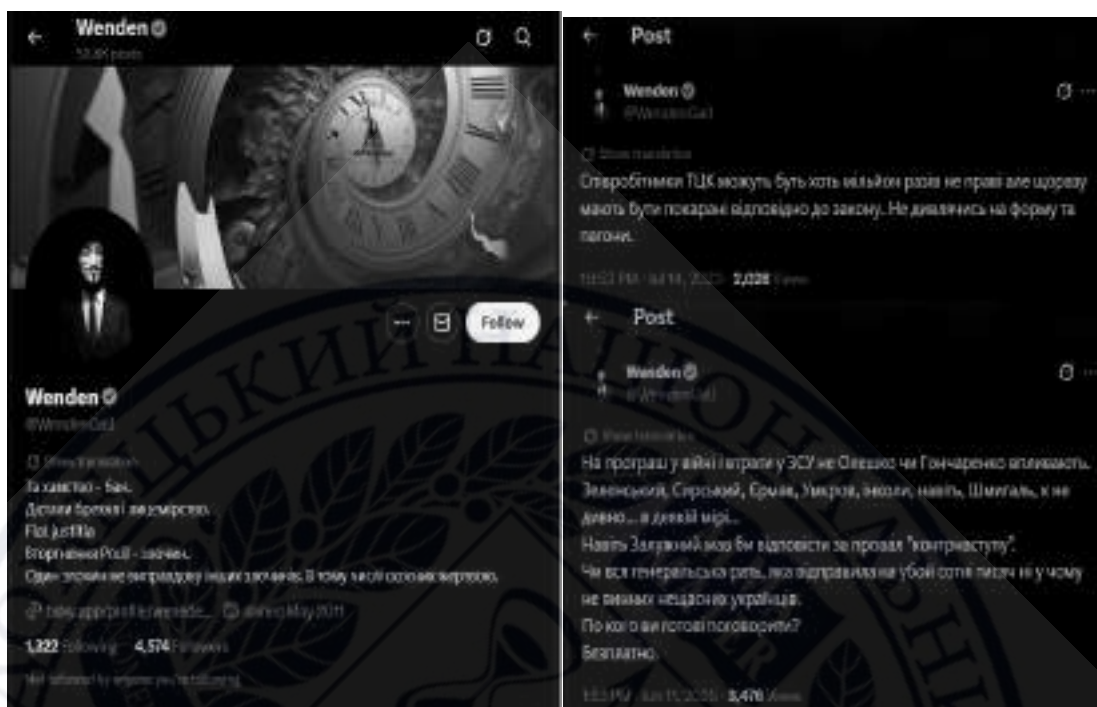


Рис. 2.3.1.Дописи акаунту Wenden [10; 75].

Дані висловлення у 2023 році, заклали основу для подальшого розвитку нарративу про нібито свавілля ТЦК. Саме з цього моменту простежується системна лінія критики, у якій діяльність ТЦК подається як така, що суперечить принципам законності та справедливості, а їхні представники зображуються як ті, хто зловживає владними повноваженнями.

Наступною групою публікацій будуть оглянуті твіти за період травень-вересень 2025 року, що зображені на рис. 2.3.2. Першим є датований за 30 травня та містить типову інформацію для цього акаунту у вигляді критики ТЦК. Як пише автор цього твіту:«...Кам'янець-Подільський. Близько сотні людей повстали проти садистів з #ТЦК Жорстоке насильство, свавілля і беззаконня солдат і офіцерів місцевого ТЦК...» [78].

Цей меседж має дві ключові особливості. По-перше, він створює образ локального протесту, у нашому випадку в Кам'янці Подільському, як масового народного спротиву проти беззаконня, пов'язаного з мобілізаційними заходами.

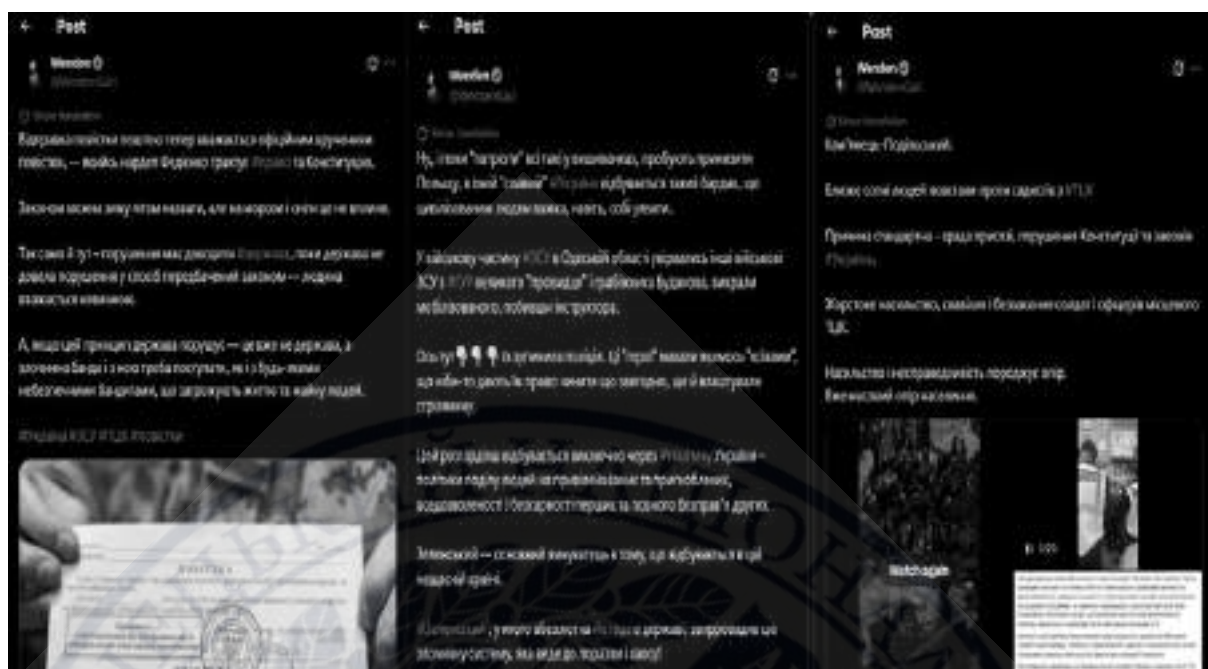


Рис. 2.3.2.Дописи акаунту Wenden [75; 76; 78].

По-друге, використання хештегу «#ТЦК» є свідомою тактикою для поширення контенту та формування тематичних дискусій у стрічках користувачів соцмереж, що значно підвищує видимість подібних повідомлень. Наступними твітами для вибірки про 2025 рік є за вересень, які містять в собі інформацію як і про нібито безправ'я громадян в Україні, так і про свавілля ТЦК та нардепа від партії «Слуга Народу» О. Федієнка. Відповідно до публікації слова нардепа про відправки повістки поштою є формуванням «злочинної банди» [75]. Останнім твітом з акаунту Wenden, нас буде цікавити той, що поширює думку про свавілля ТЦК, що відбувається на чолі з керівником ГУР- Крилом Будановим [76]. Автор описує інцидент нібито проникнення військових ЗСУ у військову частину, з викрадення мобілізованого й побиття інструктора подаючи його не як поодинокий випадок, а як симптом системної кризи влади Зеленського. У центрі даного наративу є критика різних прошарків української влади як і керівника ГУР Кирила Буданова, ЗСУ та президента України Володимира Зеленського. Отже публікації даного акаунту, вказують на системну інформаційну кампанію, спрямовану на підриг довіри до українських державних інституцій, зокрема до армії, мобілізаційної системи та

президента. Уже з 2023 року простежується початкова риторика, коли автор звертав увагу на діяльність ТЦК, акцентуючи на необхідності карати їхніх співробітників «незалежно від форми та погонів». У 2025 році, даний наратив був використаний для характеристики ширшої теми, а саме критик української влади взагалом.

Наступним акаунтом серед бот мережі «корейчики» та «парагвайчики» нас буде цікавити обліковий запис «Жаба з ГУР» [12]. На відміну від попередньо проаналізованого акаунту Wenden, «Жаба з ГУР» має нову позначку «пародійний акаунт», що надає змогу акаунтам під виглядом «пародій» поширювати дезінформацію на будь-яку тематику [200]. Дана функція позначати акаунти «пародійними» покликана для того щоб зменшити кількість фейкових акаунтів, але поширення пропаганди навіть із використанням цього лейблу все-одно відбувається. Все частіше ці профілі також мають платну підписку, що створило можливість виникнення ситуації при якій на платформі X існує декілька «офіційних» акаунтів Ілона Маска [3;4;5].

Повертаючись до огляду даного профілю «Жаба з ГУР», можна побачити, що більшість його постів є або критикою діяльності ТЦК та Володимира Зеленського, або постами з використанні ШІ технологій. Також цікавими є його діяльність у групі під назвою «Горлівський комп'ютерний клуб ім. Віталіка Овчаренка», що була створена 31 березня 2025 року, цим же ж акаунтом [33]. У неї входять 151 обліковий запис, більшість з яких є мікроінфлюенсерами та «корейчиками»/«парагвайчиками». Серед даних членів групи, потрібно відмітити наступні акаунти: «Потужнопереможець», «киллерсрайтингс - хроникидиктатуры», «Картманенко» [16;14;13]. Важливо зазначити, що «Горлівський комп'ютерний» було створено цілеспрямовано для проведення інформаційних атак на акаунт українського військового Віталія Овчаренка [11].

Щодо адміністратора групи, то він займається поширенням ШІ згенерованих відео та фото матеріалів. Серед яких є публікація за 8 вересня 2025 року, що зображена на рис. 2.3.3. У цьому пості, нібито декілька місячна дитина говорить наступна: «.....тікаю з країни, бо скоро з трьох років будуть

брати в армію...» [73]. Тобто, навіть в таких матеріалах, головною тематикою є свавілля української влади та нібито незаконна мобілізація [73; 74].

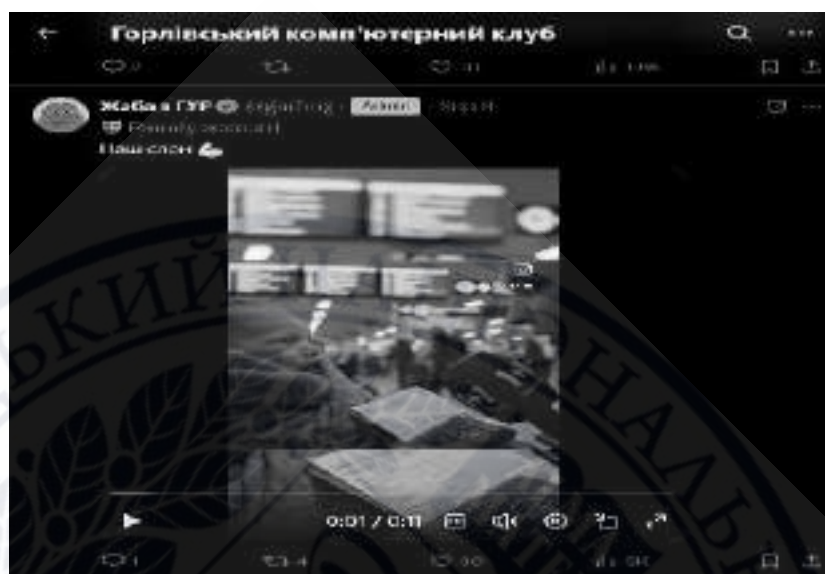


Рис. 2.3.3. Дописи аканту «Жаба з ГУР» в групі «Горлівський комп'ютерний клуб» [73].

Останнім до огляду буде залучено акаунт «Мирослав Олешко», що був створений у 2011 році та має платну підписку Twitter Blue. Тематика публікацій охоплює як перебіг російсько-української війни, так і внутрішньополітичні питання США, проте центральне місце займає дискредитація української влади. Значна частина контенту спрямована на формування образу «авторитарного режиму Зеленського», який, за риторикою автора, нібито несе відповідальність за «свавілля ТЦК», репресії проти опозиційних політиків та корупцію у вищих ешелонах влади [15;86;87]. Даний обліковий запис на відміну від інших оглянутих у цій роботі, не маючи прапорів Північної Кореї чи Парагваю у своєму акаунті, виступає основною ланкою в поширенні цієї парадигми, адже репости його твітів з'являються на сторінках усіх оглянутих попередньо акаунтів [79; 80; 81].

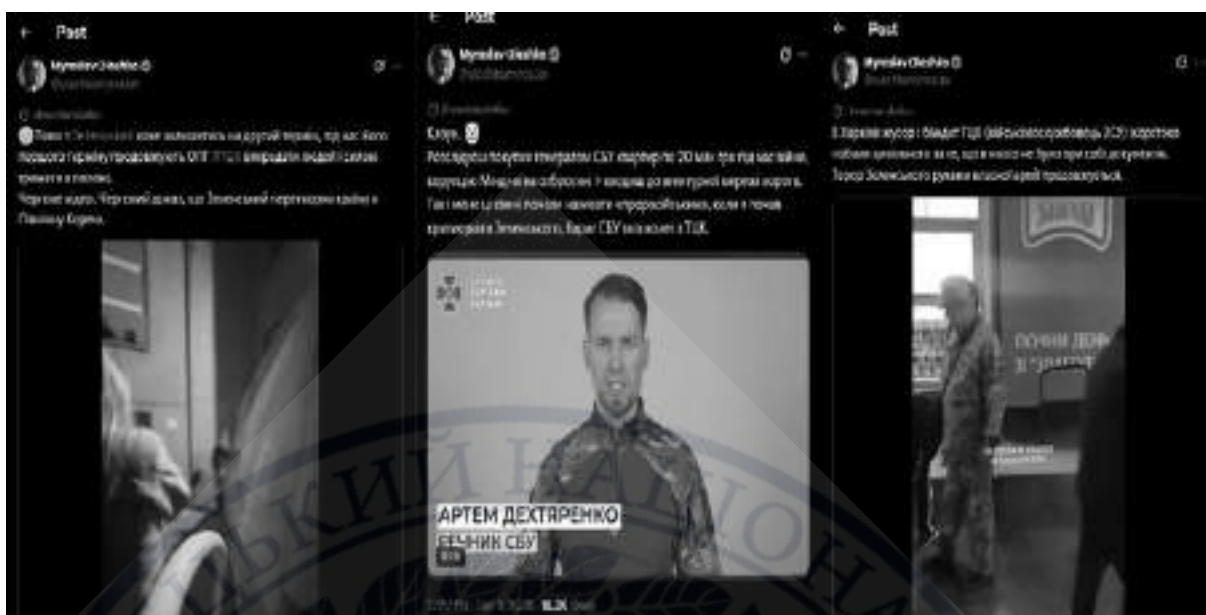


Рис. 2.3.4. Дописи акаунту М. Олешко [83; 84; 85].

Характерними для цього акаунту є пости, де армія та військові комісаріати описуються як «гестапо Зеленського», що тероризує цивільних, як це видно з рис. 2.3.4. Так, ще у жовтні 2023 року Олешко стверджував, що «ОПГ #ТЦК викрадають людей і силою тримають у полоні, перетворюючи країну на Північну Корею» [83]. У вересні 2025 року він опублікував низку повідомлень, у яких звинувачував СБУ та Міноборони у масштабній корупції, а також зображав військових як «бандитів», що б'ють цивільних. У дописі за 8 вересня 2025р., автор звинувачує керівництво СБУ та Міноборони у масштабній корупції [84].

Останнім твітом, який ми будемо оглядати, це публікація за 11 вересня 2025 року, де автор на пряму звинувачує дій військових та поліцейських. Як це видно з рис. 2.3.5., «...В Харкові мусор і бандит ТЦК...жорстоко побили цивільного за те, що в нього не було при собі документів. Терор Зеленського руками власної армії продовжується....», пише Мирослав Олешко [82]. Така подача інформації, має на меті не лише дискредитувати військові структури, але й персоніфікувати відповідальність на президента України, створюючи образ репресивної влади.

