

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЄВО-МОГИЛЯНСЬКА АКАДЕМІЯ»

Факультет соціальних наук та соціальних технологій

кафедра політології

ТЕМА КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ

**«ТРАНСФОРМАЦІЯ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ СТРАТЕГІЙ В
МЕРЕЖЕВОМУ СУСПІЛЬСТВІ: ВИКОРИСТАННЯ
АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ ТА СИСТЕМ ШТУЧНОГО
ІНТЕЛЕКТУ»**

дипломна робота
на здобуття академічного звання бакалавра
політології студентки Землянської Олександр
В'ячеславівни

Керівник: Кармазіна М. С.
Доктор політичних наук, професор
Заслужений діяч науки і техніки України

Робота допущена до захисту в ДЕК рішенням
кафедри політології протокол №__ від
_____ 20__ р.

Завідувач кафедри _____

Київ – 2025 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретико-методологічні засади дослідження.....	8
1.1. Характеристика літератури за темою.....	8
1.2. Обґрунтування методології дослідження.....	19
Розділ 2. Мережеве суспільство як середовище трансформації пропаганди.....	24
2.1. Особливості мережевого суспільства як платформи для пропаганди.....	24
2.2. Трансформація пропагандистських стратегій в умовах мережевого суспільства.....	32
Розділ 3. Можливості і обмеження автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в трансформації пропагандистських стратегій....	42
3.1. Типологія та принципи роботи автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в реалізації пропагандистських стратегій.....	42
3.2. Механізми інтеграції автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в пропагандистські стратегії.....	50
3.3. Аналіз ефективності використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в реалізації пропагандистських стратегій.....	57
Розділ 4. Аналіз сучасних практик використання автоматизованих систем і систем штучного інтелекту пропаганді.....	60
4.1. Автоматизовані системи та системи штучного інтелекту в китайських кампаніях впливу щодо Тайваню (2022-2024 рр.).....	65
4.2. Автоматизовані системи та системи штучного інтелекту в умовах Ізраїльсько-палестинського конфлікту (2023-2024 рр.).....	74
Висновки.....	81
Список використаних джерел.....	85
Анотація.....	98

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. У ХХІ столітті феномен пропаганди зазнав принципових змін під глобальної цифровізації. З появою соціальних мереж, генеративного штучного інтелекту, автоматизованих інформаційних систем та платформ алгоритмічного контенту, пропагандистські практики стали більш динамічними, адресними, масованими й важче виявлюваними. У цих умовах мережеве суспільство — як структура горизонтальної комунікації, миттєвої циркуляції інформації та гнучкої взаємодії — стало не просто новим середовищем, а архітектурою впливу, в якій формуються нові моделі пропаганди.

Саме в цьому контексті постає тема дослідження — трансформація пропагандистських стратегій у мережевому суспільстві з урахуванням використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту.

Обґрунтування актуальності цієї теми базується на тому, що в сучасній політичній науці ще не склалася цілісна картина того, як технології змінюють не лише техніку, але й логіку інформаційного впливу. Існуючі дослідження часто зосереджуються або на загрозах дезінформації, або на впливі окремих платформ, однак системна увага до взаємозв'язку технологічного середовища, соціальної структури та стратегічного політичного впливу поки що лишається фрагментарною.

У науковому дискурсі можна виокремити кілька важливих підходів, які формують поле цієї теми. По-перше, це теорія мережевого суспільства Мануеля Кастельса, яка пояснює, як динаміка соціальної взаємодії зміщується від ієрархій до гнучких інформаційних мереж. По-друге, — дослідження інформаційної війни та цифрової дезінформації, які підкреслюють нові загрози інформаційній безпеці. По-третє, — дослідження того, як алгоритми впливають на людей, як автоматизуються політичні кампанії та як створюється штучний контент.

Водночас саме поєднання цих підходів дає змогу поставити наукове **дослідницьке питання**: Яким чином трансформуються пропагандистські стратегії в умовах мережевого суспільства під впливом автоматизованих систем

та ШІ, і як це впливає на природу політичного впливу у демократичному контексті? Це питання не є лише теоретичним. Воно має практичне значення — як для розуміння механізмів політичної мобілізації, інформаційної агресії та маніпуляції, так і для формування відповідей на нові виклики в сфері інформаційної безпеки, політичної комунікації та публічної політики. Український контекст, у якому питання інформаційного суверенітету стало елементом виживання держави, лише загострює цю потребу.

Дослідження спрямоване на заповнення кількох прогалин у науковому полі. По-перше, воно системно інтегрує підходи із соціології, політології, теорії комунікацій і технічних наук. По-друге, акцент робиться не лише на змісті пропаганди, а й на технологіях її реалізації, що дозволяє краще зрозуміти логіку її ефективності. По-третє, дослідження включає емпіричні кейси (Китай, Ізраїльсько-палестинський конфлікт), що дає змогу не лише описати загальні тенденції, а й зіставити практичні механізми впливу у різних політичних умовах.

Об'єкт дослідження: пропагандистські стратегії в мережевому суспільстві. Це суспільство функціонує за принципами гнучкої децентралізованої комунікації, швидкої циркуляції інформації та високої залежності від цифрових платформ. У такому середовищі традиційна вертикаль влади втрачає ефективність, натомість ключову роль відіграє інформаційна впливовість, яка забезпечується технологічними засобами

Предмет дослідження: процес трансформації пропагандистських стратегій під впливом використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту. Йдеться про те, як саме ШІ, алгоритми, соціальні боти, генеративні моделі та інші автоматизовані технології впливають на створення, поширення та адаптацію пропагандистських повідомлень.

Метою дослідження є з'ясування, як трансформуються пропагандистські стратегії у мережевому суспільстві внаслідок використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту, і який це має вплив на політичну комунікацію, сприйняття і контроль інформаційного простору.

Завдання дослідження:

1. Проаналізувати сучасну літературу щодо концепції мережевого суспільства.
2. Обґрунтувати методологічні основи дослідження.
3. Визначити особливості мережевого суспільства як середовища трансформації пропаганди.
4. Дослідити можливості та обмеження автоматизованих систем і систем ІІІ у реалізації пропагандистських стратегій.
5. Проаналізувати конкретні приклади цифрової пропаганди в умовах сучасних геополітичних конфліктів.
6. Оцінити ефективність і наслідки застосування таких стратегій у контексті демократії, інформаційної безпеки та громадянського суспільства.

Методологічно дослідження базується на міждисциплінарному підході, що поєднує елементи політичної теорії, соціології комунікації, технологічних студій та інформаційної безпеки. Теоретичну основу становлять концепція мережевого суспільства Мануеля Кастельса, підхід до політичної пропаганди як стратегічної комунікації, а також дискурс-аналіз цифрових кампаній. Методологія включає кейсовий аналіз, контент-аналіз цифрового контенту, елементи критичного аналізу наративів та порівняльний підхід. Такий дизайн дозволяє охопити як структурні аспекти цифрової пропаганди, так і технологічну складову її реалізації, що особливо актуально в умовах гібридних загроз.

Джерельна база дослідження включає наукові джерела, що охоплюють теоретичні, аналітичні та емпіричні аспекти проблематики трансформації пропаганди в умовах мережевого суспільства. Вона структурована за кількома ключовими напрямками. Перший пласт становлять **теоретичні засади концепції мережевого суспільства**, що слугують методологічним підґрунтям дослідження. Йдеться передусім про праці Мануеля Кастельса, зокрема «Informationalism, networks, and the network society: a theoretical blueprint»,¹ а також про їх розробку й адаптацію в українському академічному просторі у статтях Рижака Л. та

¹ Castells M. Informationalism, networks, and the network society: A theoretical blueprint. The Network Society: A Cross-Cultural Perspective. 2004. P. 3–45.

Пецуха Р. «Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса»² і Кондова К. В. «Концепція соціального контролю в соціологічній теорії мережевого суспільства Мануеля Кастельса».³ Додаткову увагу приділено роботам Городенка Л. М. «Мережеве суспільство та мережеві комунікації»⁴ і Гурової І. В. «Мережеве суспільство як новітній глобальний проєкт розвитку людства»,⁵ які висвітлюють суспільно-комунікаційні трансформації в контексті цифровізації.

Другий напрям охоплює **дослідження цифрової пропаганди та гібридних впливів**. Зокрема, розглянуто роботу Почепцова Г. «Трансформації пропаганди з приходом інтернету»,⁶ статтю Сенченка О. «Новітні війни з використанням інформаційно-психологічної зброї»,⁷ а також працю Данильяна О. Г. та Дзьобань О. П. «Сучасна війна: трансформація сенсу в епоху інформаційних технологій».⁸

До третьої категорії належать **джерела, присвячені технологічним аспектам сучасної пропаганди** — зокрема використанню автоматизованих систем і ШІ. Це, зокрема, праця Ferrara E. та ін. «The rise of social bots»,⁹ монографія Howard P. N. «Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives»,¹⁰ та аналітична публікація Brandt J. «Propaganda, foreign interference, and generative AI»¹¹.

Четвертий блок формують **емпіричні дослідження сучасних пропагандистських кейсів**. У роботі розглянуто такі приклади: діяльність бот-

² Рижак Л., Пецух Р. Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса. Звітна наукова конференція філософського факультету. 2025. С. 43-45.

³ Кондов К. В. Концепція соціального контролю в соціологічній теорії мережевого суспільства Мануеля Кастельса. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. 2015. № 3(1). С. 68–78.

⁴ Городенко Л. М. Мережеве суспільство та мережеві комунікації. Інформаційне суспільство. 2011. Вип. 14. С. 55–58.

⁵ Гурова І. В. Мережеве суспільство як новітній глобальний проєкт розвитку людства. Publishing House «Baltija Publishing». 2022. С. 43–64.

⁶ Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>.

⁷ Сенченко О. Новітні війни з використанням інформаційно-психологічної зброї. Вісник Книжкової палати. 2014. № 8. С. 34–39.

⁸ Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Сучасна війна: трансформація сенсу в епоху інформаційних технологій. Інформація і право. 2022. № 4(43). С. 9–22.

⁹ Ferrara E., Varol O., Davis C., Menczer F., Flammini A. The rise of social bots. Communications of the ACM. 2016. Vol. 59, No. 7. P. 96–104.

¹⁰ Howard P. N. Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives. Yale University Press. 2020. 240 p.

¹¹ Brandt J. Propaganda, foreign interference, and generative AI. Brookings. URL: <https://www.brookings.edu/articles/propaganda-foreign-interference-and-generative-ai/>.

мереж (Hristakieva K. та ін. «The spread of propaganda by coordinated communities on social media»¹²); поширення дезінформації через soft news (Zhu Y. & Fu K. W. «How propaganda works in the digital era: Soft news as a gateway»¹³); використання Telegram-каналів для інформаційної агресії (Butyrina M. & Temchenko L. «Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів»¹⁴).

Структура роботи: дослідження складається зі вступу, чотирьох розділів, дев'яти підрозділів до них, висновку, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи — 98 сторінок, список використаних джерел налічує 135 найменувань.

12 Hristakieva K., Cresci S., Da San Martino G., Conti M., Nakov P. The spread of propaganda by coordinated communities on social media. Proc. 14th ACM Web Science Conf. 2022. P. 191–201.

13 Zhu Y., Fu K. W. How propaganda works in the digital era: Soft news as a gateway. Digital Journalism. 2024. Vol. 12, No. 6. P. 753–772.

14 Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. Communications and Communicative Technologies. 2023. № 23. С. 71–79.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Характеристика літератури за темою

У сучасному світі інформація стала не лише ключовим ресурсом, а й засобом впливу, який дедалі частіше використовується у політичних, соціальних та військових цілях. Особливої актуальності набуває вивчення пропаганди як форми комунікативної дії, що інтенсивно трансформується під впливом розвитку цифрових технологій, автоматизованих систем та штучного інтелекту. У фокусі опиняється феномен мережевого суспільства, що радикально змінює умови поширення інформації, її споживання та впливу на масову свідомість.

Стан наукового дискурсу демонструє зростаючий інтерес до поєднання класичних підходів із новими викликами. У цьому контексті особливу роль відіграють такі автори, як Мануель Кастельс — засновник теорії мережевого суспільства,¹⁵ а також сучасні дослідники інформаційних маніпуляцій і цифрових стратегій — від Дж. Фаркаша¹⁶ до С. Зубофф¹⁷, П. Говарда¹⁸, Е. Феррари¹⁹.

Концепція мережевого суспільства є ключовою для розуміння змін у структурі комунікації та механізмах впливу в цифрову епоху. Її засновником вважається Мануель Кастельс, який в межах тритомної праці «Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура» окреслив нову соціальну формацію, що базується на мережевих зв'язках, інформаційних потоках і динамічних структурах.²⁰

¹⁵ Пічугіна Ю. Нова культура в концепції мережевого суспільства Мануеля Кастельса. Молодий вчений. 2019. № 1(65). С. 17–19.

¹⁶ Farkas J., Schou J. Fake news as a floating signifier: Hegemony, antagonism and the politics of falsehood. *Javnost—The Public*. 2018. Vol. 25, No. 3. P. 298–314.

¹⁷ Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. 2019. 704 p.

¹⁸ Howard P. N. *Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives*. Yale University Press. 2020. 240 p.

¹⁹ Ferrara E., Varol O., Davis C., Menczer F., Flammini A. The rise of social bots. *Communications of the ACM*. 2016. Vol. 59, No. 7. P. 96–104.

²⁰ Рижак Л., Пецух Р. Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса. Звітна наукова конференція філософського факультету. 2025. С. 43-45.

У роботах Л. Рижак і Р. Пецуха наголошується, що мережеве суспільство у Кастельса не є простою технологічною конструкцією — це новий соціокультурний порядок, де влада формується навколо інформаційного контролю, а не територіального домінування²¹. К. Кондов розкриває один із фундаментальних аспектів цієї концепції — соціальний контроль, який здійснюється не через ієрархію, а через мережеву взаємодію, що значно ускладнює виявлення джерела впливу.²² Це створює сприятливі умови для непрямого, прихованого впливу — тобто для нових форм пропаганди. Ю. Пічугіна звертає увагу на культурний аспект мережевого суспільства — зокрема, на формування «нової культури», яка базується на гнучких і нестабільних ціннісних орієнтирах. В умовах такої культури пропагандистські повідомлення можуть легко вбудовуватись у загальний інформаційний потік, не викликаючи суспільного опору.²³

Важливою є й проблема трансформації самої комунікації. Л. Степанова аналізує, як перехід до цифрових форматів комунікації змінює механізми передачі змістів: з лінійного на мережевий, з централізованого на децентралізований.²⁴ Це змінює не лише канали, а й типи взаємодії між владою, медіа і населенням. Подібну думку підтримує Л. Городенко, яка вказує, що мережеві комунікації є основою нової політичної динаміки, в якій маніпуляція змістом стає легшою, ніж у традиційних ЗМІ.²⁵

І. Гурова підкреслює, що мережеве суспільство створює передумови для формування нової парадигми глобального розвитку — децентралізованої, цифрово-орієнтованої, залежної від інформаційного обміну.²⁶ Водночас це відкриває простір для створення альтернативних реальностей — через

²¹ Рижак Л., Пецух Р. Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса. Звітна наукова конференція філософського факультету. 2025. С. 43-45.

²² Кондов К. В. Концепція соціального контролю в соціологічній теорії мережевого суспільства Мануеля Кастельса. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. 2015. № 3(1). С. 68–78.

²³ Пічугіна Ю. Нова культура в концепції мережевого суспільства Мануеля Кастельса. Молодий вчений. 2019. № 1(65). С. 17–19.

²⁴ Степанова Л. В. Трансформації процесу комунікації в умовах становлення інформаційного суспільства. Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2011. № 45. С. 205–210.

²⁵ Городенко Л. М. Мережеве суспільство та мережеві комунікації. Інформаційне суспільство. 2011. Вип. 14. С. 55–58.

²⁶ Гурова І. В. Мережеве суспільство як новітній глобальний проєкт розвитку людства. Publishing House «Baltija Publishing». 2022. С. 43–64.

фільтруючі алгоритми, персоналізовані стрічки новин, масове таргетування. Усе це є ґрунтом для новітніх пропагандистських стратегій. Електронна демократія як похідна мережевого суспільства розглядається Е. Войновою, яка показує, що з розвитком цифрових інструментів зростає не лише участь громадян у політиці, а й вразливість до маніпуляцій.²⁷ Це положення узгоджується з дослідженням Т. Савельєвої, яка вказує, що саме невизначеність і розмитість поняття мережевого суспільства ускладнює його аналіз, але водночас відкриває можливості для інформаційних експериментів.²⁸

Однією з найактуальніших проблем є розмивання меж між інформаційним впливом, дезінформацією та пропагандою. О. Сенченко у своєму аналізі «Новітніх війн» підкреслює, що сучасні конфлікти дедалі частіше ведуться у віртуальному просторі, а інформаційно-психологічна зброя стає головним інструментом.²⁹ Це означає, що дослідження пропаганди більше не може обмежуватись класичними моделями одностороннього впливу — необхідно враховувати динамічну мережеву взаємодію, алгоритмічну фільтрацію інформації та емоційну структуру повідомлень.

У працях О. Данильяна та О. Дзьобань проблема трансформації війни в умовах інформаційної доби розглядається як проблема зміни самої природи конфлікту³⁰. Війна більше не потребує фізичної присутності ворога — її метою стає змінити свідомість противника через маніпулювання фактами, образами, наративами. Це дозволяє переосмислити й саму пропаганду — не як інструмент насадження ідеології, а як технологію управління контекстом. Тобто наразі ми не можемо обмежувати себе лише терміном «інформаційний вплив», проте маємо говорити і про «когнітивні викривлення» свідомості індивіда як наслідок цього впливу.

²⁷ Войнова Е. О. Електронна демократія: трансформація осмислення. Політичне життя. 2021. С. 21–29.

²⁸ Савельєва Т. П. Сучасне мережеве суспільство: проблеми визначення. Сучасне суспільство. 2012. № 1. С. 87–92.

²⁹ Сенченко О. Новітні війни з використанням інформаційно-психологічної зброї. Вісник Книжкової палати. 2014. № 8. С. 34–39; Сенченко О. Мережевий інструментарій нових війн. Вісник Книжкової палати. 2017. № 1. С. 37–41.

³⁰ Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Сучасна війна: трансформація сенсу в епоху інформаційних технологій. Інформація і право. 2022. № 4(43). С. 9–22.

Сучасні дослідження вказують і на зростаючу роль фреймування та нарративного конструювання. С. Георгій Почепцов наголошує, що основна функція нової пропаганди — не нав'язати певну думку, а створити середовище, де альтернативні інтерпретації реальності здаються рівнозначними.³¹ Це посилює ефект фрагментації суспільства й унеможливорює формування єдиного інформаційного поля. Ці спостереження підтверджуються в роботах з політичної соціології, зокрема у праці Д. Павлова, який аналізує, як змінюються засоби здійснення пропаганди у внутрішньополітичному просторі. Він підкреслює роль інституційної недовіри як основи для легітимізації альтернативних, часто маніпулятивних джерел інформації.³² Аналогічні висновки робить І. Рижов, розглядаючи поняття антитерористичної безпеки як інструменту інформаційної боротьби.³³

Робота А. Скоробогатова і І. Пронози, в якій аналізуються сучасні гібридні війни як комплексна система, що включає політичні, економічні, інформаційні та кібер-інструменти³⁴. Вони підкреслюють, що головне завдання інформаційного впливу — не переконати, а зруйнувати когерентність — тобто здатність суспільства колективно інтерпретувати реальність. Цей підхід є особливо важливим для подальшого аналізу цифрової пропаганди.

У цифрову епоху відбувається докорінна зміна не лише форм пропагандистської діяльності, а й її логіки. Якщо раніше пропаганда передбачала централізоване продукування повідомлень з чітко вираженим ідеологічним вектором, то сьогодні вона функціонує в динамічному інформаційному середовищі, де зміст адаптується під алгоритми, платформу і цільову аудиторію в режимі реального часу. Технології стали не просто каналом передачі — вони визначають зміст, стиль, швидкість і ефективність впливу.

³¹ Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>.

³² Павлов Д. М. Засоби здійснення пропаганди у внутрішньополітичному вимірі. Гілея: науковий вісник. 2018. № 131. С. 405–411.

³³ Рижов І. Парадигмальні риси антитерористичної безпеки сучасного інформаційного суспільства. Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. 2019. № 3(27). С. 110–118.

³⁴ Скоробогатов А., Проноза І. І. Інформаційна гібридна війна: методи та стратегії протидії в сучасних геополітичних конфліктах. Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів. Матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф., м. Одеса, 30 квіт. 2024 р. С. 81–83.

Одним із перших, хто звернув увагу на цю трансформацію, був Георгій Почепцов. У своїй роботі він зазначає, що інтернет не просто розширив можливості поширення пропаганди, а створив нову її форму — мережеву пропаганду. Вона не має фіксованого центру, не залежить від прямої цензури, і часто видається за «громадську думку» або «народний голос».³⁵ Це ускладнює її розпізнавання і протидію, особливо коли вона реалізується через масовані кампанії у соціальних мережах або за участі інфлюенсерів.

Робота Д. Короткова і Н. Коннової присвячена ризикам політичних маніпуляцій у мережевому суспільстві. Вони вказують, що саме характер інформаційного середовища — фрагментарність, емоційність, візуалізація — формує нові типи маніпуляцій, зокрема мікротаргетинг та персоналізовану дезінформацію³⁶. Подібне спостереження висловлює і С. Ясиневич, зазначаючи, що комунікаційна взаємодія у мережі перетворюється на багаторівневу гру смислів, де основну роль відіграє не зміст, а контекст.³⁷

Особливу увагу до трансформації стратегій впливу в умовах цифровізації звертають дослідники гібридної війни. У роботі О. Дзьобань та О. Прудникової підкреслюється, що мережева війна – це війна сенсів, яка ведеться не через фізичні ресурси, а через контроль над наративами.³⁸ Її інструментами стають соціальні медіа, платформні алгоритми, автоматизовані акаунти. Це доповнюється дослідженнями О. Сенченка, який наголошує на використанні мережевого інструментарію як тактичного ресурсу, що дозволяє проводити атаки на моральний стан супротивника, підривати довіру до інституцій, формувати ворожі образи.³⁹

Не менш важливою є роль соціальних мереж як специфічного середовища, в якому функціонує сучасна пропаганда. О. Kuchmii та О. Frolova аналізують, як

³⁵ Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>

³⁶ Коротков Д. С., Коннова Н. О. Мережеве суспільство як ризик розвитку інформаційних політичних маніпуляцій. Харківський нац. екон. ун-т ім. С. Кузнеця. 2019. С. 339.

³⁷ Ясиневич С. Мережеве суспільство як нова форма комунікаційної взаємодії. Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством. 2016. С. 168–171.

³⁸ Дзьобань О. П., Прудникова О. В. Сучасна війна: трансформація до мережевих форм. Інформація і право. 2022. № 3(42). С. 21–30.

³⁹ Сенченко О. Мережевий інструментарій нових війн. Вісник Книжкової палати. 2017. № 1. С. 37–41.

соціальні платформи перетворюються на інструменти гібридного впливу. Вони підкреслюють, що особливість мережевої пропаганди полягає у її здатності маскуватись під звичайну комунікацію, експлуатуючи функціонал самих платформ (репости, лайки, тренди).⁴⁰

Можна сказати, що пропаганда більше не є окремою, ідеологічно маркованою практикою — вона інтегрується в загальний інформаційний потік, стаючи частиною «нормального» інформаційного мережевого середовища. Її трансформація включає кілька основних змін:

- не централізована, адже пропаганда функціонує через мережі, а не через канали;
- використання ботів, скриптів, рекомендаційних алгоритмів;
- вплив таргетується не на масову аудиторію, а на конкретного індивіда;
- пропагандистське повідомлення не подається як таке, окремо — воно вбудовується у тренди, культурні події, інформаційний контекст.

Ці зміни формують принципово нову конфігурацію комунікативної влади, де технології відіграють не допоміжну, а системоутворюючу роль.

Цифрова еволюція пропаганди неможлива без глибокої інтеграції автоматизованих систем та штучного інтелекту. Ці інструменти не лише масштабують і пришвидшують інформаційний вплив, але й радикально змінюють його логіку: від маніпуляції в мас-медіа до поведінкової інженерії через мікротаргетинг, генеративні алгоритми, автоматизовану аналітику. У цьому контексті пропаганда перестає бути ручною діяльністю — вона стає системною, керованою машинами.

Перший пласт досліджень фокусується на соціальних ботах — автоматизованих акаунтах, що імітують поведінку людини. У роботі E. Ferrara та колег описано, як ці боти активно використовуються для розповсюдження дезінформації, створення ілюзії масової підтримки або дискредитації

⁴⁰ Kuchmii O., Frolova O. Використання соціальних медіа як інструменту сучасної гібридної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2023. С. 93–104.

опонентів.⁴¹ Особливо небезпечним є поєднання ботів із аналітичними платформами, які дозволяють точно визначати уразливу аудиторію — таким чином формується «інформаційна зброя» нового типу.

Подібні висновки робить і Р. Howard, який у книзі *Lie Machines* стверджує, що ШІ та автоматизація створили цілу екосистему брехні — від генерації фейкових новин до їх просування через рекламні кабінети та накручену статистику.⁴² Він описує ці процеси як технологізовану форму політичної дезінформації, де етична відповідальність розмивається між платформами, розробниками і замовниками.

S. Woolley та P. N. Howard у фундаментальній праці *Computational Propaganda* аналізують, як політичні партії та уряди використовують автоматизовані системи для впливу на виборців.⁴³ Особливий акцент зроблено на інструментах, які дозволяють не тільки поширювати повідомлення, а й маніпулювати емоційними реакціями користувачів, викликаючи страх, гнів або недовіру. Йдеться про цілеспрямоване програмування поведінки, що має безпосередній вплив на демократію.⁴⁴

M. Shoaib і співавтори, у своїй статті на конференції ICCA, досліджують роль генеративного ШІ в створенні дезінформації, deepfake-контенту та фейкових особистостей.⁴⁵ Вони попереджають про ризик втрати довіри до візуального контенту як такого — оскільки вже сьогодні ШІ здатен генерувати абсолютно правдоподібні, але повністю вигадані відео, аудіо й тексти. Це створює ідеальні умови для маніпулятивної кампанії, в якій фальшивка не просто поширюється — вона замінює собою реальність.⁴⁶

⁴¹ Ferrara E., Varol O., Davis C., Menczer F., Flammini A. The rise of social bots. *Communications of the ACM*. 2016. Vol. 59, No. 7. P. 96–104.

⁴² Howard P. N. *Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives*. Yale University Press. 2020. 240 p.

⁴³ Woolley S. C., Howard P. N. (Eds.). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. 2018. 272 p.

⁴⁴ Woolley S. C., Howard P. N. (Eds.). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. 2018. 272 p.

⁴⁵ Shoaib M. R., Wang Z., Ahvanooney M. T., Zhao J. Deepfakes, misinformation, and disinformation in the era of frontier AI, generative AI, and large AI models. *Proc. 2023 Int. Conf. on Computer and Applications (ICCA)*. 2023. P. 1–7.

⁴⁶ Shoaib M. R., Wang Z., Ahvanooney M. T., Zhao J. Deepfakes, misinformation, and disinformation in the era of frontier AI, generative AI, and large AI models. *Proc. 2023 Int. Conf. on Computer and Applications (ICCA)*. 2023. P. 1–7.

J. Brandt у дослідженні для Brookings Institution прямо пов'язує розвиток генеративного ШІ з посиленням можливостей іноземного втручання та пропаганди.⁴⁷ Він наголошує: зниження бар'єрів для створення якісного, впливового контенту відкриває двері для недержавних акторів, приватних компаній та навіть окремих осіб, які можуть здійснювати вплив на масову свідомість на рівні державних структур.

Не менш важливими є дослідження ефективності ШІ в детекції пропаганди. Наприклад, K. Sprenkamp та співавтори аналізують потенціал великих мовних моделей для виявлення маніпулятивних наративів, але водночас підкреслюють обмеження: ШІ сам по собі не є нейтральним — його навчають на основі даних, які можуть бути упередженими.⁴⁸

В українському контексті варто звернути увагу на дослідження М. Недодая та колег, які розглядають, як ШІ використовується у створенні інформаційно-психологічних операцій в умовах гібридної війни.⁴⁹ Вони вказують, що завдяки системам глибокого аналізу стає можливим формування персоналізованих інформаційних атак — у тому числі з урахуванням особистісних характеристик користувачів (психотипу, поведінкової моделі, емоційного стану).⁵⁰ Таким чином, автоматизовані системи та ШІ функціонують у сфері пропаганди на кількох рівнях: генерація контенту — фейкові новини, зображення, відео, наративи; масштабування впливу — через боти, алгоритми, системи таргетингу; емоційний аналіз користувачів, персоналізація впливу; автоматичне виявлення пропагандистських патернів.

Водночас ці ж технології — універсальні. Вони можуть бути використані як для наступу, так і для захисту. Тому питання не тільки в тому, які інструменти

⁴⁷ Brandt J. Propaganda, foreign interference, and generative AI. Brookings. URL: <https://www.brookings.edu/articles/propaganda-foreign-interference-and-generative-ai/>.

⁴⁸ Sprenkamp K., Jones D. G., Zavolokina L. Large language models for propaganda detection. arXiv preprint arXiv:2310.06422. 2023

⁴⁹ Недодай М. Г., Дьячук О. С., Примаченко Д. В., Святська Н. А. Використання можливостей штучного інтелекту у створенні інформаційно-психологічних операцій. Телекомунікаційні та інформаційні технології. 2024. № 2. С. 30–36.

⁵⁰ Недодай М. Г., Дьячук О. С., Примаченко Д. В., Святська Н. А. Використання можливостей штучного інтелекту у створенні інформаційно-психологічних операцій. Телекомунікаційні та інформаційні технології. 2024. № 2. С. 30–36.

використовуються, а й хто ними керує, з якою метою і в якій нормативно-правовій системі.

Проаналізована література демонструє глибоку складність проблематики трансформації пропаганди у цифрову епоху, але водночас дозволяє структурувати наявні підходи за логікою змістовних блоків. Систематизація джерел дає змогу виявити головні напрямки наукового дискурсу, відзначити сильні сторони наявних досліджень та вказати на прогалини, які ще потребують осмислення.

Першу групу складають концептуально-теоретичні дослідження, що фокусуються на характеристиках мережевого суспільства. Це праці Л. Рижак і Р. Пецуха⁵¹, К. Кондова⁵², Ю. Пічугіної⁵³, І. Гурової⁵⁴, І. Верховода⁵⁵, які базуються на ідеях Мануеля Кастельса і продовжують розвиток його теорії. У цих роботах описується перехід до нової соціальної організації, заснованої на децентралізованих мережах, гнучких формах влади та перевазі інформаційних зв'язків над територіальними. Такі праці задають загальну рамку для розуміння середовища, в якому виникає нова пропаганда. Водночас вони рідко звертаються до конкретних практик інформаційного впливу або технічних аспектів — трансформація пропаганди тут виступає скоріше як другорядний процес.

Другу групу формують методологічно зорієнтовані роботи, зосереджені на вивченні інформаційно-психологічного впливу, гібридної війни, когнітивних війн та новітніх форм конфлікту. Це дослідження О. Данильяна і О. Дзьобань⁵⁶,

⁵¹ Рижак Л., Пецух Р. Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса. Звітна наукова конференція філософського факультету. 2025. С. 43-45.

⁵² Кондов К. В. Концепція соціального контролю в соціологічній теорії мережевого суспільства Мануеля Кастельса. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. 2015. № 3(1). С. 68–78.

⁵³ Пічугіна Ю. Нова культура в концепції мережевого суспільства Мануеля Кастельса. Молодий вчений. 2019. № 1(65). С. 17–19.

⁵⁴ Гурова І. В. Мережеве суспільство як новітній глобальний проєкт розвитку людства. Publishing House «Baltija Publishing». 2022. С. 43–64.

⁵⁵ Верховод І. С. Мережеве суспільство: теоретико-методологічний аспект. The 2nd International scientific and practical conference “Science and technology: problems, prospects and innovations” (17–19 November 2022, Osaka, Japan). Osaka : CPN Publishing Group, 2022. С. 618.

⁵⁶ Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Сучасна війна: трансформація сенсу в епоху інформаційних технологій. Інформація і право. 2022. № 4(43). С. 9–22.

О. Сенченка⁵⁷, С. Почепцова⁵⁸, Д. Павлова⁵⁹, І. Риждова⁶⁰, та інших. Автори описують, як війна переміщується в інформаційний вимір і як нові методи маніпуляції використовуються для досягнення політичних цілей без прямої агресії. Значущим є те, що ці дослідження вже не розглядають пропаганду як прямий вплив через медіа — натомість йдеться про формування середовищ, де домінують потрібні наративи. Водночас ці роботи не завжди встигають за останніми технологічними трендами — зокрема, мало уваги приділяється генеративному ШІ.

Найсучаснішу і найтехнічнішу частину складають дослідження, присвячені автоматизації пропаганди. Йдеться про роботи Woolley та Howard⁶¹, Ferrara⁶² з колегами, Shoaib⁶³, Brandt⁶⁴, Howard, Marwick і Lewis⁶⁵, а також Zuboff⁶⁶. Їхня ключова перевага це детальний опис інструментів: від бот-мереж до генерації deepfake-контенту. Автори фіксують технологічний зсув — пропаганда більше не вимагає людської участі на кожному етапі, вона делегується машинам. Але при цьому ці джерела зосереджені переважно на західному контексті (США, Європа), не охоплюючи специфіку та причини використання нових стратегій. Так само вони не враховують умов воєнного стану або конфліктів.

Окремий блок становлять українські прикладні дослідження, які дають змогу поглянути на функціонування цифрової пропаганди в умовах реального

⁵⁷ Сенченко О. Новітні війни з використанням інформаційно-психологічної зброї. Вісник Книжкової палати. 2014. № 8. С. 34–39.

⁵⁸ Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>.

⁵⁹ Павлов Д. М. Засоби здійснення пропаганди у внутрішньополітичному вимірі. Гілея: науковий вісник. 2018. № 131. С. 405–411.

⁶⁰ Риждов І. Парадигмальні риси антитерористичної безпеки сучасного інформаційного суспільства. Інформаційна безпека людини, суспільства, держави. 2019. № 3(27). С. 110–118.

⁶¹ Woolley S. C., Howard P. N. (Eds.). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. 2018. 272 p.

⁶² Ferrara E., Varol O., Davis C., Menczer F., Flammini A. The rise of social bots. *Communications of the ACM*. 2016. Vol. 59, No. 7. P. 96–104.

⁶³ Shoaib M. R., Wang Z., Ahvanooney M. T., Zhao J. Deepfakes, misinformation, and disinformation in the era of frontier AI, generative AI, and large AI models. *Proc. 2023 Int. Conf. on Computer and Applications (ICCA)*. 2023. P. 1–7.

⁶⁴ Brandt J. Propaganda, foreign interference, and generative AI. *Brookings*. URL: <https://www.brookings.edu/articles/propaganda-foreign-interference-and-generative-ai/>.

⁶⁵ Marwick A., Lewis R. *Media Manipulation and Disinformation Online*. 2017. 106 p.

⁶⁶ Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. 2019. 704 p.

конфлікту. Це праці О. Недодає⁶⁷ та колег, А. Скоробогатова⁶⁸, І. Пронози, М. Г. Недодає⁶⁹, О. Сенченка⁷⁰, де аналізується вплив дезінформації та інформаційно-психологічних операцій у контексті російсько-української війни. Ці джерела актуальні, конкретні, орієнтовані на практичну площину. Їхній недолік — відсутність порівняння з глобальними процесами.

Попри загальну глибину і різноманітність аналізу, в літературі залишаються певні прогалини. Серед них — недостатня міждисциплінарна інтеграція: технічні дослідження рідко враховують соціологічні фактори, а гуманітарні часто ігнорують технологічні механізми. Слабко опрацьованими є етичні аспекти використання ШІ для впливу на громадську думку, а також відсутня систематизована типологія цифрових пропагандистських стратегій з урахуванням рівня автоматизації, суб'єктів реалізації, платформного контексту.

Таким чином, проаналізована наукова література демонструє широкий і багатогранний підхід до дослідження трансформації пропагандистських стратегій у мережевому суспільстві. Теоретичні праці закладають концептуальну основу для розуміння змін у структурі соціальних взаємодій, де мережевість, децентралізація та гнучкість формують новий тип комунікації. Методологічні дослідження дозволяють простежити, як інформаційно-психологічні операції та гібридні війни адаптуються до цифрового середовища. Водночас технічні джерела ілюструють, як автоматизовані системи та штучний інтелект змінюють масштаби, інтенсивність і механізми пропагандистського впливу. Особливої актуальності набуває аналіз взаємодії ШІ з соціальними медіа, використання бот-мереж, мікротаргетингу та генеративних моделей у дезінформаційних кампаніях. Водночас виявлені прогалини свідчать про необхідність подальших

⁶⁷ Недодає М. Г., Дьячук О. С., Примаченко Д. В., Святська Н. А. Використання можливостей штучного інтелекту у створенні інформаційно-психологічних операцій. Телекомунікаційні та інформаційні технології. 2024. № 2. С. 30–36.

⁶⁸ Скоробогатов А., Проноза І. І. Інформаційна гібридна війна: методи та стратегії протидії в сучасних геополітичних конфліктах. Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів. Матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф., м. Одеса, 30 квіт. 2024 р. С. 81–83.

⁶⁹ Недодає М. Г., Дьячук О. С., Примаченко Д. В., Святська Н. А. Використання можливостей штучного інтелекту у створенні інформаційно-психологічних операцій. Телекомунікаційні та інформаційні технології. 2024. № 2. С. 30–36.

⁷⁰ Сенченко О. Новітні війни з використанням інформаційно-психологічної зброї. Вісник Книжкової палати. 2014. № 8. С. 34–39.

міждисциплінарних досліджень. Наукове осмислення цього феномену має враховувати як глобальний досвід, так і специфіку національного контексту. Це створює підстави для подальшого аналізу трансформаційних механізмів у наступних розділах роботи.

Отже, основними прогалинами, які потребують дослідження, є відсутність міждисциплінарного підходу, що поєднував би технічні механізми ІІІ-пропаганди з соціологічним аналізом їх суспільного впливу; брак систематизованого осмислення морально-правових меж використання штучного інтелекту для маніпулювання громадською думкою; відсутність структурованої типології цифрових пропагандистських стратегій за критеріями автоматизації та обмеженість досліджень механізмів впливу автоматизованих систем на когнітивні процеси та поведінку користувачів цифрових платформ.

1.2. Обґрунтування методології дослідження

Вивчення трансформації пропагандистських стратегій у мережевому суспільстві вимагає методологічного підходу, що відповідає складності і динамічності досліджуваного явища. З одного боку, йдеться про аналіз соціальних, політичних і комунікаційних змін, які відбуваються під впливом цифрових технологій. З іншого — про конкретні технічні інструменти, зокрема автоматизовані системи та штучний інтелект, які не лише змінюють способи поширення пропаганди, а й створюють принципово нові її форми.

Традиційні підходи до вивчення пропаганди, засновані на моделі передавач–повідомлення–отримувач, більше не дають змоги повноцінно описати багаторівневі мережеві процеси. У сучасних умовах пропаганда функціонує як гнучкий, персоналізований і часто автоматизований механізм впливу, що адаптується до особливостей цифрового середовища. Тому обрана методологія дослідження має поєднувати загальнонаукові, спеціальні та міждисциплінарні

методи, орієнтовані як на аналіз наративів, так і на вивчення алгоритмів та інформаційної інфраструктури.

Одним із ключових методів є аналіз. Завдяки аналітичному підходу здійснюється розподіл складного явища на окремі компоненти — наприклад, технічні інструменти (ШІ, автоматизовані системи), соціальні ефекти (зміна наративів, інформаційна поляризація), політичні стратегії (іноземне втручання, маніпуляція громадською думкою).

Методи індукції та дедукції використовуються для переходу від конкретного до загального (аналіз кейсів — формування узагальнень) і навпаки — від гіпотез до перевірки на конкретному матеріалі. Це особливо важливо при оцінці ефективності окремих інструментів впливу, таких як бот-мережі чи генеративні моделі. Використовується також порівняльний метод, який дозволяє зіставити різні кейси: наприклад, як автоматизовані системи використовувались у пропаганді в Китаї, Ізраїлі. Це дає змогу виявити не лише універсальні механізми, але й контекстуальні відмінності, зумовлені культурними, політичними чи технологічними факторами. Зокрема, метод часто використовується у розділі 3.

Зважаючи на складність і багаторівневість досліджуваного явища загальнонаукові підходи потребують доповнення спеціальними методами. Насамперед у дослідженні застосовується контент-аналіз. Цей метод дозволяє систематизовано вивчати зміст повідомлень, які поширюються через цифрові платформи, офіційні заяви і медіапублікації або відео-контент тощо. Застосування контент-аналізу є критичним для виявлення структурованих наративів, повторюваних фреймів, стратегій страху, героїзації чи дегуманізації. Особливо важливо аналізувати не тільки те, що говориться, але й *як* це подається, які емоційні тригери залучаються, який стиль комунікації обирається, які образи формуються. Зокрема, метод активно використовується в 2 та 3 розділах дослідження.

Ще одним ключовим методом є кейсовий аналіз. У рамках цього дослідження виокремлено два прикладні кейси: Китай щодо Тайваню,

Ізраїльсько-палестинський конфлікт. Кожен із цих кейсів дозволяє простежити, як автоматизовані системи і ШІ застосовуються на практиці в різних політичних, географічних і конфліктних контекстах. Цей метод дає змогу не лише ілюструвати загальні тенденції, але й виявити унікальні сценарії використання технологій у пропаганді.

Також використовується дискурс-аналіз — як метод вивчення глибинного смислового шару повідомлень. На відміну від контент-аналізу, який працює з формальними елементами, дискурс-аналіз в дослідженні дозволяє виявити приховані сенси, ідеологічні установки, структуру влади у комунікаціях. Через дискурс-аналіз досліджується, як ШІ або автоматизовані системи не просто передають повідомлення, а відтворюють політичну логіку впливу. Йдеться не лише про зміст і форму повідомлень, а про взаємодію різних компонентів: цифрових платформ, алгоритмів, користувачів, замовників, технічних структур. Такий підхід дозволяє уникнути спрощення і пояснити, чому одна й та сама технологія може працювати абсолютно по-різному в залежності від політичного контексту, цілей і соціального середовища, в якому функціонує.

Особливістю теми трансформації пропагандистських стратегій із використанням автоматизованих систем і штучного інтелекту є її розташування на перетині кількох академічних дисциплін. Жодна окрема наука — ані політологія, ані соціологія, ані комунікаційні чи технічні науки — не може самостійно охопити всі аспекти цього складного явища. Саме тому методологічна основа дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході.

Насамперед використовується політологічний аналіз, який дозволяє виявити, як інформаційні технології інтегруються у політичні стратегії — наприклад, у зовнішньополітичні кампанії, виборчі процеси, операції з дестабілізації інституцій. Пропаганда тут розглядається як інструмент політичної боротьби, але з урахуванням нових можливостей, які надають ШІ, великі мовні моделі.

Соціологічний компонент забезпечує розуміння того, як цифрові технології змінюють структури комунікації, соціальні зв'язки, сприйняття реальності.

Йдеться про масову поведінку в умовах перенасиченості інформацією, зростання емоційного впливу, втрату довіри до традиційних джерел. У цьому аспекті важливо враховувати теорії когнітивних упереджень, «когнітивні викривлення», динаміку цифрових спільнот, ефекти «інформаційної бульбашки».

У межах теми трансформації пропагандистських стратегій із залученням автоматизованих систем та штучного інтелекту було обрано прикладний підхід, що ґрунтується на аналізі релевантних кейсів за 2022–2024 роки.

Обрані кейси (Китайські інформаційні кампанії щодо Тайваню, Ізраїльсько-палестинський конфлікт) були відібрані за кількома критеріями. По-перше, це кейси, в яких зафіксовано системне використання цифрових платформ і автоматизованих інструментів. По-друге, у цих прикладах виявляється як залучення державних структур, так і діяльність недержавних акторів, що ускладнює систему впливу. По-третє, вони репрезентують різні культурні, політичні та технологічні контексти, що дозволяє здійснити порівняльний аналіз.