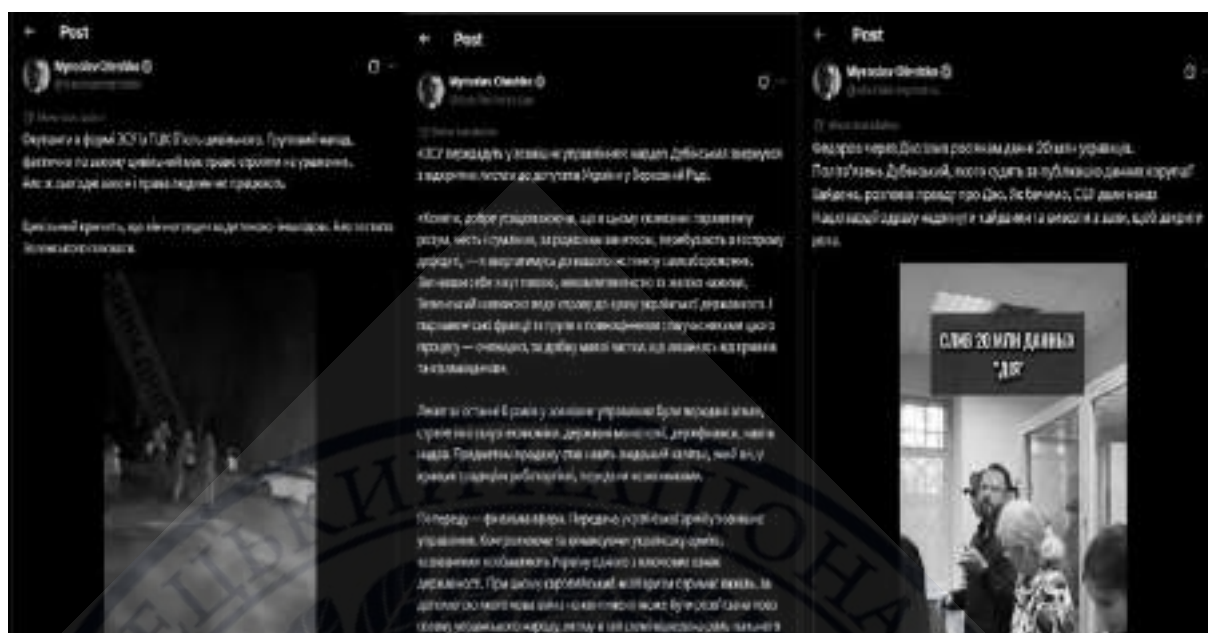


Рис. 2.3.5.Дописи аканту М. Олешко[82; 86; 87].

Аналіз вибірки акаунтів у соціальній мережі X (Twitter), які систематично поширюють антиукраїнські меседжі, свідчить про існування цілеспрямованої та скоординованої інформаційної кампанії, спрямованої на підрив легітимності української влади, делегітимацію мобілізаційної політики, дискредитацію Збройних сил України та територіальних центрів комплектування, а також персоналізацію відповідальності за кризові явища на президента України Володимира Зеленського. Досліджені акаунти, серед яких мікроінфлюенсери на кшталт Wenden та «Жаба з ГУР», учасники групи «Горлівський комп'ютерний клуб» та макроінфлюенсер Мирослав Олешко, діють як взаємопов'язані елементи цієї інформаційної операції, поширюючи схожі наративи та використовуючи різні інструменти впливу. Їхня активність вирізняється системністю та різноманітністю тактик, починаючи від акцентування на окремих випадках нібито свавілля ТЦК у 2023 році і закінчуючи формуванням ширших меседжів про «авторитарний режим Зеленського» у 2025 році. Такі матеріали побудовані за схемою, де поодинокий інцидент узагальнюється й перетворюється на доказ системних проблем держави, а відповідальність персоналізується через звинувачення конкретних осіб. Значну роль у цьому процесі відіграє свідоме використання соцмережових інструментів, зокрема

хештегів, що підвищують видимість контенту та створюють ілюзію широкого суспільного дискурсу.

Аналіз матеріалів трьох підрозділів дає змогу сформулювати цілісне уявлення про сучасні форми інформаційної війни, які веде Росія проти України у цифровому просторі, зокрема у соцмережі X. Дослідження показує, що ця інформаційна операція є продуманою, скоординованою та багаторівневою, що поєднує тематичну спрямованість, технології впливу та індивідуальні дії інфлюенсерів у єдиний стратегічний процес. Основою таких операцій є вироблення та поширення системних наративів, які впливають на суспільну свідомість і поступово формують стійкі уявлення про події в Україні, ставлення до влади та легітимність державних інституцій.

З одного боку, у вибраних прикладах чітко простежується стратегія створення трьох головних наративів: делегітимація мобілізаційної політики, формування образу української влади як «авторитарного режиму», та дискредитація Збройних Сил України як інструмента свавілля. Ці наративи формуються через повторення ключових меседжів, систематичну критику окремих інституцій, персоналізацію відповідальності та використання конкретних епізодів, які подаються як симптоми системної кризи. Такий підхід дозволяє перетворювати окремі події на складові ширшого сюжету, де держава постає як нестабільна, корумпована та нелегітимна структура, а влада як головний чинник руйнації.

З іншого боку, аналіз тактик бот-мереж та інфлюенсерів демонструє глибоку координацію в побудові інформаційних операцій. Бот-мережі «корейчики» та «парагвайчики» не просто репостять контент, вони формують мережу підтримки та масштабування, де ключові наративи постійно підсилюються і поширюються у вигляді текстів, мемів, відео та графічних матеріалів. При цьому важливим інструментом є використання спеціалізованих груп, хештегів, пародійних акаунтів та ШІ-згенерованих медіа, що дозволяє розширити охоплення аудиторії та замаскувати пропагандистський характер повідомлень. Це створює у користувачів соцмереж враження спонтанності та

незалежності інформації, хоча фактично йдеться про скоординовану операцію з метою маніпуляції суспільною думкою.

Приклади акаунтів Wenden, «Жаба з ГУР» та Мирослава Олешка демонструють різні ролі в такій системі. Wenden виступає як мікроінфлюенсер, що формує уявлення про масове громадське невдоволення, використовуючи персоналізовану критику та апеляцію до «злочинів» конкретних структур. «Жаба з ГУР» застосовує стратегію маскуванню, перетворюючи антиукраїнські повідомлення у форму гумору та пародії, що підвищує ймовірність їхнього сприйняття та поширення. Олешко, в свою чергу, виконує роль генератора центральних меседжів, які підхоплюються іншими акаунтами, створюючи ефект ланцюгової мобілізації інформації. Така взаємодія створює єдину систему, в якій кожен елемент підсилює інший, а вплив кампанії зростає експоненційно.

У підсумку, сучасна інформаційна війна Росії проти України в інтернет-просторі не є випадковим потоком дезінформації- це ретельно спроектована операція, де ключові наративи, технічні інструменти та мережеві структури взаємодіють у синергії. Вона має на меті не лише формувати певні уявлення про події, але й поступово змінювати емоційне та когнітивне поле суспільства, підривати довіру до державних інституцій та легітимність влади, створюючи передумови для стратегічних цілей агресора. Саме тому розуміння механізмів, інструментів та прикладів діяльності інфлюенсерів є критично важливим для розробки ефективних стратегій протидії сучасним формам гібридної війни. Окремо варто наголосити, що отримані результати можуть бути практично застосовані конкретними державними структурами: зокрема, Головним управлінням розвідки Міністерства оборони України (ГУР МОУ) для ідентифікації інформаційних операцій РФ та картографування каналів їх поширення; Службою безпеки України для виявлення координованих мереж впливу та розробки контрдезінформаційних заходів; Міністерством оборони України та підрозділами стратегічних комунікацій ЗСУ для опрацювання контрнاراتивів; Міністерством закордонних справ України для оперативного

реагування на фейкові міжнародні «скандали» та нейтралізації репутаційних ризиків; Центром протидії дезінформації при РНБО для моніторингу, верифікації й категоризації інформаційних атак; Національною радою з питань телебачення і радіомовлення для аналізу поширення проросійських антимобілізаційних меседжів. Таким чином, дослідження має не лише теоретичне, а й конкретне прикладне значення для широкого кола інституцій, що працюють у сфері захисту інформаційного суверенітету України.



РОЗДІЛ 3

ТІКТОК ЯК ІНСТРУМЕНТ ГІБРИДНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ВІЙНИ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ

3.1. TikTok як середовище формування та поширення антиукраїнських інформаційних наративів

TikTok створений у 2016 році китайською компанією ByteDance, спочатку позиціонувався як платформа для обміну короткими відео, музичними кліпами та творчими експериментами користувачів. Його алгоритмічна система рекомендацій, заснована на машинному навчанні, дозволила платформі швидко стати однією з найпопулярніших соціальних мереж у світі. Алгоритм TikTok будує індивідуалізовану стрічку «ForYou» на основі поведінки користувача, тобто переглядів, вподобайок, часу утримання уваги, що створює високий рівень залучення та ефект «інформаційної бульбашки». Після початку повномасштабного вторгнення РФ в Україну 2022 року, TikTok став одним із головних каналів для поширення емоційно насичених відео, що апелюють до страху, співчуття або недовіри до влади [190;151]. В основному блогери користуючись полярністю тієї чи іншої музики або беручи участь у так званих «челеджах» на платформі, поширюють в комедійному стилі кремлівську пропаганду. Використовуючи такі теги як «Ukraine», «Russia», «War», вони мають змогу охопити не лише користувачів із РФ, а й з України та світу в цілому. Окремо слід зазначити й те, що у ново створених акаунтів на території України, в стрічці «для тебе», з'являються як і відео про війну в Україні, так і московська інтерпретація подій [187]. Адже у 2022 році, після захоплення м. Маріуполь Донецької області, українцям рекомендували відеоматеріали з його нібито «покращенням» та «відновленням» [29]. Під час проведення нашого дослідження, було визначено, що станом на 2025 рік, РФ почала використовувати нову методику для поширення відеоматеріалів, а саме створення III POV (Point Of View) відео про життя в зруйнованому Маріуполі [28]. Основним темами, що поширюють промосковські канали на платформі

після 2022 року є, теорії змови спрямовані на зрив мобілізаційних зусиль в Україні таматеріали, що дискредитують українську владу.

Соціальна мережа TikTok є однією з найпопулярніших платформ у світі. У 2023 році кількість його активних користувачів перевищила 1,5 мільярда і продовжує зростати. За даними аналітичної компанії Kantar, станом на перше півріччя 2024 року TikTok користувалися не менше 9,4 млн дорослих українців (віком 18–55 років) [17]. Станом на 2025р., соцмережа знаходиться на шостому місці з показником щоденного користування в Україні [72]. Аналогічне дослідження, проведене мережею «ОПОРА», показало, що понад чверть дорослих українців використовують TikTok як джерело новин [40]. Згідно з аналітичним дослідженням проведеним «Brookings Institution», після 2022 року спостерігається різке зростання активності афілійованих із Кремлем акаунтів у TikTok, які систематично поширюють контент спрямований на легітимацію дій російської влади [191]. Згідно з дослідженням, особливістю діяльності цих акаунтів, є орієнтація не лише на російськомовну аудиторію, а й на користувачів із США, Латинської Америки та Європи. У 2024 році понад сорок акаунтів, пов'язаних із російськими державними ЗМІ, демонстрували регулярну активність, а рівень взаємодії з їхнім контентом суттєво перевищував аналогічні показники на платформах X чи Telegram [188].

21 лютого 2022 року за день до повномасштабного вторгнення РФ на територію України, Росія визнала ДНР та ЛНР незалежними республіками [125]. 22 лютого, дане рішення путінського режиму було ратифіковане Держдумою РФ. На наступний день, тобто 23 лютого 22 року, понад 1 000 російських тітокерів почали публікувати відео про Донбас. Згідно із московським Інтернет виданням «TJ Journal», закритим через рішення Роскомнадзору: «...на початку 2022 року у TikTok з'явився пропагандистський тренд під гаслом «Своїх не бросаємо», спрямований на демонстрацію «дружби» між Росією та окупованими територіями Донбасу». За даними видання користувачі масово публікували відео під трек «Брат за брата» репера L'One, використовуючи ефект дзеркала, де одна особа символізувала Росію, а інша

Донбас, або Донецьк чи Луганськ. Відеоматеріали супроводжувалися тегами «#Своих Не Бросаем», «#Мы Вместе» та «#Донбасс»[22]. Також у березні 2023 року агенція «MediaMatters» виявила понад 180 російських інфлюенсерів у TikTok, які займалися просуванням ідеї правильності вторгнення РФ та територію України [39]. Ця інформаційна кампанія використовувала старі теги «Життя росіян важливі» («RussianLivesMatter» або «#RLM»), що були створенні ще в 2020 році в розпал руху BlackLivesMatter. Як зазначається у дослідженні, аналіз відео, опублікованих з 4 по 8 березня 2022 року, показав 197 відео з 186 акаунтів, що мали контент пов'язаний із попередньо згаданою парадигмою. Слід зазначити, що станом на жовтень 2025 року, тег RussianLivesMatter має всього 450 публікацій [129; 130]. Щодо відео, то суть їх полягала у демонстрації «незалежних» інфлюенсерів, які стоять на колінах із плакатом «Життя росіян важливі», що відтворює меседж про «русофобію» і підсилює прокремлівський наратив про уявне переслідування росіян. Як це видно з рис. 3.1.1., даний тег використовувався не лише для того, щоб створити образ «РФ-жертва русофобії», а й для того щоб вихваляти дії путінського режиму на території України [102; 106]. Наступним трендом, що завірусився після початку повномасштабного вторгнення, був танець TikTok під пісню «Swang» із показом московської «Z». Даний тренд мав на меті формувати враження, що молода російська аудиторія масово підтримує вторгнення [92]. Ця кампанія демонструє, що TikTok використовується як ефективний інструмент гібридної пропаганди, де поєднання розважального контенту, популярних трендів і символіки військових дій створює ефект природної популярності і масової підтримки.



Рис. 3.1.1. Публікація акаунту qazplm_20 з «RussianLivesMatter» [106].

Говорячи вже про 2023 рік, розслідування BBC Verify виявило тисячі фейкових акаунтів, які видавали себе за звичайних користувачів із різних країн, зокрема Німеччини, Франції, Польщі, Ізраїлю та самої України [182]. Як це видно з рис. 3.1.2., ці акаунти поширювали неправдиві відео про українських політиків, створені для підриву довіри до керівництва України та ослаблення підтримки з боку західних країн. Зокрема, мішенню кампанії став тодішній міністр оборони України Олексій Резніков та його донька Анастасія Штейнгауз.

Під час написання магістерського дослідження, було виявлено низку акантів, що використовують ШІ, щоб створювати контент з генерованими персонажами в стилі японської анімації. Як це видно з рис. 3.1.3. та 3.1.4., російська пропагандистська машина, користуючись технологіями штучного інтелекту, створює контент, що може зацікавити глядачів своєю схожістю з японським контентом.

РФ намагається поширити серед користувачів платформи популярність ФСБ як угруповання, що уже можна побачити серед інших платформ, а саме мод контенту, що випускаються для різних ігор на платформі nexusmods [169;103].



Рис. 3.1.2. розслідування BBC Verify[182].



Рис. 3.1.3;3.1.4. Публікації російських ТікТок акаунтів, що використовують японську мультиплікацію для поширення пропагандистських наративів [90; 103].

Найпопулярнішими тегами, використовуваними в Україні, відповідно до даних, опублікованих центром стратегічних комунікацій Spravdi є «ТЦК» та «стоп ТЦК» [166]. TikTok став ключовим майданчиком для проведення інформаційної операції, спрямованої на зрив мобілізаційних зусиль в Україні. За заявами вищезгаданого порталу, протягом тривалого періоду хештег #ТЦК та пов'язані теги були одними з найпопулярніших у категорії «Новини та розваги». Він часто використовується для поширення російської дезінформації, а також для позначення відео тітокерами, які до теми ТЦК та мобілізації не дотичні.

Підводячи підсумок слід сказати, аналіз діяльності соціальної мережі TikTok у контексті російсько-української інформаційної війни демонструє, що ця платформа, спочатку створена як розважальний майданчик для коротких відео, трансформувалася на потужний інструмент гібридного впливу. Алгоритмічна система рекомендацій TikTok, яка персоналізує стрічку «ForYou» на основі поведінки користувача, створює ефект «інформаційної бульбашки» та високий рівень емоційного залучення, що значно підвищує ефективність пропагандистського контенту. З початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну у 2022 році TikTok став одним із ключових каналів поширення прокремлівських меседжів. Російські інфлюенсери та бот-мережі використовують платформу для маскування політичних наративів під розважальний контент, застосовуючи популярні музичні треки, танцювальні тренди, меми та візуальні ефекти. Оглянуті кейси московської пропаганди на початку повномасштабного вторгнення демонструють системність і координацію цих кампаній.

3.2. Використання діпфейків і ШІ-згенерованих матеріалів у проросійських наративах на платформі TikTok

Платформа TikTok стала інструментом для просування виправдання вторгнення в Україну. Як було згадано раніше, компанія офіційно призупинила всі прями ефіри та публікації нового контенту з території Росії, це рішення було ухвалене із запізненням після того, як численні відео з підтримкою війни вже

набули широкого поширення. У російському ж сегменті TikTok користувачі масово відтворювали одні й ті самі меседжі, що відповідали риториці російської державної пропаганди. Зокрема, йшлося про вигадані твердження щодо «геноциду» російськомовного населення на території окупованих районів Донецької та Луганської областей. Як зазначає аналітик компанії Forrester Майк Гуальтьєрі, поширення дезінформації під час воєн не є новим явищем [159].

Технологія діпфейків почала активно використовуватися майже одразу після початку повномасштабного вторгнення Росії, дозволяючи здійснювати маніпуляції з уже наявними відеоматеріалами. 16 березня 2022 року РФ випустила невдалий діпфейк президента України Володимира Зеленського на різних платформах в тому числі й TikTok. У відео штучно створений «Зеленський» заявляв про свою відставку, нібито втечу з Києва та закликав Збройні сили України скласти зброю, «щоб урятувати свої життя». Попри низьку якість відео, що одразу вказувала на його підробний характер, ролик отримав значне поширення в Telegram та TikTok. Як це видно з рис. 3.2.1., перший діпфейк Зеленського у 2022 році виглядав дуже примітивно, на відміну від нового створеного за допомогою технології Sora у 2025 [37; 38]. Хоча й в обох відео зображений президент України, але контекст у них радикально відрізняється. У першому відео, як було згадано раніше, Зеленський заявляє про свою можливу відставку, але у другому він уже сидить на червоній площі та просить грошей та зброї у прохожих. Тобто, як можна побачити, наративи з початку вторгнення змінилися, від Зеленського «лідера втікача», до Зеленського, що просить грошей навіть у росіян.

У листопаді 2023 року проросійські джерела створили низку відео, з генерованих ШІ, в яких від імені тодішнього Головнокомандувача Збройних сил України Валерія Залужного. Як видно з рис. 3.2.2., нібито з вуст генерала, лунали звинувачення на адресу президента Зеленського, у «вбивстві свого помічника гранатою» та передбачення власної можливої смерті [36].

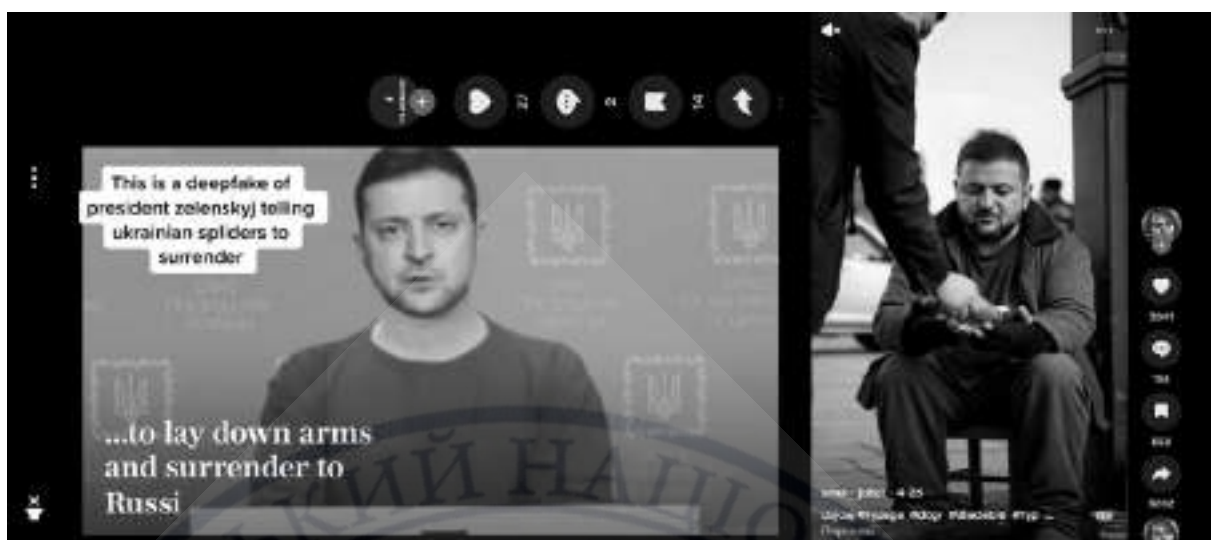


Рис. 3.2.1.Діпфейки В. Зеленського 2022 та 2025 рр. [37; 38].

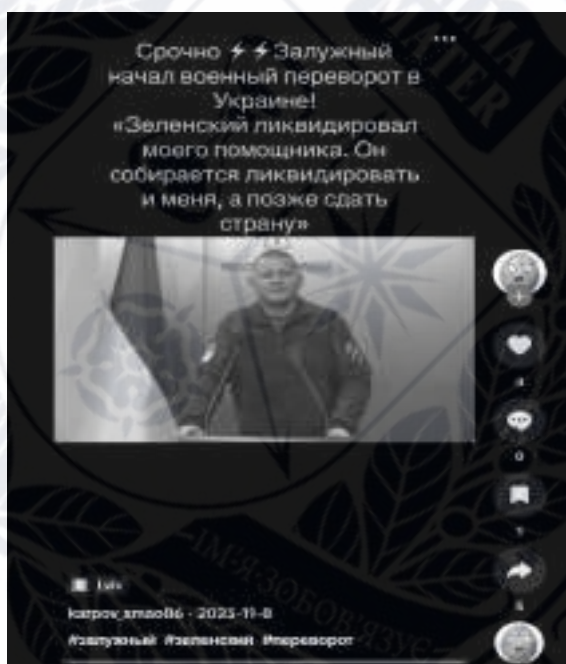


Рис. 3.2.2.Діпфейк В. Залужного від акаунту «кагров_хтао» [36].

У вересні 2025 р. Центр протидії дезінформації, повідомив про поширені на платформі ШІ згенерованих відеоматеріалів на яких представник ЗСУ скаржиться на мародерство та канібалізм у підрозділі [142; 143]. Як зазначає ЦПД, дане відео з генероване ШІ, адже чоловіка зображеного у ньому, наявні російськомовні кальки, неприродна інтонація, синтетичні ознаки голосу та так зване «зажоване мовлення». Крім того, у ролику відсутні будь-які

розпізнавальні знаки, а сама зйомка зроблена так, щоб неможливо було визначити локацію.

Переходячи вже до аналізу акаунтів, які безпосередньо займаються поширенням антимобілізаційних відео створених штучним інтелектом, потрібно зазначати, що вибірки було обрано три TikTok канали. Як це видно з табл. 3.2., до огляду було взято наступні акаунти- Mobrezhim (busikinfo), Ukrglass, diana_ukrainaa[135; 137; 138; 136].

Таблиця 3.2. TikTok акаунти, що поширюють ІІІ відео та фото матеріали [135; 137; 138; 136].

Назва каналу	Кількість підписників	Вподобайки	Кількість відео
Mobrezhim (busikinfo)[135; 137].	93,200 [135; 137].	2,500,000 [135; 137].	638 [135; 137].
Ukrglass [138].	1,650 [138].	11,000 [138].	22 [138].
diana_ukrainaa [136].	2300 [136].	57902 [136].	49 [136].

Як ми можемо побачити нашим першим акаунтом є нібито новинне агентство «Busik info». Назва каналу була дібрана не спроста, адже вона відображає використання терміну «бусифікації» [135]. Даний обліковий запис поширює згенеровані за допомогою ІІІ (Штучного інтелекту) відеоматеріали з свавіллям представників ТЦК, загибеллю військових чи поширенню расистських наративів серед населення України [135]. Під час написання нашого магістерського дослідження, було з'ясовано, що у жовтні, данийTikTok акаунт змінив назву та зображення свого каналу, ставши mobrezhim [137]. У 2024 році, «словом року» стало слово «бусифікація», що за поданням словника сучасної української мови є неологізмом, що «позначає примусову мобілізацію за прискореною процедурою» [19]. Серед претендентів на звання слова року виокремлюються такі: СЗЧ, Курська операція, втома, переговори, МСЕК,

популізм, Магура, лалохезія та квадробери [18]. Про походження терміну «бусифікація», у 2024 році, заявила офіцер Управління комунікацій Командування Сухопутних військ ЗСУ Наталія Кіндратів в ефірі KyivFM [144]. Як зазначила військова: «... це слово почало використовуватися ще у 2020 році під час протестів у Білорусі, коли силовики, у тому числі й ті, хто приїхав на підтримку з Росії, вихоплювали активістів та протестувальників за допомогою бусів».



Рис.

3.2.3. Відеоматеріали TikTok каналу «mobrezhim» [137].

Першим відео до огляду з цього акаунту буде матеріал, де за допомогою ІШІ було створено расистський матеріал. Як це видно з рис. 3.2.3., автори даного каналу маніпулюючи питанням «Хвилини мовчання у місті Львів у 2036 році», створили зображення на якому люди з індійською зовнішністю, заповнили міста та витіснили Українців [104]. Даний акаунт має на меті поширюватинаративу про те, що українській владі начхати на своє чоловіче населення, яке можна замінити на мігрантів. Останнім відео цього аканту, нас буде цікавити ІШІ згенерований контент із зображенням нібито трьох військових 12-ої бригади. У відео, ці «військові» заявляють, що вони були кинуті на призволяще. Слід зазначити, що як і у всіх московських роликах з українськими військовими, тут характерною є відсутність будь-яких розпізнавальних знаків, окрім згадки назви бригади [105].

Наступним до огляду нас буде цікавити канал ukrglass. Як це видно із табл. 3.2., акаунт має 22 відео та 1650 підписників станом на жовтень 2025 року [138]. Під час огляду даного акаунту було визначено, що типовим для нього є створення та поширення відео матеріалів за-допомогою ШІ технологій в стилі «звернень військових до народу».



Рис. 3.2.4; 3.2.5. Публікації акаунту ukrglass[117; 118; 119].

Перші два відео акаунту, що корелюють із нашою тематикою, є матеріали про українських військових в оточені рис. 3.2.4. У першому матеріалі, у нас представлені військові нібито 117 обрТРО, що записують звернення до Залужного. У відео заявляється про те, що Зеленський не є легітимним президентом та грає «гру в одні ворота» [117]. Даний матеріал має на меті, поширення московської пропаганди про нелегітимність президента України. Щодо другого відео, то у нас тут теж зображені військові, але вже 116 омбр [118]. Бійці цієї бригади знаходячись на Харківщині заявляють, що нібито частина їх побратимів перейшла на бік росіян, тому «навіщо захищати тих людей та землі, що завжди були нібито під Росією» [118]. Як і в першому відео, тут теж є характерні ШІ форми без розпізнавальних знаків, а також поширення антиукраїнських наративів зокрема «Схід за РФ». Останнім відео, як було згадано раніше, буде оглянуто нібито виступ-звернення Залужного до народу України [119]. У даному дідфейк матеріалі, колишній головнокомандувач Збройних Сил України, використовуючи русизми, а й по декуди просто

російську мову, наголошує що так звана «курська операція», є помилкою військового керівництва України, яке зацікавлене лише у смертях обох народів.

Наступним до огляду нас буде цікавити канал [diana_ukraina](#). Що станом на жовтень 2025 року має згідно із даними табл. 3.2 має 49 відео матеріалів та 2300 підписників [136]. Відео каналу представляють собою ШІ згенеровані матеріали за допомогою програми Sora [184]. Під час дослідження даного акаунту, було виявлено, що основаними тегом на аканті є #ТЦК #Україна #SORA. Першим до огляду в цьому акаунті, нас буде цікавити ШІ згенероване відео, в якому два представники ТЦК приходять до породіллі та нібито хочуть відібрати дитину [93]. Як це видно з рис. 3.2.6., це відео має більше 55 тис. вподобань та станом на жовтень 2025 року, кількість коментарів під ним становить 1069 шт.

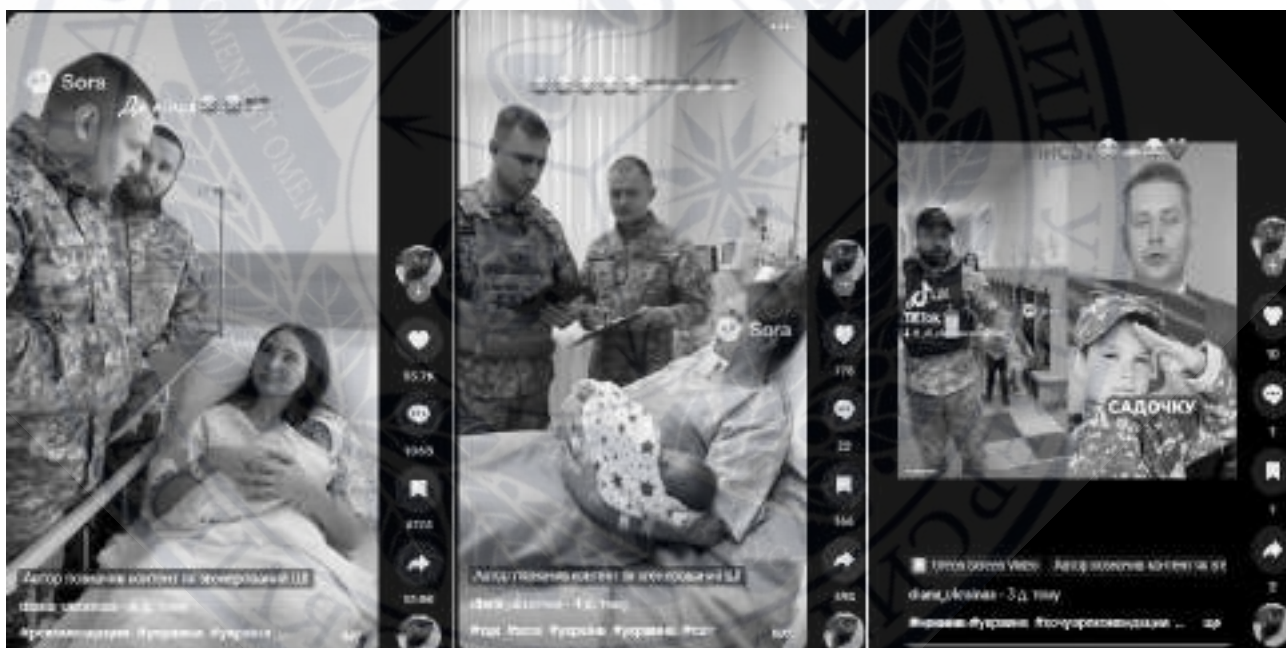


Рис. 3.2.6. Публікації аканту [diana_ukraina](#) [93; 94; 95].

Також стилю як і попередньо оглянуте відео, наступний матеріал висвітлює двох нібито представників ТЦК, які з нерозбірливими патчами (розпізнавальними знаками), стоять в пологовому будинку та хочуть мобілізувати новонародженого хлопчика [94]. Наступним до огляду відео з цього акаунту, як це видно з рис. 3.2.6., нас буде цікавити теж частково ШІ згенероване відео. Перша половина його становить собою матеріал з нібито

представником ТЦК, що прийшов мобілізувати неповнолітніх хлопчиків у садочку [95]. Щодо іншої «половини» то нам показують нібито експерта, що доносить інформацію нібито про те, що в Україні будуть мобілізувати з 5 років. Дана інформація яку представляють за чисту монету, є інтерв'ю військового заступника голови ТРО Ігоря Швайки: «Українців треба готувати до захисту країни орієнтовно з 5 років, ще з дитячого садочка» [30].