У дослідженні використовуються як первинні джерела (звіти міжнародних аналітичних центрів, платформи перевірки фактів, офіційні заяви, дані з відкритих джерел), так і вторинна наукова література (33 джерела, включно з українськими та західними публікаціями). До аналізу залучено також медіа-контент, включно з візуальними повідомленнями, соціальними медіа-постами, відеоматеріалами, які поширювались у межах вказаних інформаційних кампаній.

Особлива увага приділяється технологічним характеристикам: типу використаних бот-мереж, застосуванню генеративного ШІ, характеру таргетування повідомлень, ролі алгоритмів соціальних платформ у поширенні контенту. Дані збирались з урахуванням хронологічної динаміки, що дозволило простежити, як змінювались підходи до пропаганди в проміжку часу під впливом воєнних і політичних чинників.

Таким чином, методологія дослідження трансформації пропагандистських стратегій у мережевому суспільстві з урахуванням використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту ґрунтується на поєднанні загальнонаукових, спеціальних і міждисциплінарних підходів. Такий підхід

обумовлений складністю предмета дослідження, який охоплює як соціально-політичні процеси, так і високотехнологічні інструменти впливу. Об'єкт і предмет дослідження вимагають аналітичної точності, тому використовуються як методи аналізу і синтезу, індукції та дедукції, так і контент-аналіз, кейсовий підхід, дискурс-аналіз. Особливу увагу приділено практичному вивченню двох актуальних кейсів, що дає змогу виявити не лише універсальні тенденції, але й специфіку пропагандистських стратегій у різних контекстах. Міждисциплінарна рамка забезпечує повноту аналізу, дозволяючи врахувати як політичні мотиви, так і технологічну специфіку впливу.

РОЗДІЛ 2. МЕРЕЖЕВЕ СУСПІЛЬСТВО ЯК СЕРЕДОВИЩЕ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОПАГАНДИ

2.1. Особливості мережевого суспільства як платформи для пропаганди

Сучасна інформаційна реальність трансформується не лише під впливом технологій, а й завдяки самій структурі суспільства, що дедалі більше функціонує за мережевим принципом. У цьому середовищі традиційні вертикалі впливу (політичні партії, централізовані медіа, державні інституції) втрачають монополію на формування інформаційного порядку денного. Їхнє місце займають гнучкі, децентралізовані інформаційні мережі, що діють через цифрові платформи і працюють у реальному часі. Відповідно, пропаганда, як інструмент впливу на свідомість і поведінку, також радикально змінює свою природу. Вона стає швидкою, адаптивною, персоналізованою і часто невидимою.

Саме мережеве суспільство створює сприятливі умови для нових форм інформаційного впливу. Мануель Кастельс, один із провідних теоретиків цього феномену, ще на початку 2000-х років зазначав, що нова соціальна структура базується на «інформаціоналізмі» — ключовою силою стає не капітал чи територія, а контроль над інформаційними потоками⁷¹. В інформаційній економіці пропаганда більше не потребує централізованого ретранслятора, адже може поширюватися через тисячі децентралізованих джерел, бути автоматизованою, алгоритмізованою, на вигляд спонтанною⁷². Раїд Гассан підкреслює, що мережеве суспільство не тільки змінює структуру медіа — воно змінює саму логіку часу і політичної взаємодії: звичні ритми новин і криз поступаються місцем постійному інформаційному потоку, в якому політичний вплив здійснюється не через аналітику, а через емоційну присутність⁷³.

Мережа це не лише технологія, це середовище мислення і поведінки. Як зауважує Дуглас Шулер, мережеве суспільство створює нову форму громадянського простору, в якому інституції замінюються динамічними

⁷¹ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁷² Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁷³ Vysotska O. Особливості трансформації пропаганди як інструменту впливу у суспільстві метамодерну. *Dnipro Academy of Continuing Education Herald*. Series: Philosophy, Pedagogy. 2024. Vol. 1, No. 1. С. 23–31.

комунікаційними зв'язками⁷⁴. У такій логіці пропаганда не виглядає як нав'язування, скоріше як «частина розмови», як нативний елемент інформаційного потоку.⁷⁵ Мережеве суспільство це не просто соціальна система, що користується інтернетом, а якісно нова форма організації суспільних відносин, заснована на інформаційних потоках, цифровій взаємодії та децентралізованій комунікації.⁷⁶

D.Schuler та P. Day, аналізуючи кіберпростір як громадянське середовище, підкреслюють децентралізацію влади в мережевій комунікації. Головна зміна — це зникнення єдиного джерела легітимної інформації. Будь-хто може бути передавачем повідомлень, будь-який користувач є потенційним ретранслятором, а отже, й агентом впливу.⁷⁷ Такий принцип ідеально підходить для нових типів пропаганди, які ґрунтуються на ефекті «громадської думки», а не відкритій політичній інструкції.

Важливою ознакою мережевого суспільства є його режим функціонування 24/7. У цьому середовищі зникає поняття інформаційної паузи або циклічності тому, що замість чітких хвиль комунікації, як у традиційних медіа, маємо нескінченний потік даних.⁷⁸ У такій динаміці не встигає сформуватись рефлексія, критичне осмислення замінюється емоційним реагуванням.⁷⁹ Саме цим користуються пропагандистські кампанії, які апелюють до страху, обурення, тривоги або впевненої позиції без глибини змісту.⁸⁰

Мережеве суспільство не лише змінює структуру комунікації, а й створює принципово нові можливості для реалізації пропагандистських стратегій. У цифровому просторі пропаганда втрачає свою «офіційну» форму і набуває якості

⁷⁴ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁷⁵ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁷⁶ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁷⁷ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁷⁸ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁷⁹ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁸⁰ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

вбудованого, динамічного елементу інформаційного потоку. Її головна перевага — адаптивність: здатність пристосовуватись до конкретної платформи, аудиторії, моменту.⁸¹

Як показують К. Hristakieva та ін. у дослідженні про координовані спільноти, сучасна цифрова пропаганда дедалі частіше реалізується через скоординовані інформаційні кампанії, в яких автоматизовані акаунти (боти) поширюють контент одночасно в багатьох каналах, з різними варіаціями повідомлень.⁸² Такі кампанії мають вигляд «спонтанної підтримки», але насправді працюють як цілеспрямовані дії з формування громадської думки або тиску на опонентів. Саме алгоритмічна координація і є головною новою перевагою, адже вона дозволяє досягти масовості з мінімальними людськими ресурсами.⁸³

Y. Zhu та K. Fu акцентують увагу на ще одній важливій характеристиці — використанні *soft news* як каналу для пропаганди.⁸⁴ У той час як традиційна пропаганда спиралась на прямі заяви, ідеологічно забарвлені матеріали чи офіційні звернення, у цифровому середовищі ефективнішими стали м'які, ненав'язливі формати. Наприклад, розважальні новини, особисті історії, вірусні відео.⁸⁵ Це дозволяє пропаганді проникати в інформаційний потік, не викликаючи захисної реакції у споживача.

Цифрові платформи надають також технологію мікротаргетингу — можливість точно визначати цільову аудиторію, обирати найчутливіші теми, підлаштовувати риторику і візуалізацію під конкретні поведінкові патерни.⁸⁶ Зауважує С. Lin, цифрова пропаганда — це не просто «оновлена» версія старої, це інший тип впливу: вона враховує дані про користувача, його страхи, звички,

⁸¹ Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.

⁸² Hristakieva K., Cresci S., Da San Martino G., Conti M., Nakov P. The spread of propaganda by coordinated communities on social media. *Proc. 14th ACM Web Science Conf. 2022*. P. 191–201.

⁸³ Hristakieva K., Cresci S., Da San Martino G., Conti M., Nakov P. The spread of propaganda by coordinated communities on social media. *Proc. 14th ACM Web Science Conf. 2022*. P. 191–201.

⁸⁴ Zhu Y., Fu K. W. How propaganda works in the digital era: Soft news as a gateway. *Digital Journalism*. 2024. Vol. 12, No. 6. P. 753–772.

⁸⁵ Zhu Y., Fu K. W. How propaganda works in the digital era: Soft news as a gateway. *Digital Journalism*. 2024. Vol. 12, No. 6. P. 753–772.

⁸⁶ Lin C. Digital propaganda is not simply propaganda in digital garb: Toward an expanded theory of propaganda. *Communication Theory*. 2024. Vol. 34, No. 4. P. 205–215.

коло спілкування.⁸⁷ Це переводить пропаганду з рівня повідомлення на рівень поведінкового дизайну. Водночас використання рефлексивного контролю — концепції, згідно з якою суб'єкта спонукають до певних дій через контроль над його уявленнями про ситуацію — також отримує нове цифрове втілення.⁸⁸ Як зазначає С. Till, мережеве середовище дозволяє не лише передавати повідомлення, а й проектувати реальність, у якій людина сама робить «потрібні» висновки [44]. Усе це (координовані спільноти, таргетинг, soft news, контроль контексту) є симптомами того, що мережеве середовище не просто полегшує поширення пропаганди. Воно радикально змінює її функціонування: тепер це не повідомлення, а контекст, в якому функціонує повідомлення. Пропаганда не має чітких меж, вона розчиняється в потоці, стаючи частиною звичного цифрового досвіду.

Мережеве суспільство змінює не лише форму і канали пропаганди — воно трансформує саму її сутність. Цифрова епоха не просто адаптувала традиційні пропагандистські інструменти до нових технологічних умов, вона створила інші механізми впливу, які працюють за зовсім іншою логікою. Карл Тілл у дослідженні про «рефлексивний контроль» показує, що цифрове середовище забезпечує не прямий примус, а опосередкований — через управління уявленнями про реальність.⁸⁹ Це дозволяє не лише впливати на рішення, а й створювати умови, в яких цільова аудиторія сприймає потрібний наратив як власну думку.⁹⁰ Технології дають змогу відтворювати ілюзію автентичності, що суттєво підвищує ефективність впливу.

Цей процес розкриває С. Lin, який прямо говорить про необхідність розширення класичного поняття пропаганди: цифрова пропаганда — це не просто «пропаганда в цифровому форматі», це новий тип комунікативної дії, яка

⁸⁷ Lin C. Digital propaganda is not simply propaganda in digital garb: Toward an expanded theory of propaganda. *Communication Theory*. 2024. Vol. 34, No. 4. P. 205–215.

⁸⁸ Lin C. Digital propaganda is not simply propaganda in digital garb: Toward an expanded theory of propaganda. *Communication Theory*. 2024. Vol. 34, No. 4. P. 205–215.

⁸⁹ Till C. Propaganda through «reflexive control» and the mediated construction of reality. *New Media & Society*. 2021. Vol. 23, No. 6. P. 1362–1378.

⁹⁰ Till C. Propaganda through «reflexive control» and the mediated construction of reality. *New Media & Society*. 2021. Vol. 23, No. 6. P. 1362–1378.

використовує дані, алгоритми, емоційні тригери та поведінкову аналітику.⁹¹ Її головна мета не переконати, а переналаштувати середовище сприйняття. Паралельно з цим відбувається симулятивність пропаганди, бо вона імітує «звичайну» комунікацію, маскується під новини, пости в соцмережах, меми, інфлюенсерів.⁹² За спостереженням О. Висоцької, у сучасному метамодерному суспільстві пропаганда стає гібридною: вона не протиставляє себе правді, а співіснує з нею, змішуючи факти, інтерпретації, емоції.⁹³

Повертаючись до фундаментальних понять, М. Rusu та R. Herman аналізують пропаганду як соціальну стратегію впливу, яка використовує цінності, страхи та групову ідентичність для досягнення ефекту.⁹⁴ У цифровому контексті ці стратегії лише посилюються оскільки соціальні медіа надають безпрецедентні інструменти для сегментації аудиторії, створення «інформаційних бульбашок» та персоналізації повідомлень.⁹⁵ Інакше кажучи, сучасна пропаганда — це не лише маніпуляція змістом, а конструювання інформаційного середовища, в якому певні наративи здаються природними, а альтернативи — непомітними або неактуальними. Вона не просто працює з ідеологією, а формує досвід реальності, в якому ідеологія здається логічним продовженням побутових уявлень.

У мережевому суспільстві платформи це не просто середовище для передачі повідомлень. Вони самі по собі стали інфраструктурою впливу. Цифрові медіа визначають не лише, що ми бачимо, але й як саме ми це бачимо, в якому порядку, у якому емоційному контексті. Це створює абсолютно нову екосистему для пропаганди, в якій головну роль відіграють не журналісти, а алгоритми. У роботі В. Цуркана підкреслюється, що політична пропаганда в соціальних мережах не має сталої структури, але завдяки алгоритмам платформи отримує

⁹¹ Lin C. Digital propaganda is not simply propaganda in digital garb: Toward an expanded theory of propaganda. *Communication Theory*. 2024. Vol. 34, No. 4. P. 205–215.

⁹² Lin C. Digital propaganda is not simply propaganda in digital garb: Toward an expanded theory of propaganda. *Communication Theory*. 2024. Vol. 34, No. 4. P. 205–215.

⁹³ Vysotska O. Особливості трансформації пропаганди як інструменту впливу у суспільстві метамодерну. *Dnipro Academy of Continuing Education Herald. Series: Philosophy, Pedagogy*. 2024. Vol. 1, No. 1. С. 23–31.

⁹⁴ Rusu M. L., Herman R. The implications of propaganda as a social influence strategy. *Scientific Bulletin*. 2018. Vol. 23, No. 2. P. 46.

⁹⁵ Rusu M. L., Herman R. The implications of propaganda as a social influence strategy. *Scientific Bulletin*. 2018. Vol. 23, No. 2. P. 46.

унікальну перевагу: вона адаптується до інтересів користувача, його поведінки, настроїв.⁹⁶ Це дозволяє досягти майже непомітного проникнення у свідомість — не через нав'язування, а через «органічне» злиття з контентом, який людина споживає щодня.⁹⁷

Н. Сальнікова і П. Ляшенко зазначають, що головною відмінністю цифрового медіапростору є відсутність стабільного порядку денного: користувачі бачать різні інформаційні світи, зібрані не за логікою значущості подій, а за логікою залученості.⁹⁸ У цій системі пропаганда стає не нав'язаним повідомленням, а частиною конкурентного контенту, що змагається за увагу.⁹⁹ Саме тому її подають у формі, яка максимально «чіпляє», тобто емоційно, візуально гарно, сенсаційно. Окрему роль відіграє візуальна культура мережі. Н. Bielousova та Z. Tsios досліджують явище цифрового мистецтва як інструменту пропаганди.¹⁰⁰ Вони наголошують, що меми, короткі відео, візуальні колажі стають потужними носіями ідеології, здатними впливати на настанови підсвідомо, без аргументації.¹⁰¹ Така форма ідеально вписується в логіку соціальних мереж, де увага дефіцитний ресурс, а візуальна інформація засвоюється швидше за текст.

Пропаганда в цифровому просторі підлаштовується під механіку платформи: тренди TikTok, алгоритми рекомендацій YouTube, логіку фейсбук-стрічки або реактивний ритм Twitter/X.¹⁰² Ці алгоритми не нейтральні — вони підсилюють контент, який викликає емоційну реакцію, досить часто негативну.¹⁰³

⁹⁶ Цуркан В. Політична пропаганда в медіа та соціальних мережах: постановка питання. Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти. 2024. С. 108.

⁹⁷ Цуркан В. Політична пропаганда в медіа та соціальних мережах: постановка питання. Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти. 2024. С. 108.

⁹⁸ Сальнікова Н., Ляшенко П. Пропаганда в медіапросторі: виклики сьогодення. Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти. 2024. С. 79.

⁹⁹ Сальнікова Н., Ляшенко П. Пропаганда в медіапросторі: виклики сьогодення. Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти. 2024. С. 79.

¹⁰⁰ Bielousova N., Tsios Z. Цифрове мистецтво як інструмент сучасної пропаганди у системі масових комунікацій. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2025. № 09. С. 161–170.

¹⁰¹ Bielousova N., Tsios Z. Цифрове мистецтво як інструмент сучасної пропаганди у системі масових комунікацій. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2025. № 09. С. 161–170.

¹⁰² Bielousova N., Tsios Z. Цифрове мистецтво як інструмент сучасної пропаганди у системі масових комунікацій. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2025. № 09. С. 161–170.

¹⁰³ Bielousova N., Tsios Z. Цифрове мистецтво як інструмент сучасної пропаганди у системі масових комунікацій. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2025. № 09. С. 161–170.

Це означає, що сама інфраструктура сприяє ескалації, радикалізації, дезінформації і, відповідно, робить пропаганду більш ефективною.

Особливості мережевого суспільства як платформи для пропаганди набувають особливої гостроти в умовах інформаційної війни, яку переживає Україна з 2014 року і особливо інтенсивно з 2022 року. У цьому контексті мережа функціонує не лише як інструмент комунікації, а як повноцінне поле бою. Пропагандистські кампанії, спрямовані на підрив громадської єдності, делегітимацію державних інституцій та деморалізацію населення, активно використовують усі особливості мережевого середовища, описані раніше.

Ю. Дем'янчук у своєму дослідженні аналізує явище медіатероризму — умисного використання інформаційних технологій для маніпуляції масовою свідомістю, створення паніки, страху та ненависті.¹⁰⁴ Він наголошує, що в українському контексті ці стратегії часто реалізуються не як відкриті кампанії, а як серія скоординованих, мікротаргетованих інформаційних атак, які поширюються в соцмережах через бот-мережі та підставні акаунти.¹⁰⁵ При цьому контент може виглядати «місцевим», «звичайним», що суттєво ускладнює ідентифікацію джерела впливу.¹⁰⁶

Особливо небезпечною є гібридизація інформаційних загроз — поєднання емоційного тиску, фейкових новин, частково правдивої інформації та її інтерпретації. Це створює ефект інформаційного шуму, в якому складно розрізнити достовірне від вигаданого. У такому середовищі інформаційна безпека не зводиться до фільтрації контенту, а потребує формування критичного мислення, підвищення медіаграмотності та інституційної стійкості.¹⁰⁷

Український приклад також демонструє адаптацію пропаганди до платформної екосистеми. Telegram-канали, TikTok, Facebook-групи — всі ці майданчики використовуються як інструменти впливу не лише на громадян

¹⁰⁴ Дем'янчук Ю. Маніпулювання свідомістю та медіатероризм у контексті інформаційної безпеки України. Україна в умовах трансформації міжнародної системи. 2021. С. 44.

¹⁰⁵ Дем'янчук Ю. Маніпулювання свідомістю та медіатероризм у контексті інформаційної безпеки України. Україна в умовах трансформації міжнародної системи. 2021. С. 44.

¹⁰⁶ Дем'янчук Ю. Маніпулювання свідомістю та медіатероризм у контексті інформаційної безпеки України. Україна в умовах трансформації міжнародної системи. 2021. С. 44.

¹⁰⁷ Pohribna V. L. Глобальний інформаційний простір в умовах гібридної війни. Вісник НІОУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія. 2024. № 61(2). С. 133–150.

України, а й на міжнародну аудиторію.¹⁰⁸ Кампанії з дезінформації реалізуються з урахуванням платформи: на TikTok - через вірусні відео, на Facebook — через емоційні історії, у Telegram — через оперативні «зливи» або «викриття».¹⁰⁹ При цьому варто наголосити, що використання мережевих технологій для оборони також набуває системного характеру. В Україні активно формуються інформаційні волонтерські спільноти, платформи фактчекінгу, ініціативи з цифрової безпеки. Проте ці зусилля часто мають обмежений масштаб у порівнянні з масштабами автоматизованої дезінформації.¹¹⁰

Таким чином, мережеве суспільство виступає не просто тлом для сучасних пропагандистських стратегій, є активним чинником, що визначає їхню форму, динаміку та ефективність. Його структурні риси (децентралізація комунікації, постійний інформаційний потік, персоналізація контенту та алгоритмічна селекція) створюють умови, в яких пропаганда може бути невидимою, швидкою, масованою та водночас цілеспрямованою. Сучасна пропаганда у мережевому середовищі стає не повідомленням у класичному сенсі, а інформаційною екосистемою, що впливає на спосіб мислення, формування поглядів і поведінкові реакції. Вона проникає в повсякденну цифрову взаємодію, зливається з розважальним контентом, адаптується до кожного користувача і функціонує на рівні середовища, а не лише повідомлення.

Медіаплатформи при цьому не лише розповсюджують пропаганду, а структурно посилюють її вплив, оскільки спрямовані на максимізацію залучення, а не достовірності. Алгоритми віддають перевагу контенту, який викликає емоції, конфлікти та радикальні настрої. Саме такі активно й експлуатуються в пропагандистських кампаніях. Український контекст доводить, що в умовах гібридної війни мережа є як зброєю, так і полем бою. Тут зіштовхуються інструменти дестабілізації і національні спроби захисту інформаційного суверенітету. Це підтверджує, що питання пропаганди в цифрову епоху, а саме в

¹⁰⁸ Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.

¹⁰⁹ Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.

¹¹⁰ Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.

сучасному мережевому суспільстві, не можна розглядати ізольовано — воно потребує комплексного, міждисциплінарного аналізу, враховуючи як технічні, так і соціально-політичні чинники.

2.2. Трансформація пропагандистських стратегій в умовах мережевого суспільства

З тим, як інформаційний простір стає дедалі більш цифровим, пропагандистські стратегії зазнають глибоких змін. Мережеве суспільство, побудоване на горизонтальних зв'язках, високій швидкості обміну інформацією та алгоритмічно керованій комунікації, створює нову реальність для формування впливу. У цьому середовищі пропаганда перестає бути централізованою кампанією зі стандартизованим повідомленням — вона трансформується в гнучку, децентралізовану та адаптивну систему, що живе за законами цифрової уваги, платформи. У традиційному розумінні пропаганда була тісно пов'язана з централізованими медіа, телебаченням, друкованими виданнями, радіо. Повідомлення створювалися елітами, ретранслювалися масовим каналом і сприймалися як частина офіційного дискурсу. Проте з приходом цифрових технологій, соціальних медіа та автоматизованих інструментів ця логіка радикально змінилася. Пропаганда більше не потребує монополії на канал, а їй достатньо доступу до платформи і вміння «читати» алгоритм.