Рис. 3.2.7. Публікації аканту diana_ukrainaa про ІІІ котів [96; 97; 98].

Також слід зазначити, що на початковому етапі створення акаунту «diana_ukrainaa», там публікувалися розважальні відео з ІІІ-згенерованими зображеннями котів., як це видно з рис. 3.2.7. Саме ролики з такою тематикою—«коти на електропилососах, які катаються вулицями Києва» чи «котогусениця» [96; 97; 98]. Такі відео супроводжуються добіркою хештегів (#котик, #котогусениця, #рек, #україна, #ко, #котики), що мають виразно позитивну конотацію та сприяють формуванню емоційного зв'язку з аудиторією. Таким чином, за допомогою візуально привабливого та емоційно нейтрального контенту акаунт формує початкову базу підписників і залучає широку, переважно аполітичну аудиторію користувачів. Подібна стратегія відповідає типовій практиці дезінформаційних кампаній у TikTok, коли спершу створюється «нешкідливий» образ профілю, який не викликає підозри в

алгоритмів платформи чи користувачів. Після цього, коли акаунт набирає певну кількість підписників і потрапляє в алгоритмічні рекомендації, починається поступова зміна тональності контенту: від розважального - до політичного. У випадку акаунту «diana_ukrainaа» така еволюція відбувається через поступове введення відео, що нібито висвітлюють «жорстокі дії ТЦК» або «мобілізацію дітей». Ці сюжети, хоча й створені за допомогою технологій штучного інтелекту, мають високу вірусність завдяки візуальній достовірності, короткому формату та апеляції до базових емоцій страху, тривоги й співчуття.

Поданий аналіз демонструє, що платформа TikTok стала одним із ключових середовищ для поширення проросійських інформаційно-психологічних операцій, спрямованих на підриг довіри до українських державних інституцій, Збройних сил України та вищого військово-політичного керівництва. Використання штучного інтелекту, технологій генеративних моделей, а також діпфейків суттєво розширило можливості російської пропагандистської інфраструктури, дозволяючи створювати масштабований, персоналізований і психологічно прицільний контент. TikTok виявився особливо вразливим через швидкість поширення відеоматеріалів, алгоритмічну перевагу емоційно насиченим повідомленням та слабкі механізми модерації на ранніх етапах повномасштабної війни. Аналіз трьох TikTokакаунтів, які систематично поширюють ШІ-згенерований контент, засвідчив наявність чіткої структури і послідовної інформаційної стратегії.

3.3. Аналіз поширення антиукраїнських мобілізаційних наративів у TikTok через діяльність політичних акторів та афілійованих акаунтів

Сучасний інформаційний простір насичений численними антиукраїнськими наративами, які поширюються як у традиційних медіа, так і в соціальних мережах. Серед ключових тем, що активно просуваються, варто виокремити не лише дискредитацію чинної української влади чи заперечення легітимності української державності, але й появу нових концептуальних напрямів. Один із них полягає у порівнянні України з авторитарними

режимами, зокрема, із Північною Кореєю під керівництвом Кім Чен Ина та Парагваєм часів Франсиско Лопеса. Для проведення контент-аналізу було відібрано низку акаунтів та відеоматеріалів, що системно транслують проросійські анти мобілізаційні меседжі в українському сегменті соцмережі TikTok. Зокрема, до вибірки увійшли акаунти політичного діяча Дмитра Разумкова та пов'язаної з ним бот-мережі, а також сторінки народного депутата Олексія Гончаренка та виступи блогера Серебрянського Андрія під ніком «Луганський».

Першим до огляду акаунтом стане, обліковий запис нардепа Дмитра Разумкова, вибір цього каналу обумовлений тим, що політик часто стає об'єктом цитування в російських державних медіа, а також фігурує у публікаціях бот-мереж «корейчиків» як у TikTok, так і в соціальній мережі «X» (Twitter). Згідно із таб. 3.3. (1), користуючись програмою Countik, станом на жовтень 2025 р., акаунт razumkov.official має більше 44 тис. підписників та 7.9 млн. вподобайок на всіх відео [7;167].

Таблиця № 3.3.1.
Акаунти нардепа Разумкова, «Команди Разумкова» та фейкових акаунтів про Разумкова [7; 6; 8; 134; 1].

Назва каналу	Кількість підписників	Кількість вподобайок	Кількість відео
razumkov.official [7]	446714 [7]	7907571 [7]	1215 [7]
razumkov.fan [6]	4656 [6]	111622 [6]	101 [6]
razumkov.time [8]	919 [8]	8587 [8]	33 [8]
razumkov_team [134]	47830 [134]	533447 [134]	796 [134]
Dmitriyrazumkov [1]	2963 [1]	81177[1]	204 [1]

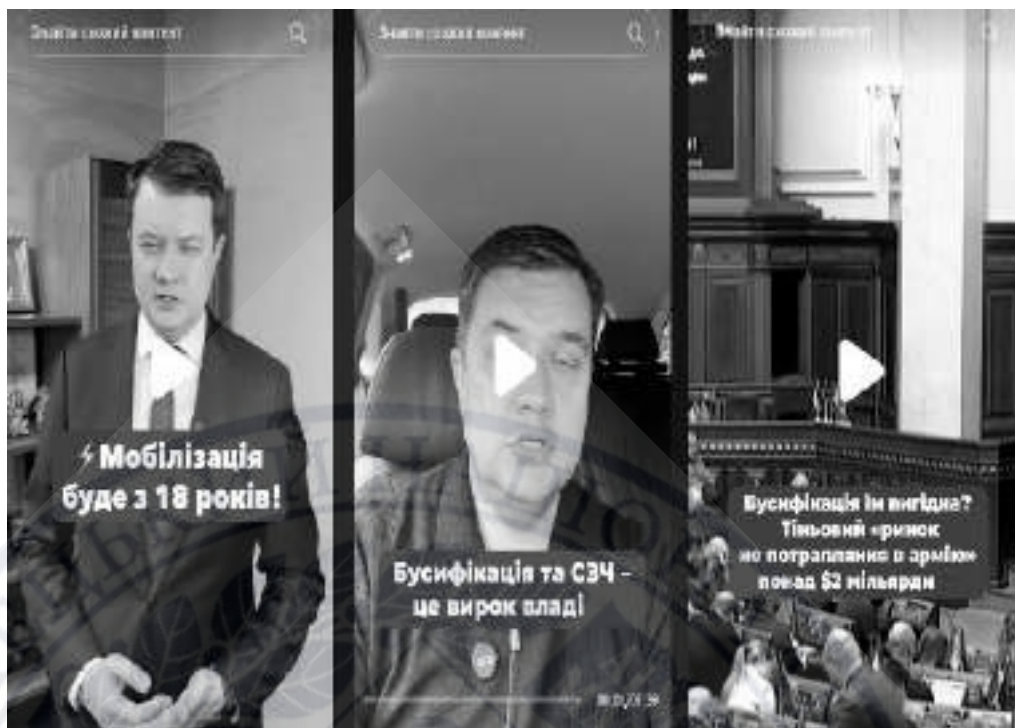


Рис. 3.3.1. Публікації на Tik Tok каналі «razumkov.official» [110; 11; 123].

Першою публікацією до огляду є пост від 26.03.2024, що є закріпленим на акаунті та піднімає питання можливої мобілізації з 18 років та нібито не законності постанови Зеленського №10449 [123; 24]. Відповідно до рис. 3.3.1., в описі до самого відео, ми можемо, що нардеп апелює до теми мобілізації 18-річних [123]. Вищезгадана постанова №10449 «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо окремих питань проходження військової служби, мобілізації та військового обліку», був прийнятий у другому читанні ВР 11 квітня 2024 року [24]. Має на меті урегулювати військовий облік на час проведення мобілізаційних заходів під час воєнного стану. Окремо слід зазначити, що у цій постанові не йдеться про обов'язкову мобілізацію хлопців віком 18 років. Міноборони у своєму телеграм каналі «Міністерство оборони України», роз'яснили, що мобілізаційні заходи будуть проводитися для чоловіків віком від 25 до 60 років, а також: «Громадяни з 18 років можуть обрати час проходження базової військової служби...отримають відстрочку до досягнення мобілізаційного віку» [152]. Тобто, як можна побачити, нардеп Разумков займається маніпуляцією на актуальній проблемі нібито

«незаконної мобілізації», поширюючи постулати російської пропаганди. Такі меседжі корелюють із темами спрямованими на підриг суспільної довіри до військово-політичного керівництва України, деморалізацію громадянського суспільства. У свою чергу, московські ЗМІ підхопили даний відеоматеріал та опублікували його на сторінках Інтернет газети «ЛентаРу» та в пабліках «ВК» [54]. Відповідно до обох російських ЗМІ, депутат поширюючи нібито правдиву інформацію, піднімає питання свавілля влади президента Зеленського [54; 124].

Переходячи до наступного відеоматеріалу, нас буде цікавити публікація від 16.10.2025. Як це видно з рис. 3.3.1., його темою є питання «бусифікації» та СЗЧ. Як повідомляється у ньому, кількість справ СЗЧ через «протиправні дії» ТЦК в Україні досягла критичних показників та стане «вироком для влади». Але якщо подивитися офіційну статистику від правоохоронних органів, з січня 2022 року по вересень 2025 рік, було відкрито майже 290 тис. кримінальних справ за самовільне залишення частини (СЗЧ) і дезертирство. За повідомленням Офісу генпрокурора, лише за листопад 2024 року близьку 30 тис. СЗЧ військових повернулося назад до служби [126].

Останньою до огляду буде взята публікація від 12.10.2025 [110]. Її тематикою є «Бусифікація їм вигідна? Тіньовий «ринок не потрапляння в армію» понад 2 мільярди дол.», тобто як і в попередньо оглянутих матеріалах, нардеп наголошує на корупційних схемах, що існують за лаштунками ТЦК не надавши ніяких даних.

Наступним для нашого огляду як видно із табл. 3.3.1., буде залучений акаунт [razumkov.fan](#) [6]. Як можна побачити станом на жовтень 2025 р., обліковий запис має більше 4600 підписників та 101 опубліковане відео відповідно. Акаунт містить відео виступів нардепа Разумкова, як і у ВР так і у ЗМІ.

Першою публікацією нас буде цікавити, відео від 18.09.2025. Як це видно з рис. 3.3.2., вона має назву «Нові правила виїзду чоловікам за кордон» [109]. У ньому нардеп виступаючи на почерговому засіданні ВР, піднімає питання того, що законопроект «13685-2», не є чесним до всіх категорій військово

зобов'язаним, адже надає змогу виїжджати за кордон лише обмеженій групі населення віком від 18 до 22 років [43].



Рис. 3.3.2. Публікації акаунту razumkov.fan[107; 108; 109].

Маніпулюючи даною інформацією, нардеп заявляє, що якщо відкрили кордон для молодих відкрийте для всіх. Прирівнюючи нашу країну до Північної Кореї, депутат знову повторює постулати російської пропаганди про так званий «режим Зеленського». Наступним до огляду є відеоматеріал від 10.09.2025 з основною темою «Разумков про справедливу мобілізацію...»[108]. Де нардеп оглядає правку, яку нібито «викинули» з закону про мобілізацію, а саме те що стосується питання зйомки діяльності ТЦК. Нардеп заявляє, що зйомка працівників центрів комплектування ніби є забороненою, хоча згідно з цього «закону про мобілізацію», їхня зйомка не є забороненою законодавством [47].

Продовжуючи розгляд акаунтів-копій нардепа, нас буде цікавити новий ретранслятор його меседжів- канал rasumkov.time. Як це видно з табл. 3.3.1., обліковий запис має 33 опублікованих відеоматеріалів та 919 підписників [8]. В рамках нашого магістерського дослідження буде оглядатися 4 публікацій з даного акаунту, що поширюють відеоматеріали на тематику мобілізації, СЗЧ, ТЦК та «Північну Корею Україну».



Рис.

3.3.3. Публікації аканту rasumkov.time[113; 114; 115; 116].

Першим відео, яке ми оглянемо є матеріал від 27.09.2025 та має тематику мобілізації чоловіків. Даний відео матеріал має на меті поширення думки того, що мобілізація від 55 років проводиться не законно та має нібито проводитися за вибором військово зобов'язаних [116]. За роз'ясненням від Міноборони, чоловіків віком від 50 до 60 років, мобілізовують лише за окремим розпорядженням Генштабу [53]. Як це видно з рис. 3.3.3., другим відео, що нас буде цікавити є те, що піднімає питання доцільності війни за кордони 1991 року. Як заявляє нардеп на своєму «стріму», кордони 1991 року не потрібні, адже їх дуже важко відвойовувати [116]. Адже, на думку Разумкова, за це «дуже легко говорити з кабінету», але це зовсім інша справа на фронті. Як було згадано раніше у Розділі 2, бот мережа «корейчиків» та «парагвайчиків», сама поширює ідеї непотрібності кордонів 1991 року, називаючи Україну чи-то Парагвайською диктатурою чи-то Північною Кореєю через її закриті кордони. Як ми можемо бачити, дане відео на пряму корелює із постулатами російської пропаганди про неможливість відвоювати наші міжнародно визнані території. Останні два відео від цього аканту, знову стосуються питання нібито «корупції в ТЦК» та закриття кордонів [114; 113]. У випадку першого матеріалу, Разумков заявляє, що корупція в ТЦК - це нібито «спрямована програма з заробатування грошей на вас, на вашому горі, на вашій біді» [114]. У випадку другого, нардеп піднімає питання того що в нас на відміну від Ізраїлю, кордони закриті та не об'явлена війна. За заявами, озвученими у цьому відео, оскільки у кремля такого як

обмеження виїзду закордон для чоловіків мобілізаційного віку немає, то Україна перетворилася на більшу диктатуру чим РФ. Слід також відзначити, що топ коментарем під відео є: «Україна концтабір 21 століття». Отже, як можна побачити з аналізу цього «клону Разумкова», він як і інші акаунти такого типу, поширюючи виступи нардепа, свідомо чи не свідомо розширюють межу московського впливу на український TikTok інфопростір.

Особливої уваги в розрізі питання дослідження поширеності в українському інфопросторі вище згаданих московських парадигм, потрібно приділити обліковому запису ГО «Команди Разумкова» (razumkov_team) [134]. Відповідно до табл. 3.3 (1), акаунт налічує більше 47000 підписників та понад 700 відео.



Рис. 3.3.4.Публікації акаунту «Команда Разумкова» в TikTok[134; 88; 89].

Об'єктом для аналізу є закріплене відео 2024 року з офіційного акаунта громадського об'єднання «Команда Разумкова»[88]. Відповідно до рис. 3.3.4., у ролику, опублікованому навесні 2024 року, використано гасло: «Хто винний у зриві мобілізації?». Відео містить виступ депутатки Любові Шпак, яка представляє політичну групу «Розумна Політика» та присвячене проблематиці роботи територіальних центрів комплектування (ТЦК). У коментарях під відео спостерігається значна активність користувачів, які підтримують наратив, що

поширює нардепка. Зокрема, коментар користувачки під ніком «shevchenko.olexandra»: «Хто на майдан?», зібрав понад 1284 вподобайки та близько 50 реплаїв. Інший коментар, від користувача з ніком «RUSLAN», має проросійський характер «Да здравствуй КНДР», що свідчить про присутність російськомовних або проросійських акаунтів у дискусії навколо українського політичного контенту [88]. Інше відео на цьому ж акаунті, опубліковане невдовзі під назвою «Не мобілізація, а маніпуляція?», містить виступ народного депутата Дмитра Микиші [89]. У коментарях під даним відео знову фіксуються прояви бот-активності, користувач під ніком «SHAN» додає коментар: «Загальна мобілізація - це депутати, прокурори і т.д., всі на фронт», який виконує роль популістського меседжу, спрямованого на розпалення антагонізму між владою та громадянами.



Рис. 3.3.5. Публікації акаунту dmitriyrazumkov[1].