Одним із головних наслідків становлення мережевого суспільства стало руйнування вертикальної структури інформаційного впливу.¹¹¹ Традиційна пропаганда функціонувала в межах чіткої ієрархії: повідомлення формувалося центральним органом (зазвичай державним або пов'язаним із владою), проходило через визначені канали (телебачення, пресу, офіційну риторику) і досягало широкої аудиторії.¹¹² Модель «від одного до багатьох» забезпечувала

¹¹¹ Рижак Л., Пецух Р. Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса. Звітна наукова конференція філософського факультету. 2025. С. 43-45.

¹¹² Рижак Л., Пецух Р. Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса. Звітна наукова конференція філософського факультету. 2025. С. 43-45.

ефективний контроль, але потребувала високих ресурсів та довготривалого планування.¹¹³

У мережевому суспільстві ця логіка зазнала принципової трансформації. Завдяки цифровим технологіям та соціальним мережам інформація більше не рухається по лінійній схемі — вона циркулює в мережах, де кожен користувач потенційно є і споживачем, і ретранслятором, і виробником контенту.¹¹⁴ Пропагандистське повідомлення тепер може запускатися з анонімного акаунту, набирати віральності завдяки емоційній насиченості або алгоритмічній підтримці, і миттєво охоплювати мільйони людей без прямої участі державних чи корпоративних медіа.¹¹⁵ Цей процес описується як перехід від централізованої пропаганди до горизонтальної інфраструктури впливу. Пропаганда більше не потребує прямої команди «згори», а може виникати зсередини соціальної мережі, часто в умовах штучно створеного консенсусу або координації через децентралізовані платформи.¹¹⁶ Водночас зникає і чітке авторство, адже вплив розчиняється в колективному, часто неконтрольованому продукуванні смислів.¹¹⁷

Як зазначається у дослідженнях щодо інформаційних війн, такі зміни значно ускладнюють виявлення джерел пропаганди і підривають здатність суспільства розрізнити між правдивими повідомленнями та маніпуляцією.¹¹⁸ Пропаганда вже не нав'язує ідеологію прямим шляхом, а формує інформаційне середовище, у якому певні погляди виглядають природно, а альтернативні — маргінально. Більше того, нові мережеві стратегії дозволяють залучати аудиторію через ефект «участі», коли користувач сам стає частиною інформаційної кампанії, поширюючи контент, що співзвучний його емоціям або

¹¹³ Рижак Л., Пецух Р. Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса. Звітна наукова конференція філософського факультету. 2025. С. 43-45.

¹¹⁴ Городенко Л. М. Мережеве суспільство та мережеві комунікації. Інформаційне суспільство. 2011. Вип. 14. С. 55–58.

¹¹⁵ Городенко Л. М. Мережеве суспільство та мережеві комунікації. Інформаційне суспільство. 2011. Вип. 14. С. 55–58.

¹¹⁶ Городенко Л. М. Мережеве суспільство та мережеві комунікації. Інформаційне суспільство. 2011. Вип. 14. С. 55–58.

¹¹⁷ Городенко Л. М. Мережеве суспільство та мережеві комунікації. Інформаційне суспільство. 2011. Вип. 14. С. 55–58.

¹¹⁸ Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>.

переконанням.¹¹⁹ У такій логіці пропаганда не виглядає як зовнішній тиск, але вбудовується у звичну поведінку онлайн.

Одним із ключових чинників трансформації пропагандистських стратегій у мережевому суспільстві є глибока інтеграція технологічних інструментів — від автоматизованих бот-мереж до систем штучного інтелекту та великих мовних моделей.¹²⁰ Якщо раніше пропаганда потребувала людського ресурсу на всіх етапах (створення, поширення, адаптації повідомлень), то сьогодні значна частина цих процесів автоматизована.¹²¹ Це знижує витрати, підвищує швидкість реакції та дозволяє масштабувати вплив практично без обмежень.

Боти, фейкові акаунти та скрипти - найпростіший рівень автоматизації, але саме вони становлять основу багатьох пропагандистських кампаній у соцмережах. За спостереженнями дослідників, такі акаунти не тільки ретранслюють ключові меседжі, а й створюють ілюзію громадської підтримки або консенсусу навколо певної позиції.¹²² Це критично важливо в умовах, коли соціальні мережі працюють за логікою видимості — те, що поширюється, сприймається як «нормальне» або «масове».

Штучний інтелект у пропаганді працює на декількох рівнях. По-перше, він використовується для генерації контенту — текстів, зображень, відео, які важко відрізнити від автентичних.¹²³ Генеративні моделі дають змогу створювати інформаційні повідомлення в режимі реального часу, підлаштовуючи їх під контекст, події або емоційний стан аудиторії.¹²⁴ Це радикально розширює потенціал впливу: пропаганда стає не лише масовою, а й індивідуалізованою.

По-друге, алгоритми машинного навчання дозволяють здійснювати аналітику великих даних, тобто вивчати поведінку користувачів, виявляти їхні

¹¹⁹ Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>.

¹²⁰ Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>.

¹²¹ Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>.

¹²² Marwick A., Lewis R. Media Manipulation and Disinformation Online. 2017. 106 p.

¹²³ Howard P. N. Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives. Yale University Press. 2020. 240 p.

¹²⁴ Howard P. N. Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives. Yale University Press. 2020. 240 p.

інтереси, страхи, упередження.¹²⁵ Ці дані використовуються для мікротаргетингу — точкового впливу на окремі групи людей з повідомленнями, які найімовірніше викличуть емоційну реакцію. Усе це разом формує нову модель: «інформаційний вплив як сервіс».¹²⁶ Пропаганда більше не є разовою кампанією, а постійною, адаптивною системою, що функціонує на основі аналітики, алгоритмів і автоматизованих механізмів впливу.¹²⁷ Такий тип впливу позбавляє інформаційного споживача відчуття того, що на нього тиснуть. Навпаки — контент виглядає «своїм», співзвучним власним думкам або емоційним станам.¹²⁸ І в цьому головна перевага і виклик сучасної цифрової пропаганди.

Однією з найбільш суттєвих змін, які приніс цифровий поворот у сфері пропаганди, є трансформація її функцій: від простого передання ідеологічного меседжу до конструювання інформаційної реальності.¹²⁹ У мережевому суспільстві пропаганда вже не намагається нав'язати конкретну думку — вона створює умови, в яких певні уявлення, переконання і поведінкові моделі здаються природними, очевидними, єдино можливими.¹³⁰ Цей ефект найкраще ілюструє концепт рефлексивного контролю, запропонований ще в радянській військовій теорії, але адаптований до цифрового контексту сучасними дослідниками.¹³¹ Ідея полягає в тому, що наративи, інформаційні сигнали, емоційні подразники використовуються так, аби цільова аудиторія самостійно робила «потрібні» висновки — не через примус, а через створення ілюзії вибору.

¹²⁵ Дзьобань О. П., Прудникова О. В. Сучасна війна: трансформація до мережевих форм. Інформація і право. 2022. № 3(42). С. 21–30.

¹²⁶ Дзьобань О. П., Прудникова О. В. Сучасна війна: трансформація до мережевих форм. Інформація і право. 2022. № 3(42). С. 21–30.

¹²⁷ Скоробогатов А., Проноза І. І. Інформаційна гібридна війна: методи та стратегії протидії в сучасних геополітичних конфліктах. Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів. Матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф., м. Одеса, 30 квіт. 2024 р. С. 81–83.

¹²⁸ Скоробогатов А., Проноза І. І. Інформаційна гібридна війна: методи та стратегії протидії в сучасних геополітичних конфліктах. Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів. Матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф., м. Одеса, 30 квіт. 2024 р. С. 81–83.

¹²⁹ Till C. Propaganda through «reflexive control» and the mediated construction of reality. *New Media & Society*. 2021. Vol. 23, No. 6. P. 1362–1378.

¹³⁰ Till C. Propaganda through «reflexive control» and the mediated construction of reality. *New Media & Society*. 2021. Vol. 23, No. 6. P. 1362–1378.

¹³¹ Till C. Propaganda through «reflexive control» and the mediated construction of reality. *New Media & Society*. 2021. Vol. 23, No. 6. P. 1362–1378.

Особливу роль у цьому процесі відіграє *soft news* — новини м'якого типу, які не виглядають політичними, але виконують ідеологічну функцію.¹³² Як показують дослідження, в умовах інформаційної втоми користувач частіше звертається до контенту розважального або особистісного характеру. Саме в такі формати ефективно вбудовуються пропагандистські меседжі — через образи, емоції, культурні коди.¹³³ Наступний рівень — візуальна пропаганда. У цифровому середовищі, де домінують відео, меми, гіфки та короткі кліпи, зображення часто впливають сильніше за текст.¹³⁴ Пропаганда візуально вибудовує емоційний контекст — гнів, гордість, страх, ненависть — і цим формує ставлення до подій чи фігур, навіть без потреби у раціональній аргументації.¹³⁵

У цій логіці пропаганда — це не стільки зміст, скільки дизайн реальності. Вона проектує «інформаційні інтерфейси», в яких людина взаємодіє з контентом, що вже упереджено структурує її досвід.¹³⁶ Це вже не прямий наказ, а середовище, яке формує сценарії поведінки. Така логіка особливо активно реалізується в умовах гібридних конфліктів та когнітивних війн, коли не йдеться про захоплення територій, а про контроль над сприйняттям, інтерпретацією, довірою.¹³⁷ У дослідженнях сучасних воєнних стратегій наголошується, що виграв не той, хто має більше зброї, а той, хто формує домінуючу картину світу.

Одна з найнебезпечніших рис сучасної пропаганди в мережевому суспільстві — це не агресивна брехня, а системна розмитість правди і вигадки. У цифровому середовищі, де споживачі стикаються з безпрецедентною кількістю інформації, межа між фактом, інтерпретацією, думкою та фейком стає дедалі

¹³² Zhu Y., Fu K. W. How propaganda works in the digital era: Soft news as a gateway. *Digital Journalism*. 2024. Vol. 12, No. 6. P. 753–772.

¹³³ Zhu Y., Fu K. W. How propaganda works in the digital era: Soft news as a gateway. *Digital Journalism*. 2024. Vol. 12, No. 6. P. 753–772.

¹³⁴ Zhu Y., Fu K. W. How propaganda works in the digital era: Soft news as a gateway. *Digital Journalism*. 2024. Vol. 12, No. 6. P. 753–772.

¹³⁵ Bielousova N., Tsios Z. Цифрове мистецтво як інструмент сучасної пропаганди у системі масових комунікацій. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2025. № 09. С. 161–170.

¹³⁶ Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Сучасна війна: трансформація сенсу в епоху інформаційних технологій. *Інформація і право*. 2022. № 4(43). С. 9–22.

¹³⁷ Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Сучасна війна: трансформація сенсу в епоху інформаційних технологій. *Інформація і право*. 2022. № 4(43). С. 9–22.

менш чіткою.¹³⁸ Це не помилка системи — це нова стратегія, яка активно експлуатується в пропагандистських кампаніях. Сучасні дослідники описують фейкові новини як «плаваючі сигніфікатори» — терміни, що не мають фіксованого значення, але легко наповнюються будь-яким змістом у залежності від політичного або емоційного контексту.¹³⁹ У такому форматі сам факт стає другорядним: головне — як він поданий, до якої наративної рамки належить, які реакції викликає.

Аналітики також відзначають зростання ролі дезорієнтації як методу впливу. Замість того, щоб нав'язувати єдину версію подій, сучасна пропаганда створює багато альтернативних варіантів — подекуди взаємовиключних — і змушує аудиторію сумніватися в можливості об'єктивного знання.¹⁴⁰ Така стратегія має подвійний ефект: деморалізацію та параліч критичного мислення.¹⁴¹ Цей механізм активно працює в умовах інформаційного перенасичення: коли користувач бачить десятки версій тієї самої події, йому легше просто відмовитися від аналізу або обрати версію, що відповідає його емоційним уподобанням.¹⁴² Це підсилює ефект когнітивної ізоляції — людина замкнена у власній «бульбашці правди», сформованій алгоритмами, рекомендаціями та інформаційними фреймами.¹⁴³

Таку пропаганду важко ідентифікувати традиційними способами, адже вона не завжди відверта ідеологічно. Вона часто подається як «альтернативна думка», «версія, яку замовчують», «інша точка зору», що апелює до сумніву в офіційних джерелах і водночас не пропонує чіткої позиції. Це дозволяє її носіям уникати прямої відповідальності, маніпулюючи замість цього фреймами

¹³⁸ Недодай М. Г., Дьячук О. С., Примаченко Д. В., Святська Н. А. Використання можливостей штучного інтелекту у створенні інформаційно-психологічних операцій. Телекомунікаційні та інформаційні технології. 2024. № 2. С. 30–36.

¹³⁹ Недодай М. Г., Дьячук О. С., Примаченко Д. В., Святська Н. А. Використання можливостей штучного інтелекту у створенні інформаційно-психологічних операцій. Телекомунікаційні та інформаційні технології. 2024. № 2. С. 30–36.

¹⁴⁰ Kuchmii O., Frolova O. Використання соціальних медіа як інструменту сучасної гібридної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2023. С. 93–104.

¹⁴¹ Kuchmii O., Frolova O. Використання соціальних медіа як інструменту сучасної гібридної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2023. С. 93–104.

¹⁴² Kuchmii O., Frolova O. Використання соціальних медіа як інструменту сучасної гібридної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2023. С. 93–104.

¹⁴³ Kuchmii O., Frolova O. Використання соціальних медіа як інструменту сучасної гібридної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2023. С. 93–104.

недовіри. Власне, така пропаганда не працює за логікою «переконати», а за логікою «посіяти сумнів». Її завдання — не замінити істину, а створити хаос, у якому істина втрачає будь-яке значення, а відтак — зникає як політична і пізнавальна категорія.

У межах трансформації пропагандистських стратегій особливе значення має вивчення конкретних кейсів — ситуацій, у яких нові методи впливу застосовуються в умовах реальних геополітичних конфліктів. Ці приклади дозволяють зрозуміти, як глобальні технічні можливості — автоматизація, ШІ, платформенізація — адаптуються до конкретних політичних, культурних та соціальних контекстів. Один із найбільш показових прикладів — використання платформи Telegram як інструменту розповсюдження дезінформації та впливу на суспільну думку.

Telegram вирізняється низьким рівнем модерації, шифруванням та відносною анонімністю, що робить його ідеальним середовищем для реалізації цілеспрямованих пропагандистських кампаній. Дослідження засвідчують, що саме ця платформа стала одним із ключових каналів просування російських наративів, спрямованих на українську аудиторію.¹⁴⁴ Йдеться про створення «псевдоновинних» каналів, інфільтрацію локальних груп, вкидання деструктивної або панічної інформації у кризові моменти.¹⁴⁵

Український досвід інформаційної війни показує, що сучасні пропагандистські кампанії не потребують фізичної присутності — достатньо грамотно вибудованої цифрової архітектури впливу, яка активується в потрібний момент. Пропаганда при цьому маскується під «незалежну» журналістику, думки «звичайних людей», інсайди або коментарі «очевидців», що ускладнює її ідентифікацію.¹⁴⁶ У контексті гібридної війни інформація стає головним інструментом атак, мета яких — деморалізація, дестабілізація, розкол

¹⁴⁴ Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.

¹⁴⁵ Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.

¹⁴⁶ Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.

соціального єднання. Наприклад, у періоди активної фази бойових дій дезінформація може бути спрямована на підрив довіри до державних рішень, поширення паніки серед цивільного населення, делегітимацію союзників та створення конфлікту між різними групами населення.¹⁴⁷

При цьому пропаганда активно підлаштовується під локальні контексти — використовуючи знайомі наративи, культурні коди, мовні особливості, навіть меми. Це не лише підвищує достовірність повідомлення, а й створює ефект «свого голосу», що значно збільшує рівень довіри до дезінформаційного контенту.¹⁴⁸

Сучасні пропагандистські стратегії вже не можуть ігнорувати технічну специфіку цифрових платформ. Якщо раніше головне було створити переконливий меседж, то сьогодні не менш важливо — вміти «вписатись» у логіку алгоритмів. Це означає, що успішна пропаганда не лише змістовно адаптується до аудиторії, а й формально — до вимог, правил, механік і ритму роботи платформи, на якій поширюється.¹⁴⁹ Умовно кажучи, йдеться про вміння «вгадати платформу» — правильно вибрати канал, тип контенту, його візуальне оформлення, довжину, час публікації.¹⁵⁰ Пропагандисти розуміють, що TikTok «любить» короткі, емоційно насичені відео з візуальними тригерами, Facebook — тексти з поляризуючим змістом і активною коментаторською взаємодією, YouTube — псевдодокументалістику, що апелює до «альтернативної правди». Telegram — це простір для «інсайдів», «зливів» і повідомлень, які виглядають як «реальні» через відсутність цензури.¹⁵¹

Ключове поняття тут — алгоритмічна вигідність. Соціальні медіа винагороджують контент, який затримує увагу користувача, викликає емоцію, стимулює взаємодію. І саме ці параметри активно використовуються в

¹⁴⁷ Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.

¹⁴⁸ Pohribna V. L. Глобальний інформаційний простір в умовах гібридної війни. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2024. № 61(2). С. 133–150.

¹⁴⁹ Цуркан В. Політична пропаганда в медіа та соціальних мережах: постановка питання. *Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти*. 2024. С. 108.

¹⁵⁰ Цуркан В. Політична пропаганда в медіа та соціальних мережах: постановка питання. *Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти*. 2024. С. 108.

¹⁵¹ Цуркан В. Політична пропаганда в медіа та соціальних мережах: постановка питання. *Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти*. 2024. С. 108.

дезінформаційних кампаніях. Наприклад, радикальні заголовки, провокаційні зображення, меми або маніпулятивні порівняння створюються спеціально для того, щоб алгоритм «виштовхнув» їх у стрічку більшої кількості користувачів.¹⁵² Усе це формує нову логіку пропаганди як медіаоптимізації. Пропаганда тепер — це не лише текст чи наратив, а контентний продукт, розроблений з урахуванням UX-поведінки, технічних параметрів, швидкості кліку, візуального розміру прев'ю.¹⁵³ Це означає, що пропагандисти дедалі більше діють як маркетологи — аналізують показники охоплення, зберігання контенту, віральність і вплив.

Особливо це помітно у випадках, коли одна й та сама стратегія змінює форму, залежно від платформи. Тобто головний меседж може залишатись незмінним, але спосіб його подачі, акценти, візуальна обгортка — варіюються відповідно до вимог алгоритмів.¹⁵⁴ Це дозволяє забезпечити максимальне проникнення у «інформаційні бульбашки» різних аудиторій. Такий рівень гнучкості і адаптивності означає, що боротьба з пропагандою більше не може обмежуватись перевіркою фактів. Вона має охоплювати аналіз структурної вигідності контенту, логіки рекомендацій, UX-факторів і платформених умов, у яких інформація стає видимою.¹⁵⁵

Отже, трансформація пропагандистських стратегій у мережевому суспільстві є не просто адаптацією до нових каналів комунікації, а докорінною зміною логіки впливу. Замість вертикального, централізованого поширення інформації, ми маємо справу з децентралізованими, горизонтальними мережами, у яких пропаганда працює через алгоритми, персоналізацію, автоматизацію та платформену динаміку. Сучасна пропаганда вже не обмежується поширенням одного меседжу — вона створює інформаційні середовища, що визначають рамки мислення. Через рефлексивний контроль, візуальні коди, soft news, вона непомітно формує уявлення про події як «самоочевидні». Більш того, розмитість,

¹⁵² Сальнікова Н., Ляшенко П. Пропаганда в медіапросторі: виклики сьогодення. Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти. 2024. С. 79.

¹⁵³ Сальнікова Н., Ляшенко П. Пропаганда в медіапросторі: виклики сьогодення. Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти. 2024. С. 79.

¹⁵⁴ Сальнікова Н., Ляшенко П. Пропаганда в медіапросторі: виклики сьогодення. Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти. 2024. С. 79.

¹⁵⁵ Сальнікова Н., Ляшенко П. Пропаганда в медіапросторі: виклики сьогодення. Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти. 2024. С. 79.

багатозначність і симуляція правди стали дієвими стратегіями впливу, особливо у кризових та конфліктних контекстах. Геополітичні приклади, зокрема український досвід, підтверджують: пропаганда стає фронтом у гібридній війні, де інформація — основна зброя. Адаптація до алгоритмів, конкуренція за увагу та використання платформ як інструментів — усе це вимагає нових підходів до вивчення і протидії. Пропаганда стала системною, персоналізованою і постійною.

РОЗДІЛ 3. МОЖЛИВОСТІ І ОБМЕЖЕННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ ТА СИСТЕМ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ТРАНСФОРМАЦІЇ ПРОПАГАНДИСТСЬКИХ СТРАТЕГІЙ

3.1. Типологія та принципи роботи автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в реалізації пропагандистських стратегій

У сучасному мережевому суспільстві інформація не просто швидко поширюється — вона продукується, фільтрується і трансформується з використанням складних автоматизованих механізмів. У контексті пропагандистських стратегій це означає радикальну зміну як у формах впливу, так і в швидкості реакції на соціальні процеси. Якщо раніше пропаганда була здебільшого ручним процесом, що залежав від редакторів, журналістів або політтехнологів, то сьогодні ключову роль відіграють алгоритми, боти, системи обробки великих даних та штучний інтелект (ШІ).

Автоматизовані системи та ШІ не лише прискорюють обробку інформації, а й дозволяють адаптувати зміст повідомлень під конкретну аудиторію, симулювати людську комунікацію, а в деяких випадках — навіть ініціювати її. При цьому можливості таких систем в інформаційному просторі є подвійними: з одного боку, вони використовуються для оптимізації процесів комунікації, з іншого — стають інструментом маніпуляції, дезінформації та психологічного впливу.

У процесі трансформації сучасних пропагандистських стратегій особливе значення набуває типологізація технологій, які використовуються для реалізації інформаційного впливу на масову свідомість. Автоматизовані системи та системи штучного інтелекту охоплюють широкий спектр інструментів, кожен з яких виконує окрему, але інтегровану функцію у межах загальної пропагандистської моделі.¹⁵⁶ Найпоширенішими серед них є програми-боти, алгоритми

¹⁵⁶ Гулай В., Базюк К. Інформаційно-психологічна складова гібридної війни Російської Федерації проти України (2014–2021 рр.): теоретико-методологічні засади дослідження. The Russian-Ukrainian war (2014–2022). Scientific monograph. 2022. С. 13362-1.