Останнім акаунтом, що виступає ретранслятором меседжів, що поширює нардеп Разумков є dmitriyrazumkov [1]. Як це видно з табл. 3.3.1ю, обліковий запис налічує 2963 підписника та 204 відеоматеріали. Першим відео, нас буде цікавити матеріал тематикою якого є нібито незаконна мобілізація 16-річних на фронт. Як це видно з рис. 3.3.5., нардеп заявляючи про «16 річних ухилянтів»,

ретранслює постулати російської пропаганди нібито про мобілізацію дітей в Україні. Також слід зазначити й про те, що в описі під відео у нас також поширюється інформація, що всі юнаки віком 16 років, що не мобілізована мають нібито сплатити штраф. Тобто, в українському законодавстві, штрафу для «16 річних ухилянтів» не має і єдину інформацію з цього приводу можна знайти в ЗМІ, що поширювали вищезгадане відео Разумкова [101; 70]. Наступні два відеоматеріали, теж стосуються нібито незаконної мобілізації та свавілля ТЦК [99; 100].

Таблиця 3.3.2.

Акаунти нардепа О. Гончаренка та блогера А. Серебрянського «Луганського» [57; 139].

Назва каналу	Кількість підписників	Кількість відео	Кількість вподобайок
Lugabeg[139]	86106[139]	717[139]	1,776,969[139]
Мpoleksiigoncharenko [57]	1,010,671[57]	2,165[57]	21,302,757[57]

Починаючи з 2023 року, у виступах і публікаціях нардепа Олексія Гончаренка системно простежується використання паралелей між Україною та Північною Кореєю. Як це видно з табл. 3.3.2., акаунт депутата налічує більше мільйону підписників та понад 2100 відео[57].

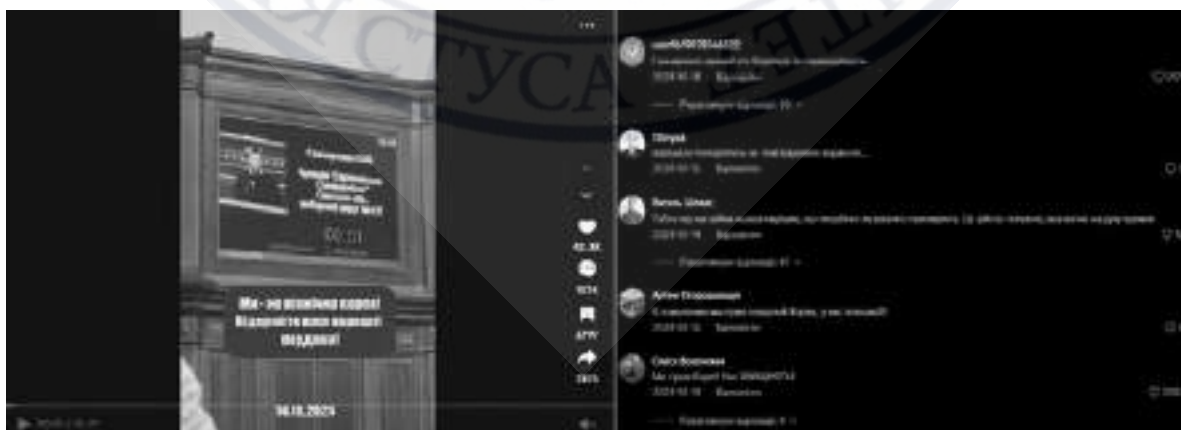


Рис. 3.3.6. Публікація О. Гончаренка в TikTok від 1.05.2023 [57].

Першою публікацією, що нас буде цікавити від нардепа від Євросолідарності(ЄС) є відеоматеріал вTikTok від 14 жовтня 2024 року [57]. Як це видно з рис. 3.3.6., відео містить фрагмент виступу Гончаренка на позачерговому засіданні Верховної Ради, де він проголосив:«Відкрийте нарешті кордони! Чому вони відкриті для тих, хто має багато грошей, а для звичайних людей — ні? Це несправедливо! Ми не Північна Корея!» [57]. Цей виступ фактично відтворює московську методичку, щодо поширення наративу «Україна = Північна Корея». Основна мета цього меседжу є формування в українського суспільства уявлення, ніби держава перетворюється на авторитарну систему з обмеженням свобод, контролем над інформацією та закритими кордонами. Такий інформаційний прийом спрямований на підрив довіри до української влади, зокрема до військово-політичного керівництва, що ухвалює рішення про виїзд чоловіків за кордон під час війни. Гончаренко активно застосовує хештеги (#олексійгончаренко, #україна, #кордон), що слугують не лише тематичними маркерами, а й інструментом емоційного посилення меседжів і підвищення охоплення в алгоритмах соцмереж. Аналіз коментарів під цим постом рис. 3.3.6. засвідчує, що більшість користувачів схвально сприйняли висловлену позицію, тоді як критичні думки майже не отримали підтримки. Переважали реакції на кшталт: «...ми гірше Кореї!...», «...на жаль, ми вже гірше Північної Кореї...», «...Гончаренко єдиний, хто бореться за справедливість!...» [57].



Рис. 3.3.7. Публікація О. Гончаренка в TikTok від 12.02.2025 [58].

Останньою публікацією, що нас буде цікавити є відео від 12 лютого 2025 року, де Гончаренко використовує ще більш різку риторичку, щодо критики влади, заявляючи наступне: «Ласкаво просимо в Північну Корею! Під гаслами лібертаріанства ви будете державу, де закриті кордони, контрольоване телебачення і вождь Кім Чен Зе...» [58]. У цьому дописі образ Північної Кореї використовується як символ тоталітаризму, а порівняння «Кім Чен Зе» слугує саркастичною алюзією на чинного президента України. Особливо показовим є використання фрази «кафедра наукового зеленізму», що виступив іронією для прив'язки зі сталінським режимом.

Після серії заяв Гончаренка в українському та міжнародному медіапросторі (2023–2025 рр.) російські інформаційні ресурси активно підхопили його цитати. Зокрема, у виданні «Lenta.ru» з'явилася публікація із заголовком: «...українська влада будує тоталітарну державу із закритими кордонами та диктатором на чолі...» [21]. У матеріалі йдеться, що народний депутат Олексій Гончаренко нібито заявив про «появу вождя Кім Чен Зе». Таким чином, московське медіа репродукувало і посилило наратив про «режим Зеленського», використавши слова українського політика як доказ існування диктатури в Україні.

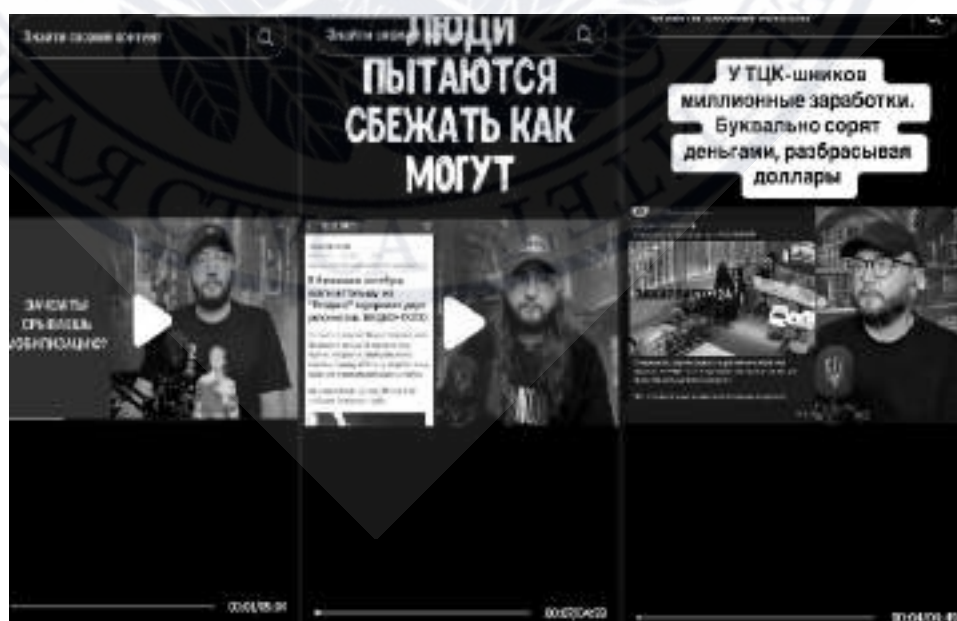


Рис. 3.3.8. Публікації акаунту А. Луганського [120; 121; 122].

Останнім блогером, якого ми оглянемо в межах нашого магістерського дослідження, буде підсанкційний діяч Луганський [139; 49]. Раніше патріотичний блогер, з 2022 року почав поширювати промосковські наративи, щодо української влади. Всі три його відеоматеріали, як це видно з рис. 3.3.8., зображають критику влади, фокусуючись на темах підбурювання зриву мобілізації; нібито розкриття корупції представників ТЦК, що «розкидаються грошима»; а також розкриття теми закритості кордонів, повторюючи постулати типової російської пропаганди, що була уже розглянута раніше в роботі, щодо того, що Україна перетворилася на Північну Корею [120; 121; 122].

Підводячи підсумок слід сказати, внаслідок проведеного дослідження, було з'ясовано, що наративи порівняння «північнокорейської дикатури» із діяльністю ТЦК та української держави в загалом, поширюють нардепи від фракцій «Слуга Народу» та «Батьківщина», що входять до ГО «Розумна політика»; безпартійний депутат Дмитро Разумков; нардеп від «Європейської Солідарності» Олексій Гончаренко, а також підсанкційний блогер Андрій Луганський. Було з'ясовано, що дані діячі використовуючи вище згаданий наратив, поширюють московські методички, щодо нібито безправ'я в Україні, «кордонів як в Північній Кореї», свавілля та корупції ТЦК та «кафедри зеленізму».

Аналіз матеріалу трьох підрозділів дає змогу стверджувати, що TikTok став додатковим каналом інформаційної боротьби РФ проти України. На основі наданого матеріалу можна зробити висновок, що проведене дослідження демонструє формування TikTok як одного з ключових інформаційних середовищ, у якому російська пропаганда здійснює вплив на українську аудиторію. Платформа, яка спочатку виконувала переважно розважальну функцію, перетворилася на інструмент інформаційного протиборства, де зникає межа між творчим контентом і маніпулятивними практиками. Виявлені кейси засвідчують поєднання штучного інтелекту, психологічних маніпуляцій та алгоритмічних особливостей платформи, що створює потенційно небезпечний

прецедент для подальших кампаній дезінформації. Особливо це можна було спостерігати на початку повномасштабного вторгнення, коли московські TikTok акаунти поширювали Діпфейки та ШІ контент з антиукраїнським підтекстом. Також було з'ясовано, що порівняння «північнокорейської дикатури» із діяльністю ТЦК та української держави в загалом, поширюють нардепи від фракцій «Слуга Народу» та «Батьківщина», що входять до ГО «Розумна політика»; безпартійний депутат Дмитро Разумков; нардеп від «Європейської Солідарності» Олексій Гончаренко, а також підсанкційний блогер Андрій Луганський.

Технологіями, що використовує РФ в рамках інструментарію соцмережі TikTok, слід зазначити наступні: по-перше, використання ШІ, за-для створення не лише розважального контенту (у випадку нашого дослідження- відео про котів), а й політично орієнтованих відеоматеріалів, де представники української влади (В. Залужний, В. Зеленський та військові ТЦК) зображуються як вороги для народу; по-друге, використання вище згаданих персоналій політичних об'єднань, блогерів-експертів, нардепів зокрема ботоферми Д. Разумкова, підвищує довіру до поширеного прокремлівського контенту на акаунтах; по-третє, було зафіксоване використання тематичних позначок/тегів за-для поширення контенту на різні групи населення. В рамках дослідження використання цієї соцмережі для поширення кремлівських наративів, було визначено, що частотність дописів досліджуваних акаунтів становить по декілька відео на тиждень. Згідно з інформацією наданою в таб. 3.3.1. та 3.3.2., можна побачити, що охоплення даних акаунтів є великим від кількості підписників до вподобайок.

Провівши аналіз даних наративів та визначивши основні рупори-персоналії їх в цій соцмережі, слід зазначити наступні рекомендації в використанні результатів роботи за-для боротьби з кремлівськими наративами. По-перше, на основі оглянутої інформації, створення контрпропаганди даним наративам; по-друге, використовуючи дані проаналізованої бази персоналій нардепів та блогерів-експертів, що поширюють вищезгадані наративи,

українським спецслужбам слід взяти на озброєння їхні тактики, а саме створення або розширення провладної/проукраїнської бот-мережі; по-третє, за-для поширення ефективної проукраїнської інформації потрібно також взяти на озброєння використання технологій ІІІ, за-для створення відеоматеріалів.



ВИСНОВКИ

У результаті проведеного дослідження соціальних мереж X (Twitter) та ТікТок у контексті гібридної війни Російської Федерації проти України було встановлено, що наративи порівняння України з Північною Кореєю та парагвайською диктатурою ФранцискоЛопеса сформувалися й отримали широке поширення після початку повномасштабного вторгнення РФ у 2022 році. Ці наративи стали інструментами психологічного тиску, дезінформації та делегітимізації української державності. Під час дослідження ідентифіковано типові групи акторів, що системно поширюють зазначені наративи в інформаційному просторі. У соціальній мережі X ключовими поширювачами виявилися підсанкційний блогер-утікач Мирослав Олешко та афілійована з ним мікроінфлюенсерна мережа, тоді як у ТікТок основними учасниками цього процесу є мережа, пов'язана з нардепом Дмитром Разумковим та ГО «Розумна політика», окремі представники фракцій «Слуга народу» та «Батьківщина», депутат від «Європейської Солідарності» Олексій Гончаренко, а також той самий підсанкційний блогер-утікач Олешко.

Досліджуючи питання використання соцмереж X та TikTok у поширенні антиукраїнської пропаганди, можна стверджувати, що при сучасному вивченні соціальних мереж потрібно використовувати різні теоретичні підходи. Соціально-комунікаційний підхід демонструє, що мережеві платформи формують нову структуру комунікативних відносин, у межах якої поєднуються властивості традиційних та цифрових медіа, а користувачі виступають одночасно споживачами і творцями інформаційного контенту. Концепції Мануеля Кастельса та Генрі Дженкінса окреслюють мережеву логіку поширення інформації. Психологічно-поведінковий підхід доповнює ці уявлення, наголошуючи на когнітивних та емоційних процесах, що визначають реакції користувачів на інформаційні впливи. Мережеві теорії, зокрема концепція «слабких зв'язків» Марка Грановеттера, поглиблюють розуміння структурних особливостей поширення інформації, підкреслюючи роль

периферійних та слабких соціальних контактів у формуванні великих інформаційних потоків. До підходів, що було використано аналітико-описовий та порівняльний підходи, кейс-стаді, дискурс-аналіз, а також цифрова етнографія, які визначили загальну логіку та рамку дослідження. Слід зазначити, що саме підхід цифрової етнографії було використано у розділах 2.3., 3.2. та 3.3., де було оглянуто реакцію користувачів соцмереж на ті чи інші дописи (кількість вподобайок та коментарі). Щодо методів, то використовувалися контент-аналіз, методи OSINT, а також мережевий, візуальний і кількісний аналізи. Тобто досліджуючи питання використання цих соцмереж в гібридній антиукраїнській інформаційній війні, в усіх емпіричних розділах було використано вище згадані підходи та методи.

Дослідження дозволило встановити, що точкою старту масового поширення «північнокорейського» та «парагвайського» наративів став вересень 2023 року, коли російські медіа та колишній радник Офісу Президента України Олексій Арестович синхронно транслювали ці меседжі, після чого вони були адаптовані українськими інфлюенсерами та бот-мережами для подальшого поширення у соцмережах. Аналіз продемонстрував, що платформи X та ТікТок забезпечують різні механізми маніпуляції: у X ключову роль відіграють бот-мережі, координовані дії мікроблогерів та алгоритмічні особливості розповсюдження контенту, тоді як ТікТок ґрунтується переважно на емоційно забарвлених відеороліках, вірусних форматах, а також активному використанні діпфейків та ШІ-згенерованих матеріалів, що потенційно посилює ефективність антиукраїнських інформаційних операцій серед молоді аудиторії. У наслідок трансформації Twitter у X, було зафіксовано, що дана зміна надала можливість прокремлівським акаунтам купувати платну підписку TwitterBlue. Для України така можливість означала збільшення потрапляння даних акаунтів до новинних стрічок користувачів.

Установлено, що поширення зазначених наративів безпосередньо корелює з активізацією російських інформаційно-психологічних операцій, спрямованих на деморалізацію українського суспільства, підрив мобілізаційних

процесів, дискредитацію політичного керівництва України та формування хибного уявлення про нібито «авторитаризацію» України за аналогією з Північною Кореєю чи Парагваєм. Дослідження також показало, що діяльність окремих українських політиків та блогерів, навіть свідомо чи несвідомо сприяла масштабуванню московських цих наративів, що підкреслює вразливість українського інформаційного середовища.

На основі аналізу бот-мереж («корейчики», «парагвайчики») доведено, що їхня активність має ознаки цілеспрямованої та координованої операції. Такі мережі характеризуються масовими синхронними репостами, поширенням ідентичних тез, використанням фейкових аватарів і накручуванням активності з метою штучного створення «вірусних» тем та ілюзії широкої суспільної підтримки антиукраїнських меседжів. У результаті визначено, що соціальні мережі в умовах гібридної війни функціонують не лише як канали комунікації, а як повноцінний театр інформаційного протиборства, де інформація використовується як зброя. Це зумовлює необхідність посилення державної інформаційної політики, розбудови системи цифрової дипломатії та створення ефективних механізмів протидії дезінформаційним кампаніям.

Технологіями політичного впливу, що використовує РФ для поширення антиукраїнських наративів на платформах X та TikTok, було визначено наступні: по-перше, у випадку обох соцмереж, кремлівський режим використовує новостворену бот-мережу чи-то так званих «корейчиків», чи-то «парагвайчиків»; по-друге, використання персоналій депутатів Д. Разумкова та О. Гончаренка, а також блогерів-експертів А. Серебрянського, О. Арестовича та М. Олешка, за-для підвищення авторитету таких поширених повідомлень; по-третє, використання технологій ІІІ теж допомогло кремлівським рупорами поширювати антимобілізаційні меседжі на обох платформах; по-четверте, використання інструментарію соцмережі X, а саме підписки TwitterBlue та можливості створення інформативних груп (Горлівський комп'ютерний клуб).

Рекомендації до теоретичного застосування. Дане магістерське дослідження може бути використане під час формування стратегії протидії

зазначеним наративам, оскільки, як було згадано раніше, воно вперше системно окреслює механізми їхнього виникнення, еволюції та поширення у соціальних мережах X і ТікТок. Виявлені у роботі закономірності функціонування проросійських бот-мереж, а також описані моделі залучення мікро- й макроінфлюенсерів, створюють необхідне теоретичне підґрунтя для подальших розробок у сфері стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки. Окремо варто наголосити, що отримані результати можуть бути практично застосовані конкретними державними структурами: зокрема, Головним управлінням розвідки Міністерства оборони України (ГУР МОУ); Службою безпеки України для виявлення координованих мереж впливу та розробки контрdezінформаційних заходів; Міністерством оборони України та підрозділами стратегічних комунікацій ЗСУ; Міністерством закордонних справ України; Центром протидії дезінформації при РНБО. Також використовуючи інформацію проаналізованої бази персоналій нардепів та блогерів-експертів, що поширюють наративи, українським спецслужбам слід взяти на озброєння їхні тактики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акаунт dmitriyrazumkov в соцмережі TikTok, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@dmitriyrazumkov> (дата звернення: 28.10.2025).
2. Акаунт DonaldTrump, *x.com*.URL: <https://x.com/realDonaldTrump> (дата звернення: 29.09.2025).
3. Акаунт ElonMusk, *x.com*.URL: <https://x.com/elonmusk> (дата звернення: 25.09.2025).
4. Акаунт FanElonMusk, *x.com*. URL: <https://x.com/ElonMuskPD> (дата звернення: 24.09.2025).
5. Акаунт NotElonMusk, *x.com*.URL: <https://x.com/ElonMuskAOC> (дата звернення: 25.09.2025).
6. Акаунт razumkov.fan в соцмережі TikTok, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.fan> (дата звернення: 10.10.2025).
7. Акаунт razumkov.official в соцмережі TikTok, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.official> (дата звернення: 11.10.2025).
8. Акаунт razumkov.time в соцмережі TikTok, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.time> (дата звернення: 27.09.2025).
9. Акаунт TheWhiteHouse, *x.com*.URL: <https://x.com/WhiteHouse> (дата звернення: 10.07.2025).
10. Акаунт wendengall, *x.com*.URL: <https://nitter.net/WendenGall> (дата звернення: 10.10.2025).
11. Акаунт Віталік «Донецк» Овчаренко, *x.com*.URL: https://x.com/Vit_Ovchar (дата звернення: 08.09.2025).
12. Акаунт Жаба з ГУР, *x.com*. URL: <https://nitter.net/gurfrog> (дата звернення: 29.09.2025).
13. Акаунт Картманенко, *x.com*.URL: <https://x.com/kartmanenko> (дата звернення: 27.09.2025).
14. Акаунт киллерсрайтингс – хроникидиктатури, *x.com*. URL: <https://x.com/kltapband> (дата звернення: 27.09.2025).

15. Акаунт Мирослав Олешко, *x.com*. URL: <https://x.com/oleshkomyroslav> (дата звернення: 20.09.2025).

16. Акаунт Потужнопереможець, *x.com*. URL: <https://x.com/brazilecAnk> (дата звернення: 21.09.2025).

17. Аудиторія TikTok в Україні – не менше 9,4 млн користувачів – KantarUkraine, *forbes.ua*. URL: <https://forbes.ua/news/auditoriya-tiktok-v-ukraini-ne-menshe-94-mln-koristuvachiv-kantar-ukraine-25042024-20788> (дата звернення: 29.10.2025).

18. Бусифікація — неологізм, який увійшов у топ-запитів 2024 року, *suspline.media*. URL: <https://suspline.media/culture/909045-busifikacia-neologizm-akij-uvijsov-u-top-zapitiv-2024-roku/> (дата звернення: 29.10.2025).

19. Бусифікація — слово року в Україні: що ще у переліку, *podrobnosti.ua*. URL: <https://podrobnosti.ua/2494000%E2%80%91busifkatsja%E2%80%9191slovo%E2%80%9191roku%E2%80%9191v%E2%80%9191ukran%E2%80%9191scho%E2%80%9191sche%E2%80%9191u%E2%80%9191perelku.html> (дата звернення: 27.10.2025).

20. В ЄС набуває чинності закон про цифрові послуги. *DeutscheWelle*. URL: <https://www.dw.com/uk/u-es-nabuvae-cinnosti-zakon-pro-cifrovi-poslugi/a-66626876> (дата звернення: 28.07.2025).

21. В Раде заявили о появленіи на Украине вождя Ким Чен Зе, *Lenta.ru*. URL: <https://web.archive.org/web/20251014175309/https://lenta.ru/news/2025/02/12/v-rade-zayavili-o-poyavlenii-na-ukraine-vozhdy-kim-chen-ze/> (дата звернення: 15.10.2025).

22. В тиктоке запустили тренд «Своих не бросаем» о дружбе России и Донбасса. В соцсетях нашли предполагаемое ТЗ для роликов, *tjournal.com*. URL: <https://web.archive.org/web/20251020115217/https://tjournal.ru/internet/543107-v-tiktoke-zapustili-trend-svoih-ne-brosaem-o-druzhbe-rossii-i-donbassa-v-socsetyah-nashli-predpolagaemoe-tz-dlya-rolikov> (дата звернення: 01.10.2025).

23. В тиктоке запустили тренд «Своих не бросаем» о дружбе России и Донбасса. В соцсетях нашли предполагаемое ТЗ для роликов, *tjournal.ru*. URL: <https://web.archive.org/web/20251020115217/https://tjournal.ru/internet/543107-v->

[tiktoke-zapustili-trend-svoih-ne-brosaem-o-druzhbe-rossii-i-donbassa-v-socsetyah-nashli-predpolagaemoe-tz-dlya-rolikov](#) (дата звернення: 01.10.2025).

24. Верховна Рада України прийняла у другому читанні і в цілому Закон №10449 "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо окремих питань проходження військової служби, мобілізації та військового обліку", *rada.gov.ua*. URL: <https://www.rada.gov.ua/news/razom/248328.html> (дата звернення: 17.10.2025).

25. Використання TikTok для зловмисного впливу на українську аудиторію, *ukrinform.ua*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3929266-vikoristanna-tiktok-dla-zlovmisnogo-vplyvu-na-ukrainsku-auditoriu.html> (дата звернення: 11.10.2025).

26. Використання TikTok для зловмисного впливу на українську аудиторію, *spravdi.gov.ua*. URL: <https://spravdi.gov.ua/vykorystannya-tiktok-dlya-zlovmysnogo-vplyvu-na-ukrayinsku-audytoriyu> (дата звернення: 11.10.2025).

27. Використання TikTok для зловмисного впливу на аудиторію, *ukrinform.ua*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3929266-vikoristanna-tiktok-dla-zlovmisnogo-vplyvu-na-ukrainsku-auditoriu.html> (дата звернення: 11.10.2025).

28. Відеоматеріал в соцмережі TikTokPOV«ти прокинувся в Маріуполі в 2022 році», *tiktok.com*. URL: https://www.tiktok.com/@eye_of_history/video/749429357231379586 (дата звернення: 15.10.2025).

29. Відеоматеріал в соцмережі TikTok «Маріуполь при «Загниваючий Росії»», *tiktok.com*. URL: https://www.tiktok.com/@rover215/video/7540591764952894727?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 15.10.2025).

30. Військова підготовка дітей з 5 років буде чи ні - Швайка зробив заяву, реакція мережі - Телеграф, *telegraf.com.ua*. URL: <https://news.telegraf.com.ua/ukr/ukraina/2025-08-05/5916954-detey-s-5-let-budut->

gotovit-k-voyne-zayavlenie-voennogo-shvayki-vozmutilo-set (дата звернення: 15.10.2025).

31. ВК група «Миротворці Новоросії», [web.archive.org.URL: https://web.archive.org/web/20251028173515/https://vk.com/wall-95865483_588957](https://web.archive.org/web/20251028173515/https://vk.com/wall-95865483_588957) (дата звернення: 20.09.2025).

32. ГО «ОСТАННІЙ БАСТІОН», [opendatabot.ua.URL: https://opendatabot.ua/c/38610236](https://opendatabot.ua/c/38610236) (дата звернення: 29.10.2025).

33. Горлівський комп'ютерний клуб, [x.com.URL: https://x.com/i/communities/1906724826766795222](https://x.com/i/communities/1906724826766795222) (дата звернення: 09.10.2025).

34. Два роки від 2022, [bastion.tv.URL: https://web.archive.org/web/20251112150239/https://bastion.tv/dva-roki-vid-2022_n61007](https://web.archive.org/web/20251112150239/https://bastion.tv/dva-roki-vid-2022_n61007) (дата звернення: 09.10.2025).

35. Депутат Рады назвал Зеленского «Ким Чен Зе» из-за ситуации с НАБУ и САП, [Gazeta.ru.URL: https://web.archive.org/web/20251112152209/https://www.gazeta.ru/politics/news/2025/11/11/27160316.shtml?p=article_body&article_counter=1#rcmrclid=0af323409ca8477f](https://web.archive.org/web/20251112152209/https://www.gazeta.ru/politics/news/2025/11/11/27160316.shtml?p=article_body&article_counter=1#rcmrclid=0af323409ca8477f) (дата звернення: 11.10.2025).

36. Діпфейк В. Залужного від акаунту «karpov_xmao86», [tiktok.com.URL: https://www.tiktok.com/@karpov_xmao86/video/7299088002469350658?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584](https://www.tiktok.com/@karpov_xmao86/video/7299088002469350658?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584) (дата звернення: 14.10.2025).

37. Діпфейк В. Зеленського від 18.03.2022, [tik.tok.com.URL: www.tiktok.com/@tv4_nyhetera/video/7076194943533894917](https://www.tiktok.com/@tv4_nyhetera/video/7076194943533894917) (дата звернення: 14.10.2025).

38. Діпфейк В. Зеленського від 26.04.2025 р, [tiktok.com URL: https://www.tiktok.com/@artur_joker/video/7497689057917455638](https://www.tiktok.com/@artur_joker/video/7497689057917455638) (дата звернення: 14.10.2025).

39. ДОСЛІДЖЕННЯ. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни, [opora.ua.org.URL: https://opora.ua.org](https://opora.ua.org)

<https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyi-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292> (дата звернення: 03.10.2025).

40. ДОСЛІДЖЕННЯ. Медіаспоживання українців: другий рік повномасштабної війни, *oporaua.org*. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyi-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25294> (дата звернення: 03.10.2025).

41. ДОСЛІДЖЕННЯ. Медіаспоживання українців: рік повномасштабної війни, *oporaua.org*. URL: <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyi-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25291> (дата звернення: 03.10.2025).

42. Забродіна, Д. О., Ташченко, А. Ю., Пропаганда і соціальні мережі: воля до (не)захищеності напередодні повномасштабного вторгнення, № 2(62) (2024). DOI: [https://doi.org/10.20535/2308-5053.2024.2\(62\).310929](https://doi.org/10.20535/2308-5053.2024.2(62).310929)

43. Законопроект №13685-2: хто зможе виїжджати за кордон під час воєнного стану, *eminar.ua*. URL: <https://7eminar.ua/news/12065-zakonoprojekt-13685-2-xto-zmoze-viyizdzati-za-kordon-pid-cas> (дата звернення: 05.10.2025).

44. ЗеКритий кордон: Україна перетворилася на Північну Корею, *bastion.tv*. URL: https://web.archive.org/web/20251112145534/https://bastion.tv/zekritij-kordon-ukrayina-peretvorilasya-na-pivnichnu-koreyu_n59915 (дата звернення: 05.10.2025).

45. Зеленскийвыбрал «Парагвайский» сценарий для Украины, *politforums.net*. URL: <https://www.politforums.net/ruua/1730191715.html> (дата звернення: 05.10.2025).

46. Зеленскогоустроиттолько «Парагвайский» сценарийзавершениявойны, *drivedrom.ru*. URL: <https://web.archive.org/web/20251112144515/https://drivedrom.ru/interesnoe/zelenskogo-ustroit-tolko-paragvajskij-sczenarij-zaversheniya-vojny.html> (дата звернення: 05.10.2025).

47. Знімання працівників ТЦК — що встановлено законом — Україна, *tsn.ua*. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/chy-zakonno-znimaty-na-video-ttsk-ta-politsiiu-pid-chas-viyny-poiasnennia-iurystky-2883167.html> (дата звернення: 20.10.2025).

48. К. В. Кислюк, Особливості репрезентації української ідентичності в соціальному медіа «ТікТок», 2021-10-05. DOI: <https://doi.org/10.31516/2410-5325.073.05>

49. Латиніна, Королевська, Балашов, Андрій Луганський потрапили під санкції, *espresso.tv*. URL: <https://espresso.tv/ekonomika-latinina-korolevska-balashov-a-takozh-blogger-andriy-luganskiy-ta-rosiyska-propagandistka-aksonenko-potrapili-pid-sanktsii> (дата звернення: 23.10.2025).

50. Лідери Єврейської общини України обікрали Україну, *bastion.tv*. URL: https://web.archive.org/web/20251112150642/https://bastion.tv/lideri-yevrejskoyi-obshini-ukrayini-obikrali-ukrayinu_n74617 (дата звернення: 05.10.2025).

51. Мелекесцев К. Нові технології соціальних мереж та їх наслідки для інформаційного протистояння навколо історії України. Науковий вісник Ізмаїльського державного гуманітарного університету. Серія: Історичні науки. 2023. Випуск 61. С. 25–33. DOI: [https://doi.org/10.31909/26168774.2023-\(61\)-3](https://doi.org/10.31909/26168774.2023-(61)-3)

52. Мобілізація з 18 років – що це означає – законопроект 10449, *fakty.com.ua*. URL: <https://fakty.com.ua/ua/ukraine/20240327-prizov-z-18-rokiv-za-zakonoprojektom-10449-u-minoboroni-rozstavili-krapki-nad-i/> (дата звернення: 13.10.2025).