персоналізації, генеративні моделі штучного інтелекту, deepfake-технології, а також системи збору та аналізу великих даних.¹⁵⁷

Одним з найпомітніших інструментів є автоматизовані облікові записи, відомі як боти, які імітують активність реальних користувачів у соціальних мережах.¹⁵⁸ Їхнє головне призначення полягає в масовому тиражуванні однорідного контенту, створенні ілюзії суспільного консенсусу, а також у посиленні або штучному формуванні інформаційного тиску.¹⁵⁹ В умовах політичної або ідеологічної конфронтації такі боти активно застосовуються для дестабілізації інформаційного простору, дискредитації опонентів або формування сприятливого тла для просування заданих наративів. Особливо небезпечними є бот-мережі, які діють скоординовано, в режимі реального часу, і здатні швидко адаптуватися до реакції аудиторії.¹⁶⁰

Одним з найцікавіших елементів є алгоритми персоналізації, які визначають, який саме контент отримує конкретний користувач.¹⁶¹ Такі системи стали невіддільною частиною цифрових платформ — зокрема, соціальних мереж та відеохостингів. Їхня функція полягає в аналізі поведінкових моделей користувачів і доборі інформації відповідно до попередніх вподобань, запитів та реакцій.¹⁶² У контексті пропаганди ці алгоритми створюють ефект так званих «інформаційних бульбашок», у межах яких користувач взаємодіє переважно з контентом, що підтверджує його існуючі переконання. Це призводить до

¹⁵⁷ Гулай В., Базюк К. Інформаційно-психологічна складова гібридної війни Російської Федерації проти України (2014–2021 рр.): теоретико-методологічні засади дослідження. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022). Scientific monograph.* 2022. С. 13362-1.

¹⁵⁸ Гулай В., Базюк К. Інформаційно-психологічна складова гібридної війни Російської Федерації проти України (2014–2021 рр.): теоретико-методологічні засади дослідження. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022). Scientific monograph.* 2022. С. 13362-1.

¹⁵⁹ Гулай В., Базюк К. Інформаційно-психологічна складова гібридної війни Російської Федерації проти України (2014–2021 рр.): теоретико-методологічні засади дослідження. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022). Scientific monograph.* 2022. С. 13362-1.

¹⁶⁰ Гулай В., Базюк К. Інформаційно-психологічна складова гібридної війни Російської Федерації проти України (2014–2021 рр.): теоретико-методологічні засади дослідження. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022). Scientific monograph.* 2022. С. 13362-1.

¹⁶¹ Тищенко В. С., Мужанова Т. М. Дезінформація і фейкові новини: ознаки та методи виявлення в мережі інтернет. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка.* 2022. № 2(18). С. 175–186.

¹⁶² Тищенко В. С., Мужанова Т. М. Дезінформація і фейкові новини: ознаки та методи виявлення в мережі інтернет. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка.* 2022. № 2(18). С. 175–186.

радикалізації позицій, втрати альтернативного погляду та зростання емоційної поляризації.¹⁶³

Суттєво посилюють пропагандистський потенціал сучасні генеративні моделі штучного інтелекту, зокрема текстові моделі, такі як GPT, Claude, LLaMA та інші.¹⁶⁴ Вони здатні автоматично створювати змістовний, стилістично опрацьований контент: статті, пости, коментарі, новини, а також симулювати реалістичні діалоги.¹⁶⁵ У випадках цілеспрямованого використання, такі моделі можуть виступати джерелом масового поширення неправдивої інформації або дезінформаційних меседжів, здатних швидко масштабуватись та адаптуватися до конкретних аудиторій.¹⁶⁶ Важливо зазначити, що створений контент може бути персоналізований під культурний, мовний, соціальний чи емоційний контекст споживача, що істотно підвищує ефективність інформаційного впливу.

Особливу загрозу становлять так звані *deepfake*-технології, які дають змогу створювати фальшиві відео- або аудіоматеріали з високим рівнем достовірності. Ці системи здатні відтворити обличчя, голос, манеру мовлення та поведінку публічних осіб, формуючи фейкові повідомлення, які візуально не відрізняються від реальних.¹⁶⁷ У пропагандистському контексті *deepfake*-технології дозволяють маніпулювати доказами, дискредитувати лідерів думок або створювати віртуальні події, які не відбувалися у реальності. Цей тип контенту має особливо сильний вплив через візуальну переконливість, що підсилює емоційне сприйняття і знижує критичне мислення.¹⁶⁸

Окрему категорію становлять аналітичні системи, які спеціалізуються на зборі, обробці та інтерпретації великих обсягів даних. Вони використовують методи машинного навчання, обробки природної мови та поведінкового аналізу

¹⁶³ Тищенко В. С., Мужанова Т. М. Дезінформація і фейкові новини: ознаки та методи виявлення в мережі інтернет. Кібербезпека: освіта, наука, техніка. 2022. № 2(18). С. 175–186.

¹⁶⁴ Залкін С. В., Хударковський К. І. Використання штучного інтелекту в інформаційно-психологічних операціях. Застосування інформаційних технологій у підготовці та діяльності сил охорони правопорядку. 2020. С. 187–188.

¹⁶⁵ Залкін С. В., Хударковський К. І. Використання штучного інтелекту в інформаційно-психологічних операціях. Застосування інформаційних технологій у підготовці та діяльності сил охорони правопорядку. 2020. С. 187–188.

¹⁶⁶ Залкін С. В., Хударковський К. І. Використання штучного інтелекту в інформаційно-психологічних операціях. Застосування інформаційних технологій у підготовці та діяльності сил охорони правопорядку. 2020. С. 187–188.

¹⁶⁷ Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

¹⁶⁸ Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.

для визначення психологічного профілю користувачів, виявлення їхніх страхів, переконань, інтересів та рівня довіри до джерел інформації.¹⁶⁹ Такі системи можуть виявляти потенційно вразливі групи населення, на які можна спрямувати таргетовані пропагандистські кампанії. У поєднанні з генеративними інструментами ці системи формують цілісну екосистему інформаційного впливу, що діє майже автономно.

Успішна реалізація пропагандистських стратегій за участі автоматизованих систем та систем штучного інтелекту неможлива без розуміння принципів, на яких базується їхня робота. На відміну від традиційних медіаінструментів, новітні цифрові системи функціонують не за лінійною логікою поширення повідомлення, а за складною алгоритмічною моделлю, що включає самонавчання, адаптацію до змін середовища, аналіз великих обсягів даних і генерацію персоналізованого контенту.¹⁷⁰ Ключовими характеристиками таких систем є автономність, швидкість обробки інформації, здатність до імітації людської поведінки та впровадження механізмів самокорекції.

Базовим принципом функціонування більшості сучасних технологій є машинне навчання — процес, у якому система самостійно виводить закономірності на основі аналізу вхідних даних без явного програмування кожного кроку.¹⁷¹ У випадку пропаганди це означає, що система може виявляти, які теми найбільш резонансні для певної групи населення, які повідомлення викликають емоційну реакцію, які формулювання краще стимулюють поширення контенту. Надалі ця інформація використовується для автоматизованого створення або редагування повідомлень, що максимально відповідають упередженням, очікуванням чи емоційному стану конкретної аудиторії.¹⁷² Особливої уваги заслуговує глибинне навчання — підвид машинного навчання, заснований на штучних нейронних мережах, що імітують структуру

¹⁶⁹ Bakir V. Psychological operations in digital political campaigns: Assessing Cambridge Analytica's psychographic profiling and targeting. *Frontiers in Communication*. 2020. Vol. 5. P. 67.

¹⁷⁰ Ramon Y., Farrokhnia R. A., Matz S. C., Martens D. Explainable AI for psychological profiling... *Information*. 2021. Vol. 12, No. 12. P. 518.

¹⁷¹ Hobbs R. Propaganda in an age of algorithmic personalization: Expanding literacy research and practice. *Reading Research Quarterly*. 2020. Vol. 55, No. 3. P. 521–533.

¹⁷² Hobbs R. Propaganda in an age of algorithmic personalization: Expanding literacy research and practice. *Reading Research Quarterly*. 2020. Vol. 55, No. 3. P. 521–533.

людського мозку.¹⁷³ Завдяки цим алгоритмам система може розпізнавати мову, емоції, інтонацію, візуальні образи, а також генерувати нові, штучно створені об'єкти — тексти, зображення, відео.¹⁷⁴ Принципи глибинного навчання дають змогу не лише копіювати людську комунікацію, а й створювати її імітації, які важко відрізнити від автентичних.¹⁷⁵ Це є особливо ефективним у ситуаціях, коли потрібно викликати довіру до фейкового контенту.

Наступним принципом є алгоритмічне прийняття рішень. У межах цього механізму системи штучного інтелекту не лише реагують на сигнали із зовнішнього середовища, а й самостійно приймають рішення про подальші. Наприклад, про поширення певного повідомлення, зміну формулювання заголовку або акцентуацію окремих фрагментів тексту.¹⁷⁶ Це дає змогу забезпечити високу гнучкість та адаптивність до змін інформаційного контексту, що є критично важливим у ситуаціях швидкоплинних криз або політичних конфліктів.¹⁷⁷ Не менш важливими є механізми збору, обробки та інтерпретації даних. Автоматизовані системи аналізують поведінкові патерни користувачів: тривалість перегляду контенту, реакції, кількість переходів за посиланнями, взаємодії з іншими користувачами тощо. Зібрані дані агрегуються та піддаються багаторівневому аналізу із залученням методів обробки природної мови, кластеризації, векторного моделювання семантики та когнітивного профілювання.¹⁷⁸ Результатом є чітка картина того, які саме повідомлення будуть найефективнішими для тієї чи іншої соціальної групи, а також - які канали комунікації є найбільш результативними для їх доставки.¹⁷⁹

¹⁷³ Hobbs R. Propaganda in an age of algorithmic personalization: Expanding literacy research and practice. *Reading Research Quarterly*. 2020. Vol. 55, No. 3. P. 521–533.

¹⁷⁴ Habib H., Nithyanand R. YouTube Recommendations Reinforce Negative Emotions... arXiv preprint arXiv:2501.15048. 2025.

¹⁷⁵ Strubyskyi R., Shakhovska N. Method and models for sentiment analysis and hidden propaganda finding. *Computers in Human Behavior Reports*. 2023. Vol. 12. Article 100328.

¹⁷⁶ Virtosu I., Goian M. Disinformation using artificial intelligence technologies – a key component of Russian hybrid warfare. *Smart Cities International Conference (SCIC) Proceedings*. 2023. Vol. 11. P. 197–222.

¹⁷⁷ Virtosu I., Goian M. Disinformation using artificial intelligence technologies – a key component of Russian hybrid warfare. *Smart Cities International Conference (SCIC) Proceedings*. 2023. Vol. 11. P. 197–222.

¹⁷⁸ Bilton N. Dizzying Deepfakes and Personalized Propaganda: Welcome to the AI Election. URL: <https://www.vanityfair.com/news/story/welcome-to-the-ai-election>.

¹⁷⁹ Feuerriegel S. та ін. Using natural language processing to analyse text data in behavioural science. *Nature Reviews Psychology*. 2025. P. 1–16.

Окрему роль відіграють алгоритми підкріплювального навчання, які застосовуються для оптимізації поведінки систем у динамічному середовищі.¹⁸⁰ Вони функціонують за принципом нагороди й покарання: система «винагороджується» за дії, що досягають заданого результату (наприклад, високий рівень поширення чи позитивну реакцію аудиторії) і «штрафується» за неефективні дії.¹⁸¹ Такий принцип дозволяє системі вдосконалюватися у процесі функціонування. Також це не потребує втручання з боку людини, що створює ризики для прогнозованості та контрольованості таких інформаційних процесів.¹⁸²

Інтеграція цих технологій у цифрові платформи базується на принципах взаємозв'язку між технічними характеристиками систем і соціальною поведінкою аудиторії. У соціальних мережах, відеоплатформах та месенджерах автоматизовані інструменти імітують людську поведінку, коментують, ставлять позначки вподобань, ведуть дискусії, «заводять» діалоги з користувачами або підштовхують їх до взаємодії з певним контентом.¹⁸³ Системи функціонують як у відкритому, так і в прихованому режимі, іноді маскуючись під реальних користувачів, а іноді — діючи анонімно, у фоновому режимі. Результатом є формування викривленої інформаційної картини, де важко відрізнити органічну реакцію суспільства від спланованого інформаційного впливу.¹⁸⁴

Інтеграція автоматизованих систем і технологій штучного інтелекту в цифрові платформи є ключовим етапом їх ефективного використання у реалізації пропагандистських стратегій. Саме через комерційні соціальні мережі, месенджери, відеохостинги та новинні ресурси відбувається безперервна взаємодія між технологічними інструментами та аудиторією, що дозволяє

¹⁸⁰ Mastering Decision Making: The Power of Reinforcement Learning in AI. URL: <https://medium.com/%40nadarshah717/mastering-decision-making-the-power-of-reinforcement-learning-in-ai-9b68825fa4bf>

¹⁸¹ Mastering Decision Making: The Power of Reinforcement Learning in AI. URL: <https://medium.com/%40nadarshah717/mastering-decision-making-the-power-of-reinforcement-learning-in-ai-9b68825fa4bf>

¹⁸² Geissler D., Feuerriegel S. Analyzing the strategy of propaganda using inverse reinforcement learning. Proc. of the ACM on Human-Computer Interaction. 2024. 8(CSCW2). P. 1–25.

¹⁸³ Geissler D., Feuerriegel S. Analyzing the strategy of propaganda using inverse reinforcement learning. Proc. of the ACM on Human-Computer Interaction. 2024. 8(CSCW2). P. 1–25.

¹⁸⁴ Geissler D., Feuerriegel S. Analyzing the strategy of propaganda using inverse reinforcement learning. Proc. of the ACM on Human-Computer Interaction. 2024. 8(CSCW2). P. 1–25.

здійснювати інформаційний вплив з максимальною точністю та у масштабі, раніше недосяжному для традиційних медіа.¹⁸⁵ Цифрові платформи — передусім Facebook, X (Twitter), YouTube, TikTok, Instagram, Telegram — є середовищами, де алгоритми персоналізації, генерації контенту та поведінкового аналізу функціонують синхронно, формуючи складну інформаційну екосистему.¹⁸⁶ Автоматизовані системи у цьому контексті виступають як посередники між створенням контенту та його споживанням.¹⁸⁷ Вони не лише визначають, що саме побачить користувач, але й формують стиль, частоту, емоційне забарвлення та навіть формат інформаційного повідомлення.¹⁸⁸ Завдяки інтеграції у внутрішні механізми платформи, такі як стрічка новин, рекомендаційна система або push-сповіщення, ці технології непомітно втручаються у щоденну інформаційну рутину користувача та здійснюють прихований вплив.¹⁸⁹

Ключовим компонентом інтеграції є використання ботів і віртуальних агентів, які функціонують під виглядом звичайних користувачів. Вони беруть участь у дискусіях, створюють візуальну активність (через лайки, репости, коментарі), поширюють необхідний контент та підсилюють задані наративи.¹⁹⁰ При цьому боти можуть бути запрограмовані на взаємодію один з одним, створюючи враження широкої громадської підтримки тієї чи іншої позиції. Наприклад, у коментарях. Особливо ефективною є координація бот-мереж у поєднанні з таргетованими рекламними кампаніями, які розробляються на основі даних, отриманих з аналітичних систем.¹⁹¹ Важливим аспектом є персоналізований підхід до доставки повідомлень. Цифрові платформи надають технологіям III доступ до масивів поведінкових, соціально-демографічних та

¹⁸⁵ Hobbs R. Propaganda in an age of algorithmic personalization: Expanding literacy research and practice. *Reading Research Quarterly*. 2020. Vol. 55, No. 3. P. 521–533.

¹⁸⁶ Hobbs R. Propaganda in an age of algorithmic personalization: Expanding literacy research and practice. *Reading Research Quarterly*. 2020. Vol. 55, No. 3. P. 521–533.

¹⁸⁷ Vallabhaneni A. S. та ін. The Power of Personalization: AI-Driven Recommendations. In: *Minds Unveiled*. Productivity Press. 2024. P. 111–127.

¹⁸⁸ Vallabhaneni A. S. та ін. The Power of Personalization: AI-Driven Recommendations. In: *Minds Unveiled*. Productivity Press. 2024. P. 111–127.

¹⁸⁹ Vallabhaneni A. S. та ін. The Power of Personalization: AI-Driven Recommendations. In: *Minds Unveiled*. Productivity Press. 2024. P. 111–127.

¹⁹⁰ Yang K. C. та ін. Arming the public with artificial intelligence to counter social bots. *Human Behavior and Emerging Technologies*. 2019. 1(1). P. 48–61.

¹⁹¹ Yang K. C. та ін. Arming the public with artificial intelligence to counter social bots. *Human Behavior and Emerging Technologies*. 2019. 1(1). P. 48–61.

психологічних даних користувачів.¹⁹² Це дозволяє налаштовувати пропагандистські меседжі таким чином, щоб вони відповідали особистим переконанням, емоційному стану або навіть поточному життєвому контексту конкретної особи. Такий рівень персоналізації не лише підвищує ефективність впливу, але й ускладнює його виявлення, оскільки контент може кардинально відрізнятись у межах однієї й тієї самої кампанії залежно від аудиторії, що унеможлиблює знаходження схожих патернів.¹⁹³

Окремої уваги заслуговує механізм маскуванню та симуляції людської поведінки. Сучасні алгоритми навчені копіювати мовні патерни, стиль комунікації, риторичку і навіть гумор, характерний для конкретних груп користувачів.¹⁹⁴ Це дозволяє створювати враження автентичної присутності в інформаційному просторі. Наприклад, у дискусіях у коментарях під політичними постами можуть одночасно брати участь як реальні користувачі, так і автоматизовані агенти, які не лише підтримують необхідну лінію, але й провокують опонентів, знижуючи загальний рівень дискусії, або спрямовують її у вигідному напрямі.¹⁹⁵ Також каналом інтеграції є автоматизоване поширення повідомлень у режимі реального часу. В умовах криз, збройних конфліктів або інформаційних атак ШІ-системи здатні генерувати та розповсюджувати контент із миттєвою реакцією на події.¹⁹⁶ Завдяки підключенню до систем моніторингу інформаційного простору (зокрема, засобів аналізу трендів, хештегів, пошукових запитів), ці технології дозволяють адаптувати пропаганду під змінні обставини майже без втручання людини.¹⁹⁷ При цьому платформи самі сприяють поширенню такого контенту, оскільки алгоритми ранжування часто віддають

¹⁹² Yang K. C. та ін. Arming the public with artificial intelligence to counter social bots. *Human Behavior and Emerging Technologies*. 2019. 1(1). P. 48–61.

¹⁹³ Yang K. C. та ін. Arming the public with artificial intelligence to counter social bots. *Human Behavior and Emerging Technologies*. 2019. 1(1). P. 48–61.

¹⁹⁴ Akhtar M. S. та ін. AI Bots: Navigating the Next Wave of Innovation. *Proc. of ICEECT 2024*. IEEE. Vol. 1. P. 1–7.

¹⁹⁵ Akhtar M. S. та ін. AI Bots: Navigating the Next Wave of Innovation. *Proc. of ICEECT 2024*. IEEE. Vol. 1. P. 1–7.

¹⁹⁶ Akhtar M. S. та ін. AI Bots: Navigating the Next Wave of Innovation. *Proc. of ICEECT 2024*. IEEE. Vol. 1. P. 1–7.

¹⁹⁷ Radanliev P. та ін. AI system for predictive cyber risk analytics in extreme environments. *Safety in Extreme Environments*. 2020. 2. P. 219–230.

перевагу матеріалам із високим рівнем взаємодії — незалежно від їхньої достовірності.¹⁹⁸

3.2. Механізми інтеграції автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в пропагандистські стратегії

Розвиток штучного інтелекту та автоматизованих систем у сфері обробки, генерації та поширення інформації істотно трансформували механізми реалізації пропагандистських стратегій. Якщо раніше технології виконували переважно допоміжну функцію, таку як забезпечення комунікаційної інфраструктури, доступ до аудиторії, оперативність доставки повідомлень, то нині вони відіграють стратегічну роль. У сучасному інформаційному просторі автоматизовані системи стали не лише інструментом, а й активним агентом формування змісту, способу подачі та логіки впливу.

Актуальність дослідження механізмів інтеграції цих систем у пропагандистські практики зумовлена тим, що ефективність маніпулятивного впливу сьогодні залежить не стільки від змісту повідомлення, скільки від того, наскільки точно воно згенероване, спрямоване, доставлене і адаптоване відповідно до поведінкових моделей цільової аудиторії. Йдеться не лише про технологічну складову — застосування алгоритмів чи моделей глибокого навчання, але й насамперед про стратегічне поєднання цих інструментів у рамках цілісної інформаційної кампанії. У цьому контексті інтеграція означає не механічне використання окремих технологій, а вбудованість автоматизованих систем у всі фази формування й реалізації пропагандистської стратегії: від аналізу аудиторії до оцінки результатів впливу. Такий підхід перетворює інформаційну кампанію на керовану, самонавчальну систему, здатну до постійної адаптації та масштабування, яка не потребує втручання людини.

Інтеграція автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в пропагандистські стратегії відбувається поетапно, відповідно до логіки

¹⁹⁸ Radanliev P. та ін. AI system for predictive cyber risk analytics in extreme environments. *Safety in Extreme Environments*. 2020. 2. P. 219–230.

інформаційного впливу. Цей процес не є швидким, адже складається з взаємопов'язаних фаз, що охоплюють збір, обробку, створення, поширення й оцінку ефективності інформаційного контенту. Кожна фаза передбачає використання окремих технологічних рішень, які у комплексі забезпечують гнучкість і результативність кампанії.