53. Мобілізація після 55 років в Україні - чи призивають чоловіків, кого і куди, що каже закон -24 Канал, *24tv.ua*. URL: https://24tv.ua/mobilizatsiya-pislya-55-rokiv-ukrayini-prizivayut-cholovikiv_n2758440 (дата звернення: 13.10.2025).

54. На Украинерассказали о мобилизации 18-летних студентов, *lenta.ru*. URL: <https://web.archive.org/web/20251028170517/https://lenta.ru/news/2025/01/20/na-ukraine-rasskazali-o-mobilizatsii-18-letnih-studentov/> (дата звернення: 10.10.2025).

55. На Украинерассказали о мобилизации 18-летних студентов, *lenta.ru*. URL: <https://web.archive.org/web/20251028170517/https://lenta.ru/news/2025/01/20/na-ukraine-rasskazali-o-mobilizatsii-18-letnih-studentov/> (дата звернення: 10.10.2025).

56. НАТАЛІЯ КІНДРАТІВ: ТОП-10 міфів про ТЦК | Зелений Коридор, *youtube.com*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=2UyXat03w80> (дата звернення: 13.09.2025).

57. Олексій Гончаренко. Відео в TikTok про законотворчість та свободу слова, *TikTok.com* URL: <https://www.tiktok.com/@mpoleksiigoncharenko/video/7470565857068961030> (дата звернення: 09.10.2025).

58. Олексій Гончаренко. Відео в TikTok про політичну ситуацію в Україні, *TikTok.com* URL: <https://www.tiktok.com/@mpoleksiigoncharenko/video/7425582731217865989> (дата звернення: 09.10.2025).

59. Омельченко М. Наративний вимір стратегічної комунікації президента Зеленського в соціальній мережі Twitter під час російсько-української війни. *Синопис: текст, контекст, media*. Т. №2. Випуск 13. С. 114–122. DOI: <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2025.2.6>

60. Останні новини Останній Бастіон на UKR.NET, *ukr.net*. URL: <https://www.ukr.net/source/ostannij-bastion-2412.html> (дата звернення: 13.10.2025).

61. Паламарчук Ю. Д., Мацишина І. В. Образи Північної Кореї та Парагвайської диктатури в антиукраїнських наративах. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*, 2024. С. 138-140.

62. Паламарчук Ю. Д., Мацишина І. В. Образи Північної Кореї та Парагвайської диктатури в антиукраїнських наративах. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*, 2024. С. 138-140.

63. Паламарчук Ю. Д. Від Євромайдану до соцмереж: як кремлівська пропаганда використовує термін «каструлеголові» в інформаційній війні. *Травневі студії: історія, політологія, міжнародні відносини*, 2025. С. 123-126.

64. Паламарчук Ю. Д. Інформаційні технології маніпуляції на платформі «Х» проти України. *Публічна політика і державне управління в умовах війни*, 2025. С. 59.

65. Паламарчук Ю. Д. Актуалізація наративу Україна-Північна Корея в українському політичному дискурсі. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. Т. №2. Випуск 17. С. 131-135.

66. Паламарчук Ю. Д. Північна Корея, Парагвай та антиукраїнська пропаганда в інформаційному протистоянні. *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*. Т. №2. Випуск 16. С. 138-140.

67. Парагвайський сценарій: відому блогерку висміяли і розкритикували за її пророцтво масової загибелі чоловіків в Україні, *informer.ua*. URL: <https://informer.ua/uk/paragvayskiy-scenariy-vidomu-bloggerku-vismiyali-i-rozkritikuvali-za-jiji-prorocstvo-masovoji-zagibeli-cholovikiv> (дата звернення: 13.10.2025).

68. Парфенюк, І. (2025). TikTok-активізм в Україні як форма громадянської підтримки та спротиву під час повномасштабної війни. *Український інформаційний простір*, (1(15)), 154–173. DOI: [https://doi.org/10.31866/2616-7948.1\(15\).2025.335354](https://doi.org/10.31866/2616-7948.1(15).2025.335354)

69. Північна Корея, Парагвай та антиукраїнська пропаганда в інформаційному протистоянні, *Вісник студентського наукового товариства ДонНУ імені Василя Стуса*, URL: <https://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/16840> (дата звернення: 10.07.2025).

70. Підлітки за новим законом будуть визнані ухилянтами: штрафи в ТЦК – ТехноФан, *tehnofan.com.ua*. URL: <https://tehnofan.com.ua/2025/06/11/16-richni-pidlitky-za-novym-zakonom-budut%ca%b9-vyznani-ukhylyantamy-shtrafy-v-ttsk/> (дата звернення: 10.11.2025).

71. Політика Ілона Маска щодо Twitter сприяє поширенню російської пропаганди — дослідження ЄС, *suspilne.media*. URL: <https://suspilne.media/564463-politika-ilona-maski-sodo-twitter-spriaje-posirennyu-rosijskoi-propagandi-doslidzenna-es/> (дата звернення: 09.08.2025).

72. Понад 9 млн користувачів: що відбувається з українським TikTok, поки в США вирують бурі довкола нього, *dev.ua*. URL: <https://dev.ua/news/tiktok-v-ukraini-skilky-korystuvachiv-iakyi-ikh-vik-ta-pokaznyky-shchodennoho-korystuvannia-1714039226> (дата звернення: 05.10.2025).

73. Пост акаунту Жаба з ГУР за 08.09.2025, *x.com*. URL: <https://x.com/gurfrog/status/1965094151768473685> (дата звернення: 08.09.2025).

74. Пост акаунту Жабa з ГУР за 25.08.2025, *x.com*. URL: <https://x.com/gurfrog/status/1960428392462905368> (дата звернення: 05.09.2025).

75. Пости акаунту wendengall за 09.09.2025, *x.com*. URL: <https://nitter.net/WendenGall/status/1965435819436528094#m> (дата звернення: 05.09.2025).

76. Пости акаунту wendengall за 10.09.2025, *x.com*. URL: <https://nitter.net/WendenGall/status/1965751774616154516#m> (дата звернення: 12.09.2025).

77. Пости акаунту wendengall за 13.07.2023, *x.com*. URL: <https://nitter.net/WendenGall/status/1679941898260164611#m> (дата звернення: 05.07.2025).

78. Пости акаунту wendengall за 30.05.2025, *x.com*. URL: <https://nitter.net/WendenGall/status/1928199683018514615#m> (дата звернення: 05.07.2025).

79. Пости акаунту wendengall, *x.com*. URL: <https://x.com/WendenGall/status/1932753169643180261> (дата звернення: 05.10.2025).

80. Пости акаунту wendengall, *x.com*. URL: <https://x.com/WendenGall/status/1727356752503414991> (дата звернення: 05.11.2025).

81. Пости акаунту Картманенко, *x.com*. URL: <https://x.com/kartmanenko/status/1853460336789074372> (дата звернення: 06.10.2025).

82. Пости акаунту Мирослав Олешко, *x.com*. URL: <https://x.com/oleshkomyroslav/status/1712043886321832281> (дата звернення: 11.10.2025).

83. Пости акаунту Мирослав Олешко, *x.com*. URL: <https://x.com/oleshkomyroslav/status/1964990266684924104> (дата звернення: 12.10.2025).

84. Пости акаунту Мирослав Олешко, *x.com*. URL: <https://x.com/oleshkomyroslav/status/1966116404697911364> (дата звернення: 15.10.2025).

85. Пости акаунту Мирослав Олешко, *x.com*.URL: <https://x.com/oleshkomyroslav/status/1966262580000993479> (дата звернення: 15.10.2025).

86. Пости акаунту Мирослав Олешко за 02.10.2025, *x.com*.URL: <https://x.com/oleshkomyroslav/status/1973755884695097617> (дата звернення: 02.10.2025).

87. Пости акаунту Мирослав Олешко за 1.10.2025, *x.com*.URL: <https://x.com/oleshkomyroslav/status/1973411513164529739> (дата звернення: 05.10.2025).

88. Публікація аканту «Команди Разумкова» від 11.04.2024, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@razumkov_team/video/7356628096616828166 (дата звернення: 03.10.2025).

89. Публікація аканту «Команди Разумкова» від 15.04.2024. *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@razumkov_team/video/7358034782187490565 (дата звернення: 03.10.2025).

90. Публікація аканту agent_p1 від 27.06.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@agent_p1v0/video/7520586470227266871?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=756062473036207058 (дата звернення: 05.07.2025).

91. Публікація аканту andreamiller від 19.07.2023, *tiktok.com*.URL: <https://web.archive.org/web/20230719122311/https://www.tiktok.com/@andreamiller421/video/7252994110615784710> (дата звернення: 05.07.2025).

92. Публікація аканту babyirochka від 06.03.2022, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@baby_irochka/video/7072057185869630725?q=rlm%20russia&t=1760956899596 (дата звернення: 10.10.2025).

93. Публікація аканту diana_ukrainaa від 17.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@diana_ukrainaa/video/7562112519347670294?q=ші%20тцк&t=1760982729236 (дата звернення: 20.10.2025).

94. Публікація аканту diana_ukrainaa від 18.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@diana_ukrainaa/video/7562521515078487318?q=ші%20тцк&t=1760982729236 (дата звернення: 20.10.2025).

95. Публікація аканту diana_ukrainaа від 20.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@diana_ukrainaа/video/756306640648536399 (дата звернення: 20.10.2025).

96. Публікація аканту diana_ukrainaа про ІІІ котів від 17.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@diana_ukrainaа/video/7562062965504019734 (дата звернення: 20.10.2025).

97. Публікація аканту diana_ukrainaа про ІІІ котів від 17.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@diana_ukrainaа/video/756195689328818920 (дата звернення: 20.10.2025).

98. Публікація аканту diana_ukrainaа про ІІІ котів від 18.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@diana_ukrainaа/video/756253189843462069 (дата звернення: 20.10.2025).

99. Публікація аканту dmitriyrazumkov в соцмережі TikTok від 04.09.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@dmitriyrazumkov/video/7546130342189600006> (дата звернення: 10.09.2025).

100. Публікація аканту dmitriyrazumkov в соцмережі TikTok від 05.09.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@dmitriyrazumkov/video/7546521542792957240> (дата звернення: 10.09.2025).

101. Публікація аканту dmitriyrazumkov в соцмережі TikTok від 06.10.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@dmitriyrazumkov/video/7514300920994303238> (дата звернення: 20.10.2025).

102. Публікація аканту jadesola352 від 15.07.2022, *tiktok.com*. URL: <https://www.tiktok.com/@jadesola352/video/7120581808957213958?q=rlm%20russia&t=1760956899596> (дата звернення: 18.10.2025).

103. Публікація аканту jianhaofaguoren від 15.02.2022, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@jianhaofaguoren/video/7200504456125975813?is_from_weba

[pp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584](https://www.tiktok.com/@busikinfo/photo/7553644687890844940?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584) (дата звернення: 02.10.2025).

104. Публікація аканту mobrezhim від 24.09.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@busikinfo/photo/7553644687890844940?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 01.10.2025).

105. Публікація аканту mobrezhim від 25.09.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@busikinfo/video/7553967909261806859?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 01.10.2025).

106. Публікація аканту qazplm від 01.03.2022, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@qazplm_20/video/7070143911599099138 (дата звернення: 02.07.2025).

107. Публікація аканту razumkov.fan від 03.09.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.fan/video/7545766306553875720> (дата звернення: 07.09.2025).

108. Публікація аканту razumkov.fan від 09.10.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.fan/video/7559162610642357516> (дата звернення: 20.10.2025).

109. Публікація аканту razumkov.fan від 18.09.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.fan/video/7551515320117185848> (дата звернення: 20.10.2025).

110. Публікація аканту razumkov.official від 12.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@razumkov.official/video/7560378640618229003?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 20.10.2025).

111. Публікація аканту razumkov.official від 11.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@razumkov.official/video/7560378640618229003?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 12.10.2025).

112. Публікація аканту razumkov.official від 16.10.2025, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@razumkov.official/video/7561768717642648844?is_from_web

[app=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584](https://www.tiktok.com/@ukrglass/video/7335361313985547538?_r=1&t=8jsFXVzJtry) (дата звернення: 20.10.2025).

113. Публікація аканту razumkov.time від 18.09.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.time/video/755151775317844302> (дата звернення: 20.09.2025).

114. Публікація аканту razumkov.time від 20.09.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.time/video/755222516299370010> (дата звернення: 20.10.2025).

115. Публікація аканту razumkov.time від 26.09.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.time/video/755414189943978727> (дата звернення: 27.10.2025).

116. Публікація аканту razumkov.time від 27.09.2025, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@razumkov.time/video/755483887650293684> (дата звернення: 20.10.2025).

117. Публікація аканту ukrglass від 14.02.2024, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@ukrglass/video/7335361313985547538?_r=1&t=8jsFXVzJtry (дата звернення: 05.10.2025).

118. Публікація аканту ukrglass від 24.05.2024, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@ukrglass/video/7453714307910618386> (дата звернення: 05.10.2025).

119. Публікація аканту ukrglass від 26.09.2024, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@ukrglass/video/7418870317264801041?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 28.09.2025).

120. Публікація аканту А. Луганський в соцмережі TikTok за 05.09.2024, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@lugabeg/video/7411141460579405062?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 12.10.2025).

121. Публікація аканту А. Луганський в соцмережі TikTok за 14.12.2024, *tiktok.com*.URL:

https://www.tiktok.com/@lugabeg/video/7446098301033729286?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 12.10.2025).

122. Публікація аканту А. Луганський в соцмережі TikTok за 27.13.2024, *tiktok.com*.URL:

https://www.tiktok.com/@lugabeg/video/7450582253316377862?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 12.10.2025).

123. Публікація акаунту razumkov.official за 26.03.2024, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@razumkov.official/video/7350587511376219397?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7560624730362070584 (дата звернення: 23.09.2025).

124. Публікація в соцмережі *Vk.com, vk.com*. URL: https://web.archive.org/web/20251028173515/https://vk.com/wall-95865483_588957 (дата звернення: 05.10.2025).

125. Росія визнала ДНР Росія визнала ДНР та ЛНР – що далі » Слово і Діло, *slovodilo.ua*.URL: <https://www.slovoidilo.ua/2022/02/22/kolonka/denys-popovych/polityka/nova-realnist-novi-problemy-choho-pryzvede-vyznannya-dnr-ta-lnr> (дата звернення: 02.08.2025).

126. Скільки відкрито справ про СЗЧ: статистика - Главком, *glavcom.ua*.URL: <https://glavcom.ua/country/criminal/skilki-vidkrito-sprav-pro-szch-statistika-1083198.html> (дата звернення: 25.10.2025).

127. Слуги уroda відмовилися виділяти 50 мільярдів на підтримку ЗСУ, назвавши це піаром, *facebook.com*. URL: <https://www.facebook.com/bastion.tv/videos/22-лютого-2022-року-слуги-урода-відмовилися-виділяти-50-мільярдів-на-підтримку-з/779882681181467/> (дата звернення: 07.06.2025).

128. О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик та ін. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства: монографія. Київ: НБУВ, 2013. 220 с.

129. Тег #rlm, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/tag/rlm> (дата звернення: 20.11.2025).

130. Тег #russianlivesmatter, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/tag/russianlivesmatter> (дата звернення: 20.11.2025).
131. Тег разумков, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/tag/разумков> (дата звернення: 20.11.2025).
132. Тег розумна політика, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/tag/розумнаполітика> (дата звернення: 20.11.2025).
133. Телеканал Царьград, Страна-зомби: Українауходит в минус без возврата, *rutube.ru*. URL: <https://web.archive.org/web/20251112144948/https://rutube.ru/video/bd6af29a25ac1b9260048ca9cf98be68/> (дата звернення: 07.11.2025).
134. TikTok акаунт «Команди Разумкова», *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@razumkov_team (дата звернення: 07.11.2025).
135. TikTok акаунт busikinfo, *tiktok.com*.URL: <https://web.archive.org/web/20250217144804/https://www.tiktok.com/@busikinfo> (дата звернення: 07.11.2025).
136. TikTok акаунт diana_ukrainaа, *tiktok.com*.URL: https://www.tiktok.com/@diana_ukrainaа (дата звернення: 07.11.2025).
137. TikTok акаунтmobrezhim, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@mobrezhim> (дата звернення: 07.11.2025).
138. TikTok акаунт ukrglass, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@ukrglass> (дата звернення: 07.11.2025).
139. TikTok акаунт А. Луганського lugabeg, *tiktok.com*.URL: <https://www.tiktok.com/@lugabeg> (дата звернення: 07.11.2025).
140. TikTok публікація від аканту andreamiller, *tiktok.com*.URL: <https://web.archive.org/web/20230719122311/https://www.tiktok.com/@andreamiller421/video/7252994110615784710> (дата звернення: 08.11.2025).
141. TikTok під виглядом новин про Україну просуває російську пропаганду та фейки – дослідження IMI, *imi.org.ua*.URL: <https://imi.org.ua/monitorings/tiktok-pid-vyglyadom-novyn-pro-ukrayinu-prosuvaye-rosijsku-propagandu-ta-fejky-doslidzhennya-imi-i67520> (дата звернення: 01.11.2025).

142. У TikTok виявили фейкові відео, спрямовані проти ЗСУ — ЦПД, *zn.ua*. URL: <https://zn.ua/ukr/war/u-tiktok-vijavili-fejkovi-video-sprjamovani-proti-zsu-tspd.html> (дата звернення: 02.11.2025).

143. У TikTok поширюють нову хвилю фейкових відео, спрямованих на дискредитацію ЗСУ, *t.me*. URL: <https://t.me/CenterCounteringDisinformation/15633> (дата звернення: 02.11.2025).

144. У Сухопутних військах ЗСУ розповіли про походження терміну "бусифікація" - Патріот Донбасу, *donpatriot.news*. URL: <https://donpatriot.news/u-suhoputnyh-vijskah-zsu-rozpovily-pro-pohodzhennya-terminu-busyfikacziya> (дата звернення: 02.11.2025).

145. Удар по Україні, страшніший за балістику і шахеди, *bastion.tv*. URL: https://web.archive.org/web/20251112150301/https://bastion.tv/udar-po-ukrayini-strashnishij-za-balistiku-i-shahedi_n58013 (дата звернення: 02.11.2025).

146. Українастоит перед угрозой так называемого "парагвайского сценария", - Арестович, *vesti-ua.net*. URL: <https://vesti-ua.net/novosti/politika/244212-ukraina-stoit-pered-ugrozoy-tak-nazyvaemogo-paragvayskogo-scenariya-arestovich.html> (дата звернення: 10.10.2025).

147. Участь в опитуваннях у Twitter зможуть брати лише верифіковані користувачі, *ms.detector.media*. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/31517/2023-03-28-uchast-v-opytuvannyakh-u-twitter-zmozhut-braty-lyshe-veryfikovani-korystuvachi/> (дата звернення: 07.09.2025).

148. Х (Twitter) — темний бік українських медіа, *imi.org*. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/h-twitter-temnyj-bik-ukrayinskyh-media-i63639> (дата звернення: 07.09.2025).

149. Харамурза, Д. (2023). Інформаційний тероризм як інструмент гібридної війни та фактор руйнації медіапростору. Інтегровані комунікації, 2 (16), 29-37. DOI: <https://doi.org/10.28925/2524-2644.2023.163>

150. Хто керує Україною?, *bastion.tv*. URL: https://bastion.tv/hto-keruye-ukrayinoyu_n62216 (дата звернення: 07.11.2025).

151. Через закон про «фейкові новини». TikTok зупинив завантаження відео та трансляції з Росії, *techno.nv.ua*. URL: <https://techno.nv.ua/ukr/it-industry/blokuvannya-tiktok-v-rosiji-50222891.html> (дата звернення: 02.11.2025).

152. Що передбачає законопроект № 10449 про мобілізацію та військову підготовку, *t.me*. URL: https://t.me/ministry_of_defense_ua/9192 (дата звернення: 02.11.2025).

153. Як нова політика Маска у Twitter сприяла поширенню російської пропаганди, — дослідження, *texty.org.ua*. URL: <https://texty.org.ua/fragments/110556/yak-nova-polityka-mask-a-u-twitter-spryyala-poshyrennyu-rosijskoyi-propahandy-doslidzhennya> (дата звернення: 09.09.2025).

154. As Musk is learning, content moderation is a messy job, *apnews.com*. URL: <https://apnews.com/article/kanye-west-elon-musk-twitter-inc-entertainment-technology-0bf6e0ab969a60cd38abd9358ee5fd47> (дата звернення: 09.10.2025).

155. Big tech grapples with Russian statemedia, propaganda, *apnews.com*. URL: <https://apnews.com/article/russia-ukraine-steve-bannon-technology-business-social-media-fed6f490e415e5aca4a49a98919d6b22> (дата звернення: 07.10.2025).

156. Castells M. *The Rise of the Network Society*. 2nd ed. Oxford : Wiley-Blackwell, 2010. 656 p.

157. Digital Services Act Application of the risk management framework to Russian disinformation campaigns, *op.europa.eu*. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c1d645d0-42f5-11ee-a8b8-01aa75ed71a1/language-de> (дата звернення: 07.10.2025).

158. Directive 2000/31/EC of the European Parliament and of the Council of 8 June 2000 on certain legal aspects of information society services, in particular electronic commerce, in the Internal Market ('Directive on electronic commerce'), *eur-lex.europa.eu*. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=celex%3A32000L0031> (дата звернення: 07.09.2025).

159. Disinformation most active on X, formerly known as Twitter, EU says, *bbc.com*. URL: <https://www.bbc.co.uk/news/technology-66926080> (дата звернення: 07.09.2025).

160. Elon Musk Fires Twitter Employees Who Criticized Him, www.nytimes.com. (дата звернення: 02.08.2025).

161. Elon Musk is about to pull Twitter out of a major online disinformation agreement in Europe, report says, [businessinsider.com](https://www.businessinsider.com/elon-musk-to-pull-twitter-out-eu-disinformation-agreement-report-2023-5). URL: <https://www.businessinsider.com/elon-musk-to-pull-twitter-out-eu-disinformation-agreement-report-2023-5> (дата звернення: 07.11.2025).

162. Elon Musk says paying Twitter \$8 per month will get you a blue verified check mark, fewer ads, and priority in tweet replies and search, [businessinsider.com](https://www.businessinsider.com/elon-musk-new-twitter-verification-system-cost-details-2022-11). URL: <https://www.businessinsider.com/elon-musk-new-twitter-verification-system-cost-details-2022-11> (дата звернення: 08.09.2025).

163. Elon Musk's X is being used as a key 'weapon of mass manipulation' for Russian disinformation, the EU says, and warns it is 'watching' the social network, [businessinsider.com](https://www.businessinsider.com/elon-musks-x-most-active-platform-for-russian-disinformation-2023-9). URL: <https://www.businessinsider.com/elon-musks-x-most-active-platform-for-russian-disinformation-2023-9> (дата звернення: 07.09.2025).

164. EU accuses X/Twitter of breaching the Digital Services Act, [computerworld.com](https://www.computerworld.com/article/2516826/eu-accuses-x-twitter-of-breaching-the-digital-services-act.html). URL: <https://www.computerworld.com/article/2516826/eu-accuses-x-twitter-of-breaching-the-digital-services-act.html> (дата звернення: 01.11.2025).

165. European Commission warns Musk against spreading Russian propaganda, [ukrainianworldcongress.org](https://www.ukrainianworldcongress.org/european-commission-warns-musk-against-spreading-russian-propaganda/). URL: <https://www.ukrainianworldcongress.org/european-commission-warns-musk-against-spreading-russian-propaganda/> (дата звернення: 07.11.2025).

166. Exploiting TikTok malicious influence on ukrainian audience, [spravdi.gov.ua](https://spravdi.gov.ua/en/exploiting-tiktok-for-malicious-influence-on-ukrainian-audience). URL: <https://spravdi.gov.ua/en/exploiting-tiktok-for-malicious-influence-on-ukrainian-audience> (дата звернення: 07.11.2025).

167. Free TikTok Analytics Tool&Profile Viewer – Countik, URL: <https://countik.com/tiktok-analytics> (дата звернення: 01.11.2025).

168. From election to COVID, 9/11 conspiracies cast a long shadow, [apnews.com](https://apnews.com/article/health-coronavirus-pandemic-conspiracy-theories-25f779296b1651a35836b396335daf83). URL: <https://apnews.com/article/health-coronavirus-pandemic-conspiracy-theories-25f779296b1651a35836b396335daf83> (дата звернення: 07.09.2025).

169. FSB Alpha Group (v2), *nexusmods.com*. URL: <https://www.nexusmods.com/readyornot/mods/4502> (дата звернення: 07.09.2025).
170. Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
171. Here are 17 of the most outrageous impersonations to come from Elon Musk's Twitter Blue rollout blunder, *businessinsider.com*. URL: <https://www.businessinsider.com/elon-musk-twitter-blue-most-shocking-verified-account-impersonations-2022-11> (дата звернення: 09.09.2025).
172. Here's everything that's happened to Twitter since Elon Musk bought it and renamed it X, *businessinsider.com*. URL: <https://www.businessinsider.com/elon-musk-twitter#october-2022-1> (дата звернення: 07.09.2025).
173. Hitler's verified account sparks outrage on X, *caliber.az*. URL: <https://caliber.az/en/post/hitler-s-verified-account-sparks-outrage-on-x> (дата звернення: 07.09.2025).
174. Hrytsak Y., Halushko K., Prymachenko Ya., Yefimenko H., Hromenko S., Homeniuk I., Yermolenko V., Lliuk O., Sorotsynska O., Kadelnik A. Re-Vision of history. Russian historical propaganda and Ukraine. Kyiv : *K.I.S.*, 2019. 92 p.
175. Jenkins H. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York : New York University Press, 2006. 308 p.
176. Moldova's election faces AI-driven disinformation from Russia, *appnews.com*. URL: <https://apnews.com/article/moldova-election-europe-disinformation-russia-461e9a1c9558ae140c5b7539a5c89fd4> (дата звернення: 07.09.2025).
177. Nimmo B. Anatomy of an Info-War: How Russia's Propaganda Machine Works, and How to Counter It. *Atlantic Council . Central European Policy Institute*. 2015. *stopfake.org*. URL: <https://www.stopfake.org/en/anatomy-of-an-info-war-how-russia-s-propaganda-machine-works-and-how-to-counter-it/> (дата звернення: 04.11.2025).
178. Pomerantsev P. Nothing Is True and Everything Is Possible: The Surreal Heart of the New Russia. *New York: PublicAffairs*. 2014. 241 p.

179. Pomerantsev P. This Is Not Propaganda: Adventures in the War Against Reality . London: Faber&Fabe. 2019. 256 p.

180. Read the midnight email Elon Musk sent Twitter staff telling them to work 'long hours at high intensity' – orquit, *businessinsider.com*. URL: <https://www.businessinsider.com/read-musks-midnight-email-telling-twitter-staff-work-long-hours-2022-11> (дата звернення: 02.09.2025).

181. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act), *eur-lex.europa.eu*. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2022/2065/oj/eng> (дата звернення: 02.09.2025).

182. Russian propaganda uses fake TikTok accounts to spread disinformation about Ukrainian officials, *unn.ua*. URL: <https://unn.ua/en/news/russian-propaganda-uses-fake-tiktok-accounts-to-spread-disinformation-about-ukrainian-officials> (дата звернення: 12.09.2025).

183. Sherry Turkle: Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other. *Clin Soc Work J* **43**, 247–248 (2015). DOI: <https://doi.org/10.1007/s10615-014-0511-4>

184. Sora, *sora.chatgpt.com*. URL: <https://sora.chatgpt.com/onboarding?redirect=/explore> (дата звернення: 12.09.2025).

185. State-controlled media experience sudden Twitter gains after unannounced platform policy change, *dflab.com*. URL: <https://dfrlab.org/2023/04/21/state-controlled-media-experience-sudden-twitter-gains-after-unannounced-platform-policy-change/> (дата звернення: 12.09.2025).

186. Steblyna N. O., Matsyshyna I. V., Skalatska O. The COVID-19 Pandemic, Twitter, and the Archetype of “Country Savior” in the Ukrainian Case. *Studia Politica. Romanian Political Science Review*. 2022. P. 67-95.

187. The sound of disinformation: TikTok, computational propaganda, and the invasion of Ukraine, *journals.sagepub.com*. URL:

<https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/14614448241251804> (дата звернення: 12.10.2025).

188. TikTok influencers are dancing, lip-syncing, and posing to promote Russia's war in Ukraine, *codastory.com*. URL: <https://www.codastory.com/disinformation/tiktok-influencers-are-dancing-lip-syncing-and-posing-to-promote-russias-war-in-ukraine> (дата звернення: 12.09.2025).

189. TikTok trends push Russian disinformation about the war in Ukraine, *CodaStory*. URL: <https://www.codastory.com/disinformation/tiktok-influencers-are-dancing-lip-syncing-and-posing-to-promote-russias-war-in-ukraine> (дата звернення: 11.09.2025).

190. Tracing the rise of Russian state media on TikTok, *brookings.edu*. URL: <https://www.brookings.edu/articles/tracing-the-rise-of-russian-state-media-on-tiktok/> (дата звернення: 12.11.2025).

191. Tracing the rise of Russian media on TikTok, *brookings.edu.ua*. URL: <https://www.brookings.edu/articles/tracing-the-rise-of-russian-state-media-on-tiktok> (дата звернення: 12.11.2025).

192. Twitter changes stoke Russian, Chinese propaganda surge, *appnews.com*. URL: <https://apnews.com/article/twitter-russia-china-elon-musk-ukraine-2eedeabf7d555dc1d0a68b3724cfdd55> (дата звернення: 13.11.2025).

193. Twitter says it's purging inactive accounts: What you need to know, *zdent.com*. URL: <https://www.zdnet.com/article/twitter-says-its-purging-inactive-accounts-what-you-need-to-know/> (дата звернення: 09.09.2025).

194. Twitter та YouTube ігнорують запити України на видалення російської пропаганди – дослідження, *imi.org*. URL: <https://imi.org.ua/news/twitter-ta-youtube-ignoruyut-zapyty-ukrayiny-na-vydalennya-rosijskoyi-propagandy-doslidzhennya-i46760> (дата звернення: 12.09.2025).

195. Twitter's EU-only geoblocks of Russia Today off to a shaky start, *techcrunch.com*. URL: <https://techcrunch.com/2022/03/03/twitters-eu-only-geoblocks-of-russia-today-off-to-a-shaky-start/> (дата звернення: 16.09.2025).

196. Twitter chaos after wave of blue tick impersonations, *bbc.com*. URL: <https://www.bbc.com/news/technology-63599553> (дата звернення: 12.11.2025).

197. Twitter ends enforcement of COVID misinformation policy, *appnews.com*. URL: <https://apnews.com/article/twitter-ends-covid-misinformation-policy-cc232c9ce0f193c505bbc63bf57ecad6> (дата звернення: 12.11.2025).

198. Ursula von der Leyen, A Union that strives for more My agenda for Europe, *commission.europa.eu*. URL: https://commission.europa.eu/document/download/063d44e9-04ed-4033-acf9-639ecb187e87_en?filename=political-guidelines-next-commission_en.pdf (дата звернення: 12.10.2025).

199. Webster dictionary disinformation, *merriam-webster.com*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/disinformation> (дата звернення: 20.11.2025).

200. Webster dictionary propaganda, *merriam-webster.com*. URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/propaganda> (дата звернення: 20.11.2025).

201. X Tackles Misinformation with New Parody Account Labels: Here's How It Works, *techwiser.com*. URL: <https://techwiser.com/x-tackles-misinformation-with-new-parody-account-labels-heres-how-it-works/> (дата звернення: 20.09.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А. Теги, що стали популярними в Україні в 2025 році [26].