Першою фазою є збір даних. Сучасні автоматизовані системи здатні обробляти великі обсяги інформації з відкритих джерел, соціальних мереж, пошукових запитів, коментарів, цифрових слідів користувачів.¹⁹⁹ Застосовуються інструменти моніторингу, трекери, а також засоби аналізу активності в режимі реального часу.²⁰⁰ Ключовим завданням на цьому етапі є ідентифікація цільових аудиторій на основі демографічних, соціальних, поведінкових та психологічних параметрів. Виявляються групи з підвищеною емоційною вразливістю, поляризованими поглядами або схильністю до поширення неперевіреної інформації.²⁰¹

Другою фазою є аналітична обробка зібраної інформації. Використовуючи методи обробки природної мови, системи виявляють теми, що викликають найбільший суспільний резонанс та відгук аудиторії.²⁰² Під час цього процесу здійснюється автоматизоване виявлення ключових слів, наративів, трендів, а також — тригерів, які мають потенціал до емоційної активації аудиторії.²⁰³ Визначається, які повідомлення здатні викликати реакцію підтримки, протесту або занепокоєння. На основі цих висновків формується емоційна карта аудиторії, яка надалі використовується як шаблон для створення впливового контенту (повідомлень, постів і тд).²⁰⁴

¹⁹⁹ Yadav A., Kumar A., Singh V. Open-source intelligence in cybersecurity: a review. *Artificial Intelligence Review*. 2023. 56(11). P. 12407–12438.

²⁰⁰ Yadav A., Kumar A., Singh V. Open-source intelligence in cybersecurity: a review. *Artificial Intelligence Review*. 2023. 56(11). P. 12407–12438.

²⁰¹ Yadav A., Kumar A., Singh V. Open-source intelligence in cybersecurity: a review. *Artificial Intelligence Review*. 2023. 56(11). P. 12407–12438.

²⁰² AI in Open-Source Intelligence (OSINT). URL: <https://www.webasha.com/blog/ai-in-open-source-intelligence-osint-how-it-works-benefits-and-challenges-in-cybersecurity>.

²⁰³ AI in Open-Source Intelligence (OSINT). URL: <https://www.webasha.com/blog/ai-in-open-source-intelligence-osint-how-it-works-benefits-and-challenges-in-cybersecurity> (дата звернення: 28.04.2025).

²⁰⁴ AI in Open-Source Intelligence (OSINT). URL: <https://www.webasha.com/blog/ai-in-open-source-intelligence-osint-how-it-works-benefits-and-challenges-in-cybersecurity> (дата звернення: 28.04.2025).

На етапі створення контенту застосовуються генеративні моделі, зокрема GPT-подібні системи, текстові та мультимедійні ШІ-інструменти, які автоматично продукують повідомлення, зображення, відео, графіку.²⁰⁵ Зміст повідомлень адаптується до лінгвістичних особливостей, соціального контексту та очікуваної реакції цільової аудиторії, виявленої на попередньому етапі. У цьому процесі особливе значення мають елементи емоційної маніпуляції — через страх, гнів, співчуття або обурення. Найголовніше, щоб емоції були сильними.²⁰⁶ Візуальний супровід часто створюється за допомогою нейромереж, які забезпечують високу достовірність зображень, що посилює переконливість основного меседжу [75].

Четверта фаза це дистрибуція контенту, яка реалізується через інтеграцію в алгоритми цифрових платформ. Бот-мережі, фейкові акаунти, псевдожурналістські ресурси або канали в месенджерах використовуються для масового поширення підготовленого контенту. Водночас можуть застосовуватися інструменти платного просування (таргетована реклама), що дозволяє точно спрямовувати меседжі на визначені сегменти населення та максимально створити враження людського залучення. Системи оптимізують час публікації, враховуючи поведінкові патерни користувачів, а також налаштовують формат (текстовий, відео, мемний), що найкраще резонує з аудиторією.²⁰⁷

П'ята і завершальна фаза це зворотний зв'язок і адаптація. У режимі реального часу ШІ-системи фіксують реакції аудиторії на поширені повідомлення: лайки, поширення, коментарі, час перегляду, зміни у настроях.²⁰⁸ Застосовуються алгоритми аналізу емоційної тональності, що дозволяють оцінити рівень впливу кожного повідомлення. Відповідно до зібраної інформації система коригує наступні меседжі, змінює акценти, формати або навіть тематику

²⁰⁵ Carpenter P. Faik: A Practical Guide to Living in a World of Deepfakes, Disinformation, and AI-generated Deceptions. John Wiley & Sons, 2024. 288 p.

²⁰⁶ Carpenter P. Faik: A Practical Guide to Living in a World of Deepfakes, Disinformation, and AI-generated Deceptions. John Wiley & Sons, 2024. 288 p.

²⁰⁷ Carpenter P. Faik: A Practical Guide to Living in a World of Deepfakes, Disinformation, and AI-generated Deceptions. John Wiley & Sons, 2024. 288 p.

²⁰⁸ Nasser El Erafy A. Applications of Artificial Intelligence in the field of media. Int. Journal of Artificial Intelligence and Emerging Technology. 2023. 6(2). P. 19–41.

повідомлень, забезпечуючи безперервне самовдосконалення кампанії.²⁰⁹ Тобто системи здатні до самовдосконалення для створення найбільш реалістичного контенту. Такий механізм замкненого циклу дозволяє пропаганді функціонувати не як одноразовий вплив, а як динамічний, адаптивний процес інформаційного керування масовою свідомістю суспільства.²¹⁰

Тактичний рівень інтеграції автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в пропагандистські стратегії охоплює конкретні інструменти й підходи, які застосовуються у межах реалізації окремих інформаційних кампаній.²¹¹ Йдеться про цілеспрямовану роботу з аудиторією на основі точного прогнозування її поведінки, формування необхідної емоційної реакції та забезпечення масовості впливу при збереженні враження природності комунікації.²¹² У цьому контексті тактика не є лише допоміжним етапом — вона визначає, як стратегічні цілі реалізуються через конкретні технологічні дії.²¹³ Одним із ключових тактичних інструментів є мікротаргетинг — практика надточного налаштування повідомлень для окремих соціальних груп або навіть індивідуальних користувачів.²¹⁴ Завдяки збору поведінкових, психологічних та соціальних даних, системи штучного інтелекту формують профілі аудиторії, визначають найбільш ефективні тригери й адаптують контент під них.²¹⁵ У результаті одне й те саме повідомлення може бути представлене у різних варіантах: з різними аргументами, тональністю, стилем подачі — залежно від сприйняття цільового реципієнта. Мікротаргетинг дозволяє значно підвищити коефіцієнт ефективності впливу, знизити ймовірність опору або критичного сприйняття повідомлень.²¹⁶

²⁰⁹ Nasser El Erafy A. Applications of Artificial Intelligence in the field of media. *Int. Journal of Artificial Intelligence and Emerging Technology*. 2023. 6(2). P. 19–41.

²¹⁰ Nasser El Erafy A. Applications of Artificial Intelligence in the field of media. *Int. Journal of Artificial Intelligence and Emerging Technology*. 2023. 6(2). P. 19–41.

²¹¹ Jongepier F., Wieland J. W. Microtargeting people as a mere means. In: *The Philosophy of Online Manipulation*. Routledge, 2022. P. 156–179.

²¹² Jongepier F., Wieland J. W. Microtargeting people as a mere means. In: *The Philosophy of Online Manipulation*. Routledge, 2022. P. 156–179.

²¹³ Jongepier F., Wieland J. W. Microtargeting people as a mere means. In: *The Philosophy of Online Manipulation*. Routledge, 2022. P. 156–179.

²¹⁴ Bastos M. Information Warfare. In: *Brexit, Tweeted*. Bristol University Press, 2024. P. 91–103.

²¹⁵ Bastos M. Information Warfare. In: *Brexit, Tweeted*. Bristol University Press, 2024. P. 91–103.

²¹⁶ Bastos M. Information Warfare. In: *Brexit, Tweeted*. Bristol University Press, 2024. P. 91–103.

Важливим елементом є геоприв'язка інформаційних впливів. Враховуючи геолокаційні дані, системи ІІІ можуть запускати контент, релевантний до конкретного регіону або подій, що в ньому відбуваються. Наприклад, під час виборчих кампаній в окремих містах можуть активізовуватись повідомлення з темами, які мають локальну політичну значущість або викликають резонанс у місцевої спільноти. У випадках воєнних дій чи протестів контент може бути спрямований на посилення тривожності або підрив морального стану саме в певних територіях. Геолокаційне спрямування дозволяє точно координувати інформаційний тиск та мінімізувати «інформаційні втрати» на нецільову аудиторію.²¹⁷ Також важливими є часові стратегії поширення контенту. ІІІ-системи аналізують піки онлайн-активності користувачів і обирають оптимальний момент для розміщення матеріалів, аби забезпечити максимальне охоплення.²¹⁸ У кризових ситуаціях повідомлення можуть бути скоординовано розміщені у ключові моменти. Наприклад, одразу після вибуху, терористичного акту, політичної заяви.²¹⁹ У таких випадках маніпулятивний контент створюється і публікується до того, як офіційні джерела встигають запропонувати перевірену інформацію, що дозволяє зайняти інформаційне поле на самому початку новинного циклу, і відповідно, підсилюють довіру аудиторії.²²⁰

Окрему роль у тактичній інтеграції відіграє симуляція органічної активності.²²¹ За допомогою ботів, тролів та автоматизованих акаунтів формується видимість громадської думки, аштучне підсилення популярності певних наративів, створення ілюзії суспільного запиту або протестного руху.²²² Цей ефект реалізується через масові коментарі, оцінки, поширення публікацій,

²¹⁷ Harnessing the Power of Geofencing Marketing: A Complete Guide. URL: <https://www.placer.ai/guides/geofencing-marketing> (дата звернення: 28.04.2025).

²¹⁸ Harnessing the Power of Geofencing Marketing: A Complete Guide. URL: <https://www.placer.ai/guides/geofencing-marketing> (дата звернення: 28.04.2025).

²¹⁹ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²²⁰ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²²¹ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²²² Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

створення «штучного консенсусу» або, навпаки, «штучного конфлікту».²²³ Імітація активної підтримки або обурення сприймається користувачами як реальний соціальний настрій, що спонукає їх до приєднання або протесту.²²⁴ Така симуляція часто не розпізнається як штучна через складну поведінкову модель ботів, які імітують мовні, стилістичні та емоційні особливості живих користувачів.²²⁵ Тактичним прийомом є «інформаційне затоплення» — масова генерація контенту, який створює інформаційний шум, відволікає увагу від критичних тем або послаблює ефективність контрнарративів.²²⁶ Цей підхід ефективний у випадках, коли необхідно приховати або нівелювати вплив опозиційної інформації: у таких ситуаціях системи ШІ починають продукувати велику кількість альтернативних повідомлень, які можуть бути однотипними, нейтральними або навіть абсурдними, але які витісняють з інформаційного простору справді значущі повідомлення.²²⁷ Зрештою, користувачеві стає важко ідентифікувати першоджерело чи відрізнити фейк від правди, втома призводить до пасивності і в цей період користувачі найбільш схильні піддатися впливу.

Технічна інтеграція систем штучного інтелекту та автоматизованих рішень у пропагандистські стратегії ґрунтується на можливостях взаємодії з цифровими платформами через офіційні та неофіційні канали.²²⁸ У центрі цього процесу — доступ до даних, керування алгоритмічним середовищем і вбудовування ШІ в інфраструктуру онлайн-комунікації.²²⁹ Основним технічним каналом є інтерфейси прикладного програмування, які дозволяють системам ШІ автоматично взаємодіяти з платформами (наприклад, X/Twitter, Facebook Graph

²²³ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²²⁴ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²²⁵ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²²⁶ Russia using AI to target Britons with fake news. URL: <https://www.thetimes.com/uk/defence/article/russia-ai-disinformation-pravda-fake-news-plbwwn7v0> (дата звернення: 28.04.2025).

²²⁷ Russia using AI to target Britons with fake news. URL: <https://www.thetimes.com/uk/defence/article/russia-ai-disinformation-pravda-fake-news-plbwwn7v0> (дата звернення: 28.04.2025).

²²⁸ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

²²⁹ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

API, Telegram Bot API). Через них здійснюється публікація контенту, аналіз поведінки користувачів, моніторинг реакцій, а також масштабне поширення повідомлень через бот-мережі.²³⁰ Додатково використовуються внутрішні модулі самих платформ, такі як рекламні кабінети, аналітичні панелі, сервіси таргетингу. ШІ-системи здатні моделювати сценарії поведінки, тестувати варіанти повідомлень (A/B-тестування), адаптувати меседжі в реальному часі на основі фіксації реакцій аудиторії.²³¹ У деяких випадках використовуються неофіційні методи: обхід обмежень через скрипти, використання парсинг-сервісів або вразливостей, що відкривають додатковий доступ до поведінкової аналітики.²³² Це дозволяє створити комплексну систему впливу, в якій ШІ не просто підтримує кампанію, а безпосередньо керує її розвитком на основі платформної логіки.²³³

Показовим є приклад використання ШІ у інформаційній операції під час війни в Україні (з 2014 року, особливо після 2022). Тут використання автоматизованих систем охоплює гібридну дезінформацію: від створення фальшивих новин і deepfake-відео до атаки на інфраструктуру довіри (зміщення авторитетних джерел, дискредитація офіційної інформації).²³⁴ Системи ШІ допомагають виявляти «вразливі точки» суспільства, генерувати відповідні меседжі та масштабувати їх через соціальні мережі й месенджери, що дозволяє обходити цензуру і миттєво адаптувати кампанії до контексту.²³⁵

Також слід згадати медійну дезінформацію у сфері охорони здоров'я — зокрема, під час пандемії COVID-19. Пропагандистські кампанії, що поширювали псевдонаукові або антивакцинаторські наративи, активно використовували алгоритми, які посилювали емоційний вплив (страх, недовіра,

²³⁰ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

²³¹ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

²³² Marigliano R., Ng L. H. X., Carley K. M. Analyzing Digital Propaganda and Conflict Rhetoric. *Social Network Analysis and Mining*. 2024. 14(1). P. 170.

²³³ Marigliano R., Ng L. H. X., Carley K. M. Analyzing Digital Propaganda and Conflict Rhetoric. *Social Network Analysis and Mining*. 2024. 14(1). P. 170.

²³⁴ Nair S. S. Digital Warfare: Cybersecurity Implications of the Russia-Ukraine Conflict. *Int. J. Emerging Trends in CSIT*. 2023. 4(4). P. 31–40.

²³⁵ Nair S. S. Digital Warfare: Cybersecurity Implications of the Russia-Ukraine Conflict. *Int. J. Emerging Trends in CSIT*. 2023. 4(4). P. 31–40.

обурення).²³⁶ Генерація повідомлень і візуального супроводу часто здійснювалася автоматизовано, з використанням шаблонів, що виявляли високу ефективність у попередніх хвилях дезінформації.²³⁷

Отже, інтеграція автоматизованих систем і технологій штучного інтелекту в пропагандистські стратегії відбувається за чітко структурованою логікою, що охоплює всі фази інформаційного впливу, від збору даних до адаптивного коригування контенту в режимі реального часу. Застосування ШІ не обмежується технічними інструментами, натомість перетворюється на стратегічну технологію і формування, і розповсюдження, і управління інформаційними потоками. Тактичні механізми, зокрема мікротаргетинг, геолокаційна прив'язка, симуляція соціальної активності та інформаційне затоплення, забезпечують максимальну ефективність кампаній і мінімізацію виявлення їх штучного походження. Технічна взаємодія між ШІ та платформами дозволяє налагодити безперервний цикл впливу, що функціонує у відповідності до логіки самих цифрових середовищ, адаптуючись до їхніх особливостей

3.3. Аналіз ефективності використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту в реалізації пропагандистських стратегій

Оцінка ефективності використання автоматизованих систем та технологій штучного інтелекту в реалізації пропагандистських стратегій вимагає чіткого виокремлення ключових параметрів, за якими можна виміряти результативність їх впливу. На відміну від традиційних інформаційних кампаній, де оцінка часто обмежувалась кількістю охоплених людей або рівнем впізнаваності повідомлення, сучасні системи дозволяють значно точніше фіксувати ефекти завдяки аналітичним інструментам самих платформ. При цьому ефективність варто аналізувати як у технічному, так і у психологічному вимірах.²³⁸

²³⁶ Broniatowski D. A. та ін. Weaponized health communication. *American Journal of Public Health*. 2018. 108(10). P. 1378–1384.

²³⁷ UNESCO. Disinfodemic: Deciphering COVID-19 disinformation. 2020. URL: <https://www.unesco.org/en/covid-19/communication-and-information-response> (дата звернення: 29.04.2025).

²³⁸ Jongepier F., Wieland J. W. Microtargeting people as a mere means. In: *The Philosophy of Online Manipulation*. Routledge, 2022. P. 156–179.

Першим параметром є швидкість створення й поширення контенту. Завдяки генеративним моделям ШІ (наприклад, GPT, Claude) створення текстів, візуальних повідомлень або навіть відеоматеріалів відбувається у лічені секунди. Це дозволяє запускати масштабні інформаційні кампанії у відповідь на події майже миттєво, що особливо критично в умовах криз, конфліктів або терористичних актів, коли інформаційне поле формується в перші години. Порівняно з традиційними методами, де створення й погодження повідомлень займало дні або тижні, автоматизовані системи демонструють перевагу в оперативності.

Другим показником є масштаб охоплення аудиторії. Через інтеграцію у соціальні платформи й використання бот-мереж, таргетованої реклами та вірусного механізму поширення, автоматизовані кампанії здатні охоплювати мільйони користувачів без суттєвих витрат.²³⁹ Особливо ефективними в цьому контексті є алгоритми рекомендацій, що сприяють самопоширенню контенту за межі початково заданої аудиторії. Таке масштабування забезпечується без активної участі людини, що робить вплив стійким і тривалим.

Третім критично важливим параметром є рівень персоналізації та точності таргетингу. Саме тут ШІ демонструє одну з найбільших переваг. Системи аналізу даних здатні формувати психологічні портрети користувачів, передбачати їхню реакцію на ті чи інші теми, і відповідно адаптувати контент — не лише за змістом, але й за стилістикою, емоційним тоном, каналом доставки.²⁴⁰ У результаті формується враження індивідуального звернення, що значно підвищує ймовірність емоційного залучення й сприйняття повідомлення як достовірного.²⁴¹

Важливим чинником є стійкість до виявлення і блокування. Завдяки здатності до симуляції людської поведінки, використанню різних IP-адрес, часових патернів активності та імітації стилю живого користувача,

²³⁹ Jongepier F., Wieland J. W. Microtargeting people as a mere means. In: *The Philosophy of Online Manipulation*. Routledge, 2022. P. 156–179.

²⁴⁰ Jongepier F., Wieland J. W. Microtargeting people as a mere means. In: *The Philosophy of Online Manipulation*. Routledge, 2022. P. 156–179.

²⁴¹ Jongepier F., Wieland J. W. Microtargeting people as a mere means. In: *The Philosophy of Online Manipulation*. Routledge, 2022. P. 156–179.

автоматизовані акаунти здатні довгий час уникати блокувань з боку платформ.²⁴² Крім того, зміст повідомлень часто навмисно балансуватиме на межі дозволеного, аби не порушити формальні правила модерації.²⁴³ Це забезпечує тривалий життєвий цикл дезінформаційного контенту, навіть у контрольованих середовищах.

Високу оцінку заслуговує і здатність до адаптації. Завдяки аналітичним модулям, які обробляють фідбек користувачів (реакції, коментарі, поширення), системи можуть оперативно змінювати повідомлення, стилі подачі, навіть цілі наративи.²⁴⁴ Адаптивність дозволяє підтримувати актуальність повідомлень у динамічному інформаційному середовищі та уникати інформаційного «виснаження» аудиторії.

Останнім важливим критерієм є емоційна ефективність. Аналіз багатьох кейсів засвідчує, що автоматизовані системи, орієнтовані на збудження емоцій, досягають вищих рівнів залучення (лайків, коментарів, поширень) ніж нейтральний контент. Страх, гнів, обурення, почуття несправедливості є ключовими емоційними тригерами, які активно експлуатуються у кампаніях.²⁴⁵ ІІІ здатен відстежувати, які саме слова, образи чи теми викликають сильні реакції, і масштабувати їх у наступних повідомленнях.

Ефективність використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту у пропагандистських стратегіях значною мірою залежить від вибору платформи поширення, а також від характеристик цільової аудиторії. Ці два фактори (технологічне середовище і соціально-культурний профіль користувачів) визначають не лише масштаби впливу, а й ступінь стійкості або вразливості до маніпуляції.²⁴⁶ Кожна цифрова платформа має власну логіку

²⁴² Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²⁴³ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²⁴⁴ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²⁴⁵ Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf (дата звернення: 28.04.2025).

²⁴⁶ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

функціонування, алгоритмічні особливості та типову структуру аудиторії. Наприклад, у мережі Twitter/X (особливо до зміни модераторської політики) особливо активно функціонували бот-мережі, що впливали на формування трендів і дискурс серед політично активної аудиторії.²⁴⁷ Тут ШІ-агенти демонстрували ефективність у симуляції публічних обговорень, а короткий формат дописів сприяв емоційній насиченості та поширенню маніпулятивних наративів. У Facebook ефективність обумовлюється можливостями таргетованої реклами та широким охопленням аудиторії середнього й старшого віку. Ця платформа добре підходить для глибших меседжів і псевдоаналітичного контенту. Автоматизовані системи тут часто використовуються не лише для поширення інформації, а й для створення «спільнот» з фіктивною підтримкою, що підвищує довіру до повідомлень серед користувачів з нижчим рівнем цифрової грамотності.²⁴⁸ У TikTok і Instagram, натомість, домінує візуальний контент, тому пропагандистські кампанії здебільшого базуються на емоційних образах, коротких відео, інфографіці.²⁴⁹ ШІ активно застосовується для створення візуальних шаблонів, а також для автоматизованого тестування ефективності кожного з них. Аудиторія цих платформ — переважно молодь — є більш критичною до текстових наративів, але вразливішою до впливу візуальних символів. Telegram, як децентралізована і менш регульована платформа, виявився ефективним середовищем для поширення як офіційної, так і дезінформації.²⁵⁰ Закритість груп і каналів ускладнює модераторську, а автоматизовані боти часто виконують функцію масового репостингу, розсилки, симуляції діалогів. Цільова аудиторія — різнорідна, але схильна до довіри

²⁴⁷ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

²⁴⁸ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

²⁴⁹ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

²⁵⁰ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

всередині обмежених інформаційних спільнот, що робить її вразливою до контрольованих вкидів.

Тип аудиторії так само суттєво впливає на ефективність. Найбільш чутливими до впливу ШІ-систем є групи з низьким рівнем критичного мислення, високим емоційним фоном, соціальним відчуженням або підвищеною недовірою до офіційних джерел.²⁵¹ Молодь частіше виявляє скепсис до прямої пропаганди, але є вразливою до маніпуляцій через гумор, іронію, меми. Люди середнього віку з активною соціальною позицією — основна ціль для гібридних кампаній з імітацією експертної думки або наукового підходу.²⁵² Старші аудиторії, особливо у країнах із слабо розвинутою медіаосвітою, часто є найбільш податливими до повторюваної інформації та псевдопосилань на авторитети.

Попри високу ефективність автоматизованих систем та ШІ у поширенні пропаганди, варто враховувати, що їхня результативність не є сталою величиною. У сучасному інформаційному середовищі діє постійний механізм протидії з боку платформ, держав, незалежних організацій і самих користувачів. Саме ці фактори обмежують масштаб і тривалість впливу, знижують довіру до маніпулятивного контенту та поступово змінюють поведінкові моделі аудиторії. Найпершим і найочевиднішим елементом протидії є технічна модерація контенту. Великі платформи, такі як Meta, Google, X, TikTok, регулярно впроваджують алгоритми виявлення бот-активності, фейкових акаунтів, повторюваних або шаблонних повідомлень. Це призводить до видалення акаунтів, блокування мереж ботів і скорочення життєвого циклу інформаційних кампаній.

Другою важливою формою протидії є фактчекінг. Незалежні організації (наприклад, StopFake, Bellingcat, EUvsDisinfo, Politifact), а також внутрішні підрозділи платформ, займаються оперативною перевіркою сумнівної інформації. Наявність швидкого доступу до спростувань підвищує рівень обізнаності користувачів, хоча ефективність залежить від готовності аудиторії

²⁵¹ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

²⁵² Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

довіряти таким джерелам. Водночас, навіть часткове виявлення фейкових наративів знижує ефективність загальної кампанії, послаблюючи її інформаційний тиск.

Важливим бар'єром для пропаганди є зростання цифрової та медіаграмотності. Усе більше користувачів навчаються розпізнавати фейки, перевіряти джерела, критично аналізувати контент. Освітні кампанії, державні та громадські ініціативи, спрямовані на розвиток навичок роботи з інформацією, поступово формують нову культуру споживання медіа. У такому середовищі навіть технологічно досконала дезінформація не гарантує очікуваного ефекту.

Наступний чинник — негативне перенасичення. Надмірне застосування технологій, зокрема ботів, агресивних меседжів чи емоційно напруженого контенту, може спричинити «інформаційне вигорання» та втрату інтересу до теми.²⁵³ Аудиторія стає більш апатичною або, навпаки, скептичною, коли відчуває нав'язливість або штучність впливу. Це знижує емоційну чутливість і порушує ефективність таргетингу.²⁵⁴ Також існує реакція самих платформ на політичний та громадський тиск. Після гучних скандалів, пов'язаних із втручанням у вибори чи розпалюванням міжнаціональної ворожнечі, платформи змушені розширювати регулювання, верифікувати політичну рекламу, обмежувати автоматизовану діяльність. Навіть якщо такі обмеження не усувають проблему повністю, вони створюють перешкоди для масового і тривалого використання одних і тих самих схем.

Отже, ефективність використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту у реалізації пропагандистських стратегій є високою, але водночас стикається з перешкодами. Аналіз показав, що ці технології забезпечують швидке створення контенту, масове охоплення, високу ступінь персоналізації та адаптивність, що значно перевищує можливості традиційної пропаганди. У реальних кейсах вони демонстрували здатність впливати на

²⁵³ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

²⁵⁴ Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/> (дата звернення: 28.04.2025).

громадську думку, емоційний стан та інформаційну поведінку мільйонів користувачів. Проте ефективність таких кампаній залежить від низки змінних: типу платформи, соціального профілю аудиторії, наявності фактчекінгу, рівня медіаграмотності та здатності до інформаційної протидії. Таким чином, автоматизована пропаганда — це не лише технологічна перевага, але й складна динамічна система, ефективність якої залежить від умов, у яких вона функціонує, та від здатності суспільства вчасно на неї реагувати.

Отже, останні десять років кардинально змінили те, як працює пропаганда в нашому цифровому світі. Те, що раніше було простим поширенням повідомлень через традиційні канали, тепер перетворилось на складну систему, де головну роль грають цифрові платформи, автоматизація та штучний інтелект. Замість старих централізованих схем ми бачимо нові форми впливу: бот-мережі, персоналізовані кампанії та контент, що підлаштовується під кожного користувача. Технології дозволяють проводити масові інформаційні операції з такою швидкістю та масштабом, які були неможливі ще кілька років тому. Найцікавіше те, що сучасна пропаганда використовує комплексні технології для аналізу величезних обсягів даних та створення контенту. Соціальні боти імітують поведінку реальних людей, а нейронні мережі генерують тексти, картинки та аудіо, які важко відрізнити від справжніх. Повідомлення тепер адаптуються до цифрового профілю кожного користувача в реальному часі, що робить вплив значно ефективнішим. Така система руйнує звичну модель односпрямованого поширення інформації і створює фрагментоване середовище, де бот-мережі та алгоритми штучно підсилюють видимість певного контенту. Ці зміни мають серйозні наслідки для політичної комунікації загалом. Цифрові платформи стали головним полем битви за громадську думку, де штучний інтелект дає можливість впливати на людей з неймовірною точністю та швидкістю. Маніпуляції досягли нового рівня: від точного націлювання на найвразливіші аудиторії до створення інформаційного хаосу та переконливих підробок. Цифрова пропаганда змінює саму природу того, як ми обговорюємо важливі питання в суспільстві, створюючи проблеми з довірою до інформації та загрожуючи демократичним

процесам. Тепер особливо складно зрозуміти, де правда, а де маніпуляція. Де це справа рук штучного інтелекту, а де людини.

РОЗДІЛ 4. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ПРАКТИК ВИКОРИСТАННЯ АВТОМАТИЗОВАНИХ СИСТЕМ І СИСТЕМ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПРОПАГАНДІ

4.1. Автоматизовані системи та системи штучного інтелекту в китайських кампаніях впливу щодо Тайваню (2022-2024 рр.)

У 2022–2024 роках Китайська Народна Республіка суттєво посилила інформаційний тиск на Тайвань, застосовуючи автоматизовані системи та технології штучного інтелекту як ключовий компонент інформаційного впливу. Ці кампанії не були випадковими чи ізольованими — вони стали частиною системної стратегії КНР, спрямованої на делегітимацію тайванської державності, зниження суспільної довіри до уряду Цай Інвень, підрив стабільності та посилення проросійсько-китайських наративів у внутрішньому й міжнародному інформаційному полі.²⁵⁵ Після візиту спікерки Палати представників США Ненсі Пелосі до Тайваню в серпні 2022 року Китай активізував багатоетапні інформаційні кампанії, в яких використовувались автоматизовані бот-мережі, фейкові акаунти, генеративні ШІ-системи для створення контенту, а також аналітичні платформи для адаптивного керування поширенням.²⁵⁶ Основними каналами впливу стали TikTok, Facebook, X/Twitter, Telegram та YouTube. У більшості випадків ішлося не лише про поширення політичної пропаганди, а й про формування емоційно насичених, фрагментованих наративів, спрямованих на довгострокове ослаблення тайванської самоідентичності.²⁵⁷

Тайвань уже кілька десятиліть є основним геополітичним пріоритетом КНР, і будь-які ознаки міжнародного визнання незалежності острова або внутрішньої стабільності розглядаються Пекіном як загроза. КНР прагнула досягти трьох основних цілей через автоматизовані інформаційні кампанії. По-

²⁵⁵ China steps up disinformation campaign in 2024: NSB report. URL: <https://focustaiwan.tw/politics/202501030012>

²⁵⁶ China steps up disinformation campaign in 2024: NSB report. URL: <https://focustaiwan.tw/politics/202501030012> (дата звернення: 29.04.2025).

²⁵⁷ Meta warns that China is stepping up its online social media influence operations. NPR. URL: <https://www.npr.org/2023/11/30/1215898523/meta-warns-china-online-social-media-influence-operations-facebook-elections>

перше, делегітимізувати уряд Демократичної прогресивної партії (DPP), звинувачуючи його у провокуванні конфліктів і деструктивному курсі щодо відносин з материковим Китаєм.²⁵⁸ По-друге, підірвати довіру до союзників Тайваню, насамперед США, зображуючи їх як «зовнішню силу», яка маніпулює регіоном у власних інтересах.²⁵⁹ По-третє, розколоти саме тайванське суспільство, загострюючи соціальні, вікові та ідеологічні суперечності, що послаблює внутрішню єдність і ускладнює консолідований опір пропаганді.²⁶⁰

Інформаційний вплив здійснювався не в ізоляції, а в координації з військовими навчаннями КНР біля узбережжя Тайваню, економічним тиском, кібератаками та дипломатичними демаршами.²⁶¹ Саме автоматизовані системи забезпечували оперативність, гнучкість та масовість кампаній, а штучний інтелект давав змогу адаптувати повідомлення до контексту — мовного, емоційного, регіонального.²⁶² Таким чином, інформаційна війна проти Тайваню стала першою у своєму роді комплексною кампанією КНР із масштабним застосуванням ШІ у зовнішньополітичному контексті.

Технологічна інфраструктура інформаційного впливу КНР щодо Тайваню у 2022–2024 рр. ґрунтувалася на поєднанні державних ресурсів, напівофіційних технологічних структур і прихованих мереж автоматизованих акаунтів, які діяли у провідних соціальних медіа.²⁶³ Китайська модель характеризується тим, що вона не покладається на окремі одиничні інструменти, а формує цілісну екосистему впливу, в якій штучний інтелект і автоматизовані системи взаємодіють у межах єдиної стратегії.²⁶⁴ Один із ключових інструментів —

²⁵⁸ Meta warns that China is stepping up its online social media influence operations. NPR. URL: <https://www.npr.org/2023/11/30/1215898523/meta-warns-china-online-social-media-influence-operations-facebook-elections>

²⁵⁹ China's Political Warfare: The Fight for Taiwan on the Information Battlefield. Small Wars Journal. URL: <https://smallwarsjournal.com/2025/02/19/chinas-political-warfare-the-fight-for-taiwan-on-the-information-battlefield>

²⁶⁰ China's Political Warfare: The Fight for Taiwan on the Information Battlefield. Small Wars Journal. URL: <https://smallwarsjournal.com/2025/02/19/chinas-political-warfare-the-fight-for-taiwan-on-the-information-battlefield>

²⁶¹ Breaking the Circle: Chinese Communist Party Propaganda Infrastructure Rapidly Expands. Recorded Future. URL: <https://www.recordedfuture.com/research/breaking-the-circle-chinese-communist-party-propaganda>

²⁶² Breaking the Circle: Chinese Communist Party Propaganda Infrastructure Rapidly Expands. Recorded Future. URL: <https://www.recordedfuture.com/research/breaking-the-circle-chinese-communist-party-propaganda>

²⁶³ China's Political Warfare: The Fight for Taiwan on the Information Battlefield. Small Wars Journal. URL: <https://smallwarsjournal.com/2025/02/19/chinas-political-warfare-the-fight-for-taiwan-on-the-information-battlefield>

²⁶⁴ China's Political Warfare: The Fight for Taiwan on the Information Battlefield. Small Wars Journal. URL: <https://smallwarsjournal.com/2025/02/19/chinas-political-warfare-the-fight-for-taiwan-on-the-information-battlefield>

мережі ботів і фейкових акаунтів, що систематично використовувалися на платформах Facebook, YouTube, Twitter/X, TikTok і Telegram.²⁶⁵ Згідно зі звітами Meta, Google Threat Analysis Group і Mandiant, саме кампанії, що виходили з Китаю або мали китайські цифрові сліди, показали найбільшу активність за кількістю фальшивих облікових записів, які публікували однотипний політично орієнтований контент.²⁶⁶

Особливу роль відіграв проєкт, відомий під умовною назвою Spamouflage (Dragonbridge) — велика мережа акаунтів, які масово публікували прорежимні меседжі, атакували незалежні медіа, тайванських політиків та американське керівництво. Згідно з даними дослідження компанії Graphika, ця мережа працювала з використанням автоматизованого розкладу публікацій, повторного поширення та міжплатформної координації.²⁶⁷ Системи імітували поведінку реальних користувачів, використовували профілі з локалізованим контентом і застосовували ШІ-моделі для формування текстів із регіональними лінгвістичними особливостями.²⁶⁸

Другий важливий рівень — генеративні моделі штучного інтелекту, ймовірно, розгорнуті на основі китайських комерційних платформ (Baidu, iFLYTEK, Tencent Cloud).²⁶⁹ Звіти Open-Source Intelligence (OSINT) груп, зокрема ASPI та Recorded Future, вказують на появу контенту, який не мав відомого автора, але був граматично коректним, емоційно виразним і локально стилізованим — ознаки, характерні для ШІ-генерації.²⁷⁰ Такий контент включав текстові повідомлення, інфографіку, відеоролики з закадровим голосом, а також псевдоновинні матеріали. Окрему роль у технологічній структурі китайських кампаній відіграли аналітичні системи моніторингу.²⁷¹ Алгоритми відстежували

²⁶⁵ Google TAG Bulletin: Q3 2023. URL: <https://blog.google/threat-analysis-group/tag-bulletin-q3-2023/>

²⁶⁶ Meta Takes Down 'Largest Ever' Chinese Influence Operation. Time. URL: <https://time.com/6310040/chinese-influence-operation-meta/>

²⁶⁷ Graphika Reports: Spamouflage. URL: <https://graphika.com/reports/spamouflage>

²⁶⁸ Google disrupted over 10,000 instances of DRAGONBRIDGE activity in Q1 2024. URL: <https://blog.google/threat-analysis-group/google-disrupted-dragonbridge-activity-q1-2024/>

²⁶⁹ Risky Biz News: China says Taiwan's military is behind a hacktivist group. URL: <https://news.risky.biz/risky-biz-news-china-says-taiwans-military-is-behind-a-hacktivist-group/>

²⁷⁰ Risky Biz News: China says Taiwan's military is behind a hacktivist group. URL: <https://news.risky.biz/risky-biz-news-china-says-taiwans-military-is-behind-a-hacktivist-group/>

²⁷¹ Risky Biz News: China says Taiwan's military is behind a hacktivist group. URL: <https://news.risky.biz/risky-biz-news-china-says-taiwans-military-is-behind-a-hacktivist-group/>

реакції користувачів, швидкість поширення, емоційну тональність коментарів. Зібрані дані дозволяли автоматизованим системам коригувати тематику, змінювати формулювання, визначати часові вікна для публікацій. Іншими словами, це була самонавчальна структура, здатна адаптувати інформаційну атаку в режимі реального часу.²⁷² Також виявлено використання VPN та проксі-серверів для обходу регіональних обмежень, що дозволяло ботам і фейковим акаунтам діяти з IP-адрес, зареєстрованих у Тайвані, США чи інших країнах.²⁷³ Це ускладнювало виявлення походження та створювало ілюзію справжньої соціальної активності.

У китайських кампаніях впливу проти Тайваню в 2022–2024 рр. технології штучного інтелекту та автоматизації відігравали ключову роль не тільки в створенні контенту, а й у його дистрибуції та персоналізації. Центральним інформаційним наративом була теза про те, що Тайвань є невід’ємною частиною єдиного Китаю. Цей меседж подавався у різних варіаціях — від офіційно-політичних тверджень у стилі державного медіа-дискурсу до побутових і псевдоособистих коментарів, написаних, як здавалося, звичайними користувачами соціальних мереж.²⁷⁴ Автоматизовані системи використовували шаблонізовану генерацію висловлювань із незначною варіативністю, але з високою частотою публікацій, що дозволяло досягати ефекту «повсюдності думки».²⁷⁵ Повідомлення поширювалися через фейкові акаунти, бот-мережі та штучно створені спільноти, переважно у Facebook, X/Twitter та YouTube.²⁷⁶ Візуальні матеріали, створені генеративними нейромережами, включали мапи з

²⁷² Tencent and iFlytek enter China's AI language model price war. URL: <https://www.reuters.com/technology/iflytek-enters-chinas-ai-language-model-price-war-2024-05-22/>

²⁷³ Tencent and iFlytek enter China's AI language model price war. URL: <https://www.reuters.com/technology/iflytek-enters-chinas-ai-language-model-price-war-2024-05-22/>

²⁷⁴ The Disinformation Chorus: How Taiwanese TV Talk Shows Push Chinese Propaganda. URL: <https://taiwaninsight.org/2024/11/11/the-disinformation-chorus-how-taiwanese-tv-talk-shows-push-chinese-propaganda/>

²⁷⁵ The Disinformation Chorus: How Taiwanese TV Talk Shows Push Chinese Propaganda. URL: <https://taiwaninsight.org/2024/11/11/the-disinformation-chorus-how-taiwanese-tv-talk-shows-push-chinese-propaganda/>

²⁷⁶ The Disinformation Chorus: How Taiwanese TV Talk Shows Push Chinese Propaganda. URL: <https://taiwaninsight.org/2024/11/11/the-disinformation-chorus-how-taiwanese-tv-talk-shows-push-chinese-propaganda/>

об'єднаним Китаєм, сцени «реального життя» тайванців і материкових китайців у єдності, а також відео із закадровим голосом на тайванській мові.²⁷⁷

Другим поширеним напрямом були меседжі, спрямовані на делегітимацію тайванського керівництва — зокрема, президента Цай Інвень та Демократичної прогресивної партії (DPP). В автоматичному режимі продукувалися повідомлення, що дискредитували дії уряду, зображали його як маріонетку Вашингтона, вказували на економічну «неефективність» і нібито розпалювання ворожнечі.²⁷⁸ Типовими були фрази на кшталт: «Цай веде Тайвань до війни», «DPP — інструмент США», які розповсюджувались сотнями однотипних обліковок.²⁷⁹ Ці повідомлення часто були доповнені згенерованими або вирваними з контексту «цитатами» політичних лідерів, які ШІ-системи відтворювали на основі аналізу архівних публікацій.²⁸⁰ Водночас, просувався наратив про те, що альтернатива чинному уряду — проросійсько-китайський політичний блок — є єдиним гарантом «миру і стабільності».²⁸¹

Третій стратегічний блок наративів стосувався дискредитації західної присутності в регіоні, зокрема військово-політичної підтримки Тайваню з боку США та їх союзників. Через автоматизовану обробку новинних матеріалів і трансформацію їх у вигідні формати, китайські інформаційні операції створювали враження, що США використовують Тайвань у власних цілях, готові його «здати» у разі загострення, а вся риторика про захист демократії — лише геополітичний інструмент.²⁸² ШІ використовував дані відкритих джерел, виривав фрагменти виступів американських чиновників та адаптував їх до контексту

²⁷⁷ Artificial Multiverse: Foreign Information Manipulation and Interference in Taiwan's 2024 National Elections. URL: <https://medium.com/doublethinklab/artificial-multiverse-foreign-information-manipulation-and-interference-in-taiwans-2024-national-f3e22ac95fe7>

²⁷⁸ Chinese state media stoked allegation Taiwan's president would flee war. URL: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/chinese-state-media-stoked-allegation-taiwans-president-would-flee-war-2024-04-01/>

²⁷⁹ Chinese state media stoked allegation Taiwan's president would flee war. URL: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/chinese-state-media-stoked-allegation-taiwans-president-would-flee-war-2024-04-01/>

²⁸⁰ China's meddling in Taiwan election presages year of misinformation threats. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/01/12/taiwan-election-china-misinformation/>

²⁸¹ China's meddling in Taiwan election presages year of misinformation threats. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/01/12/taiwan-election-china-misinformation/>

²⁸² Chinese state media stoked allegation Taiwan's president would flee war. URL: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/chinese-state-media-stoked-allegation-taiwans-president-would-flee-war-2024-04-01/>

тайванських соціальних мереж, доповнюючи графікою, мемами та емоційно забарвленими заголовками.²⁸³

Четвертий — менш очевидний, але критично важливий — наратив полягав у систематичному зображенні тайванського суспільства як розділеного, дестабілізованого, схильного до внутрішніх конфліктів. За допомогою аналізу емоційної тональності в коментарях, автоматизовані системи виявляли «провокативні точки» — питання мови, етнічної ідентичності, ставлення до військової служби, соціальної нерівності — й інтегрували їх у комунікаційну стратегію.²⁸⁴ ШІ підбирали потрібну риторичку і стиль для різних вікових груп, від молоді до пенсіонерів, формуючи у кожній — через меседжі, що здавались автентичними — враження, що Тайвань перебуває у стані внутрішнього розпаду.²⁸⁵

Кампанії не обмежувались лише загальнополітичними меседжами. Упродовж президентських виборів у Тайвані (січень 2024 року) спостерігалася спроба спрямованого інформаційного втручання у хід кампанії через автоматизовані спроби дискредитації окремих кандидатів.²⁸⁶ Так, згідно з розслідуваннями Taiwan FactCheck Center, з листопада 2023 року активізувались акаунти, які публікували фейкові цитати опозиційних кандидатів, поширювали сфальсифіковані дані соціопитувань і навіть deepfake-зображення з фейковими сценами протестів.²⁸⁷ Системи, що поширювали ці повідомлення, працювали за принципом міжплатформної ретрансляції — одна й та сама теза спочатку з'являлась на Telegram, згодом тиражувалась у Facebook-групах і ТікТок-відео, а потім — у коментарях під публікаціями офіційних тайванських новин.²⁸⁸

²⁸³ Chinese state media stoked allegation Taiwan's president would flee war. URL: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/chinese-state-media-stoked-allegation-taiwans-president-would-flee-war-2024-04-01/>

²⁸⁴ China's meddling in Taiwan election presages year of misinformation threats. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/01/12/taiwan-election-china-misinformation/>

²⁸⁵ China's meddling in Taiwan election presages year of misinformation threats. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/01/12/taiwan-election-china-misinformation/>

²⁸⁶ Seeing is not believing—deepfakes and cheap fakes spread during the 2024 presidential election in Taiwan. URL: https://tfc-taiwan.org.tw/migration_article_104226_10025/

²⁸⁷ Seeing is not believing—deepfakes and cheap fakes spread during the 2024 presidential election in Taiwan. URL: https://tfc-taiwan.org.tw/migration_article_104226_10025/

²⁸⁸ Seeing is not believing—deepfakes and cheap fakes spread during the 2024 presidential election in Taiwan. URL: https://tfc-taiwan.org.tw/migration_article_104226_10025/

Також варто згадати кампанію, пов'язану з відео, яке імітувало нібито заяву одного з американських сенаторів про готовність США «не втручатися у конфлікт» у разі військового зіткнення.²⁸⁹ Це відео, з ознаками синтезу на базі реального відеозапису, поширювалось через YouTube-канали з фіктивними локальними назвами, супроводжувалося автоматичними перекладами на традиційну китайську та розповсюджувалося з частотою, типовою для автоматизованих репостинг-систем.²⁹⁰ Згодом воно було ідентифіковане як фейк, проте вже встигло зібрати десятки тисяч переглядів і реакцій.

Активне використання КНР автоматизованих систем та технологій штучного інтелекту в інформаційних кампаніях проти Тайваню у 2022–2024 роках викликало масштабну відповідь з боку тайванської держави та її міжнародних партнерів. У відповідь на зростаючі обсяги фейкових повідомлень, синхронізованих дезінформаційних вкидів, маніпулятивного контенту й технологічно складних інформаційних атак, Тайвань розгорнув комплексну багаторівневу систему цифрового захисту та стратегічної комунікації. Вперше ця система включала не лише реагування на окремі інциденти, а й системне моделювання логіки кампаній противника, аналіз алгоритмів поширення, раннє виявлення координації бот-мереж і фіксацію слідів ШІ-генерації.²⁹¹ Ключовим державним органом, який взяв на себе функції координації протидії дезінформації, стало Міністерство цифрових справ Тайваню (MODA), створене в серпні 2022 року.²⁹² Його завдання включали моніторинг інформаційного простору, аналіз поширених меседжів, співпрацю з платформами, а також підвищення цифрової грамотності громадян. MODA розробило систему раннього виявлення інформаційних атак, яка поєднувала інструменти машинного навчання, краудсорсинг сигналів від користувачів та інтеграцію з платформами

²⁸⁹ US-skepticism and transnational conspiracy in the 2024 Taiwanese presidential election. URL: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/us-skepticism-and-transnational-conspiracy-in-the-2024-taiwanese-presidential-election/>

²⁹⁰ US-skepticism and transnational conspiracy in the 2024 Taiwanese presidential election. URL: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/us-skepticism-and-transnational-conspiracy-in-the-2024-taiwanese-presidential-election/>

²⁹¹ Crowdsourced fact-checking fights misinformation in Taiwan. URL: <https://news.cornell.edu/stories/2023/11/crowdsourced-fact-checking-fights-misinformation-taiwan>

²⁹² Crowdsourced fact-checking fights misinformation in Taiwan. URL: <https://news.cornell.edu/stories/2023/11/crowdsourced-fact-checking-fights-misinformation-taiwan>

типу Meta та Google для оперативного блокування фейкових мереж.²⁹³ Було створено спеціалізовані аналітичні групи, які займалися розпізнаванням автоматизованих дій — за часовими шаблонами, повторюваними структурами повідомлень, нелінійними стрибками охоплення.²⁹⁴

Важливу роль відіграв незалежний фактчекерський центр Taiwan FactCheck Center, який не лише виявляв фейкові повідомлення, але й викривав технології їх створення.²⁹⁵ У співпраці з медіа і соціальними платформами центр викладав спростування у відкритий доступ, публікував звіти з описами технічної архітектури атак, надавав рекомендації з цифрової гігієни.²⁹⁶ Особливу увагу було приділено deepfake-контенту: після кількох виявлених прикладів (зокрема відео з Лаєм Цінде та фейкових заяв американських політиків), було впроваджено систему швидкої експертизи візуального матеріалу з використанням ШІ-модулів для виявлення ознак синтезу — неприродної артикуляції, некоректного освітлення, аномальної поведінки текстур.²⁹⁷

Оцінити ефективність китайських інформаційних кампаній, що використовували автоматизовані системи та штучний інтелект у контексті впливу на Тайвань у 2022–2024 роках, складно, оскільки результативність таких операцій часто проявляється не в прямій зміні політичних рішень, а у послабленні довіри, фрагментації суспільства, створенні атмосфери тривоги або апатії. По-перше, слід визнати, що автоматизовані кампанії КНР досягли значного охоплення. За звітами Meta та Google TAG, окремі мережі фейкових акаунтів охоплювали мільйони користувачів, а певні відео — з ознаками ШІ-генерації — набирали десятки тисяч переглядів ще до моменту виявлення або блокування. Масовість таких кампаній, їхня здатність швидко пристосовуватися до теми дня та їхній постійний характер створювали ефект «інформаційного

²⁹³ Crowdsourced fact-checking fights misinformation in Taiwan. URL: <https://news.cornell.edu/stories/2023/11/crowdsourced-fact-checking-fights-misinformation-taiwan>

²⁹⁴ Crowdsourced fact-checking fights misinformation in Taiwan. URL: <https://news.cornell.edu/stories/2023/11/crowdsourced-fact-checking-fights-misinformation-taiwan>

²⁹⁵ Crowdsourced fact-checking fights misinformation in Taiwan. URL: <https://news.cornell.edu/stories/2023/11/crowdsourced-fact-checking-fights-misinformation-taiwan>

²⁹⁶ Crowdsourced fact-checking fights misinformation in Taiwan. URL: <https://news.cornell.edu/stories/2023/11/crowdsourced-fact-checking-fights-misinformation-taiwan>

²⁹⁷ Crowdsourced fact-checking fights misinformation in Taiwan. URL: <https://news.cornell.edu/stories/2023/11/crowdsourced-fact-checking-fights-misinformation-taiwan>

фону», у якому чітко прослідковувалися ключові китайські наративи. Це особливо проявилось у виборчий період 2023–2024 років, коли маніпулятивні меседжі стали щоденним елементом цифрового середовища.

Однак, обмеження ефективності китайських операцій у 2022–2024 роках пояснюються кількома факторами. По-перше, Тайвань має високий рівень цифрової грамотності, а також інституційну пам'ять про попередні спроби втручання. По-друге, якість пропагандистського контенту, незважаючи на використання ШІ, часто поступалась реальним журналістським матеріалам — особливо через мовні та культурні розбіжності, що залишали ознаки штучності. По-третє, кампанії були виявлені й частково нейтралізовані на ранніх стадіях завдяки швидкій реакції уряду, платформ і незалежних дослідників. У технічному сенсі ефективними можна вважати алгоритми поширення та адаптації. ШІ-системи КНР навчалися на основі реакцій аудиторії, оптимізували час і формат публікацій, демонстрували здатність до швидкої зміни меседжів. Це створювало ефект «живої кампанії», яка змінюється в реальному часі. Така поведінка значно ускладнила традиційні механізми виявлення й спростування, і саме ця функціональна мобільність є однією з найбільш небезпечних характеристик автоматизованих інформаційних операцій.

Отже, приклад китайських інформаційних кампаній проти Тайваню у 2022–2024 роках яскраво демонструє нову фазу в розвитку пропагандистських стратегій — фазу, де ключову роль відіграють автоматизовані системи та технології штучного інтелекту. Ці інструменти більше не виконують допоміжну роль, а стали основою для гнучких, масштабованих, персоналізованих операцій впливу, що працюють в режимі реального часу, адаптуються до реакцій аудиторії і технічних змін на платформах. Водночас, незважаючи на технічну складність і охоплення, ефективність таких кампаній виявилася обмеженою. Тайвань продемонстрував здатність до цифрової самооборони завдяки поєднанню інституційної готовності, високого рівня медіаграмотності та міжнародної підтримки.

4.2. Автоматизовані системи та системи штучного інтелекту в умовах Ізраїльсько-палестинського конфлікту (2023-2024 рр.)

У 2023–2024 роках Ізраїль став першою державою, яка в реальному часі масштабно застосувала штучний інтелект і автоматизовані системи для цілевказання у збройному конфлікті проти ХАМАС. Особливо активне впровадження нових алгоритмічних систем фіксувалося після атаки ХАМАС 7 жовтня 2023 року, коли ЦАХАЛ (Ізраїльські сили оборони) розгорнув повномасштабну операцію у Секторі Газа.²⁹⁸ Основна мета — виявлення, локалізація та нейтралізація бойовиків ХАМАС у щільно населеному міському середовищі. Вперше було офіційно підтверджено використання автономних ІІ-платформ для бойового цілевказання — зокрема систем Lavender, Habsora і «Where's Daddy?».²⁹⁹

Lavender стала найгучнішим і найскандальнішим прикладом. Ця система була спеціально розроблена для швидкого визначення бойовиків ХАМАС на основі широкомасштабної обробки великих масивів особистих даних — зокрема телефонних з'єднань, геолокацій, структури контактів, активності в соціальних мережах і візуальної інформації з дронів.³⁰⁰ На піку своєї активності Lavender ідентифікувала до 37 000 осіб як імовірних членів ХАМАС, причому, за твердженнями внутрішніх джерел у ЦАХАЛ, система мала високий рівень автономності: рекомендації практично не перевірялися вручну, а розгляд кожного об'єкта не перевищував 20 секунд.³⁰¹ Це створювало фактично автоматизовану «машину смерті», в якій людський фактор було мінімізовано — на противагу нормам міжнародного гуманітарного права, які вимагають пропорційності, індивідуального аналізу та зважування військової доцільності.³⁰²

²⁹⁸ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

²⁹⁹ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³⁰⁰ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³⁰¹ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³⁰² Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

Друга система — Habsora (в перекладі з іврити: «Євангеліє») — застосовувалася як алгоритмічний механізм пріоритетизації об'єктів для ударів.³⁰³ На основі структурного аналізу цілей (розташування, попередня активність, потенційна важливість) система формувала щоденні списки з сотнями цілей, які автоматично розміщувалися в операційному центрі для виконання.³⁰⁴ Habsora не визначала, чи потрібно знищувати об'єкт — вона лише вказувала, який з уже дозволених цілей має вищий пріоритет. Водночас за свідченнями військових, у багатьох випадках система працювала швидше, ніж люди встигали її перевірити.³⁰⁵

Третьою системою стала «Where's Daddy?» — інструмент тактичного відстеження бойовиків ХАМАС у реальному часі, зокрема шляхом моніторингу переміщень їхніх родин. Основна логіка: дочекатися моменту, коли бойовик буде вдома (часто вночі), щоб завдати точного удару.³⁰⁶ Це знижувало ризик бойового зіткнення, але водночас підвищувало ризик супутніх втрат серед цивільного населення, зокрема дітей. Ця система викликала особливо гостру критику правозахисних організацій, адже фактично передбачала зміну моделі атаки з нейтралізації об'єкта на каральну стратегію, у якій загибель сім'ї не була виключенням, а статистичною допустимістю.³⁰⁷

Згідно з ізраїльськими джерелами, у частині випадків Lavender помилково ідентифікувала членів цивільної оборони або парамедиків як бойовиків, що призводило до фатальних наслідків.³⁰⁸ Amnesty International та інші правозахисні організації наголосили, що подібна практика не відповідає принципу розрізнення (distinction) — одному з основних принципів міжнародного гуманітарного

³⁰³ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³⁰⁴ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³⁰⁵ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³⁰⁶ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³⁰⁷ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³⁰⁸ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

права.³⁰⁹ У відповідь на ці звинувачення речники Ізраїльських сил оборони заявили, що всі удари проходять «людське схвалення», однак багато незалежних експертів поставили під сумнів глибину цього контролю — особливо в умовах великого обсягу цілей, які система пропонувала щодня. Проблема «відповідальності за вибір», таким чином, частково змістилася з людини на алгоритм, що створює небезпечний прецедент для інших країн, які вже розробляють аналогічні бойові системи.³¹⁰

У ході збройного протистояння в Газі у 2023–2024 роках Ізраїль паралельно з бойовими операціями активно розгорнув багаторівневу інформаційну кампанію в цифровому просторі, що передбачала використання автоматизованих систем і штучного інтелекту.³¹¹ Основна мета — забезпечення міжнародної підтримки, нейтралізація інформаційних позицій палестинської сторони, а також мобілізація суспільної думки в США та країнах ЄС на користь ізраїльської воєнної стратегії. Згідно з розслідуванням видання Wired (2024), Міністерство у справах діаспори Ізраїлю замовило приватній ізраїльській фірмі Stoic проведення кампанії загальною вартістю понад 2 мільйони доларів.³¹² Ця кампанія передбачала створення сотень фейкових акаунтів у соціальних мережах — зокрема у X (Twitter), Facebook та Instagram — які видавали себе за звичайних американських громадян.³¹³ Більшість акаунтів були націлені на афроамериканських виборців і прогресивних демократів, а саме на конгресменів Гакіма Джеффріса, Рафаеля Ворнока та інших, які займали стримані або критичні позиції щодо ізраїльських дій у Газі.³¹⁴ Через автоматизовані розсилки, коментарі, відповіді на дописи та

³⁰⁹ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³¹⁰ Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

³¹¹ US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>

³¹² US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>

³¹³ US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>

³¹⁴ US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>

платні пости ці боти просували меседжі про «виправданість» дій ЦАХАЛ, «варварство ХАМАС» та «моральну перевагу» Ізраїлю.³¹⁵

Важливою особливістю було використання генеративного ШІ (зокрема таких інструментів, як ChatGPT та Jasper) для написання автоматизованих текстів англійською мовою.³¹⁶ Вміст повідомлень мав ознаки шаблонізації: повторювані теми, мовні патерни, синтаксично правильна, але стилістично нейтральна лексика.³¹⁷ Поширення відбувалося через акаунти з іменами, фото й історіями, які штучно створювали враження реальності — застосовувалися технології генерації аватарів (AI Faces) та навіть автоматичне формування біографічних описів на основі культурних особливостей цільової аудиторії.³¹⁸ Таким чином, кампанія не лише створювала потік інформації, а й штучно конструювала «інформаційне середовище», де ізраїльський наратив виглядав як нібито домінуючий у громадському дискурсі США [114].

У ході загострення ізраїльсько-палестинського конфлікту у 2023–2024 роках організація ХАМАС, а також афілійовані з нею або підтримувані Іраном цифрові структури, активно використовували інструменти автоматизації та штучного інтелекту для ведення інформаційної війни проти Ізраїлю. Основними цілями таких кампаній були дискредитація ізраїльської армії, мобілізація підтримки серед арабського та мусульманського населення, поширення пропаганди про воєнні злочини Ізраїлю, вплив на політичні еліти Заходу, а також емоційний тиск на населення та діаспору. Ключовим хабом для поширення контенту став месенджер Telegram, який через відсутність жорсткої модерації і можливість анонімної публікації став платформою для інтенсивного поширення повідомлень ХАМАС.³¹⁹ Найбільш активно використовувався канал «Gaza Now»,

³¹⁵ US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>

³¹⁶ US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>

³¹⁷ US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>

³¹⁸ US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>

³¹⁹ The Telegram app has been a key platform for Hamas. Now it's being restricted there. URL: <https://www.northernpublicradio.org/2023-10-31/the-telegram-app-has-been-a-key-platform-for-hamas-now-its-being-restricted-there>

який за час конфлікту наростив аудиторію до понад 1,9 млн підписників. Через нього та інші афілійовані канали розповсюджувалися повідомлення з закликами до протестів, емоційно забарвлені відео з наслідками ізраїльських бомбардувань, а також заяви військово-політичного крила ХАМАС, що виконували функцію політичної легітимації дій групи в очах зовнішньої аудиторії.³²⁰ Візуальний та текстовий контент часто мав ознаки автоматизованої генерації, а в окремих випадках – синтезованого голосу або відео з глибокою фейкацією (deepfake).³²¹

Дослідження, оприлюднене у Jerusalem Post у листопаді 2023 року, повідомляло про понад 40 000 фейкових акаунтів у Twitter/X, Facebook та Instagram, які в автоматичному режимі поширювали однакові повідомлення — найчастіше про втрати Ізраїлю, жорстокість ізраїльських солдатів, заклики до міжнародних санкцій.³²² Частина акаунтів використовувала імітацію реальних європейських користувачів, часто з іменами, взятими з відкритих джерел, і фотографіями, згенерованими через генератори облич (наприклад, ThisPersonDoesNotExist).³²³ Водночас встановлено використання інструментів машинного перекладу та автозаміни, що дозволяло уніфіковано транслювати меседжі щонайменше вісьмома мовами.³²⁴

Іншим елементом цифрової активності ХАМАС стало створення контенту за допомогою генеративного ШІ. Зокрема, у кінці 2023 року було поширено низку відео, що демонстрували нібито свідчення ізраїльських полонених, які згодом були визнані штучно синтезованими.³²⁵ У січні 2024 року проіранська хакерська група «Cotton Sandstorm», яка діє у партнерстві з інформаційними структурами

³²⁰ The Telegram app has been a key platform for Hamas. Now it's being restricted there. URL: <https://www.northernpublicradio.org/2023-10-31/the-telegram-app-has-been-a-key-platform-for-hamas-now-its-being-restricted-there>

³²¹ The Telegram app has been a key platform for Hamas. Now it's being restricted there. URL: <https://www.northernpublicradio.org/2023-10-31/the-telegram-app-has-been-a-key-platform-for-hamas-now-its-being-restricted-there>

³²² 1 in 4 social media accounts discussing Hamas right now is a terrorist bot. URL: <https://www.jpost.com/business-and-innovation/tech-and-start-ups/article-767925>

³²³ 1 in 4 social media accounts discussing Hamas right now is a terrorist bot. URL: <https://www.jpost.com/business-and-innovation/tech-and-start-ups/article-767925>

³²⁴ 1 in 4 social media accounts discussing Hamas right now is a terrorist bot. URL: <https://www.jpost.com/business-and-innovation/tech-and-start-ups/article-767925>

³²⁵ Iran-backed hackers interrupt UAE TV streaming services with deepfake news. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2024/feb/08/iran-backed-hackers-interrupt-uae-tv-streaming-services-with-deepfake-news>

ХАМАС, здійснила злам телевізійного мовлення в ОАЕ та транслювала фейкові новини із використанням deepfake-відео, що нібито демонстрували виступи політичних лідерів з критикою Ізраїлю.³²⁶ Ці дії були розцінені міжнародними експертами як масштабна інформаційна операція, спрямована на дестабілізацію регіонального медіапростору та дискредитацію Ізраїлю в очах арабської аудиторії.³²⁷

Особливою ознакою інформаційних кампаній ХАМАС було поєднання офіційних та неофіційних каналів поширення. У той час як офіційні заяви робились через представників політичного крила, паралельно діяла тіньова інфраструктура ботів і анонімних акаунтів, яка створювала ілюзію глобальної підтримки.³²⁸ Так, у періоди найактивніших бойових дій відбувалася одночасна активація тисяч акаунтів у X/Twitter із хештегами на кшталт #FreeGaza, #StopIsraelNow, що мали тисячі ретвітів за перші години.³²⁹ Поведінковий аналіз контенту, проведений на базі CSIS та DFRLab, засвідчив ознаки централізованої координації.³³⁰ Активність облікових підпорядковувалася спільному таймінгу, синхронному поширенню повідомлень із схожим змістом, а також використанню структурованих візуальних матеріалів. Це підтверджує тезу про інформаційні операції, а не хаотичну реакцію активістів.³³¹

Масове використання штучного інтелекту та автоматизованих систем у воєнних діях Ізраїлю проти ХАМАС у 2023–2024 роках, а також активне застосування ШІ-інструментів у інформаційних кампаніях обома сторонами викликали гостру реакцію з боку міжнародної спільноти. Одразу після оприлюднення розслідувань про системи «Lavender», «Habsora» та «Where's

³²⁶ Iran-backed hackers interrupt UAE TV streaming services with deepfake news. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2024/feb/08/iran-backed-hackers-interrupt-uae-tv-streaming-services-with-deepfake-news>

³²⁷ Iran-backed hackers interrupt UAE TV streaming services with deepfake news. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2024/feb/08/iran-backed-hackers-interrupt-uae-tv-streaming-services-with-deepfake-news>

³²⁸ Alessandro Accorsi: Disinformation Warfare in the Middle East. URL: <https://www.csis.org/analysis/alessandro-accorsi-disinformation-warfare-middle-east>

³²⁹ Alessandro Accorsi: Disinformation Warfare in the Middle East. URL: <https://www.csis.org/analysis/alessandro-accorsi-disinformation-warfare-middle-east>

³³⁰ Alessandro Accorsi: Disinformation Warfare in the Middle East. URL: <https://www.csis.org/analysis/alessandro-accorsi-disinformation-warfare-middle-east>

³³¹ Alessandro Accorsi: Disinformation Warfare in the Middle East. URL: <https://www.csis.org/analysis/alessandro-accorsi-disinformation-warfare-middle-east>

Daddy?»), які використовувалися для цілевказання в Секторі Газа, низка міжнародних правозахисних організацій, структур ООН і незалежних аналітичних центрів висловили публічне занепокоєння щодо правових і етичних аспектів застосування алгоритмів у бойових діях.³³²

Отже, приклад Ізраїльсько-палестинського конфлікту 2023–2024 років продемонстрував безпрецедентне використання штучного інтелекту та автоматизованих систем як у бойових, так і в інформаційних операціях. Ізраїль масштабно застосував ШІ у військовій сфері — зокрема системи Lavender і Habsora — для ідентифікації та пріоритетизації цілей, що суттєво прискорило процес ухвалення рішень, але водночас викликало серйозні гуманітарні й правові наслідки, пов’язані з високою кількістю жертв серед цивільного населення. Паралельно обидві сторони конфлікту — Ізраїль і ХАМАС — розгорнули агресивні автоматизовані інформаційні кампанії. Застосовувалися генеративні моделі ШІ, бот-мережі, фейкові акаунти, deepfake-контент і цільове таргетування. Це створило нову реальність, у якій інформаційна війна стала настільки ж технологічною та автономною, як і кінетична.

³³² Israel’s Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>

ВИСНОВКИ

Дослідження показало, що в умовах мережевого суспільства пропагандистські стратегії зазнають сутнісної трансформації. Їх реалізація переходить від централізованого поширення ідеологічних наративів до гнучкого, децентралізованого і часто автоматизованого впливу, що вбудовується у звичний інформаційний простір. Автоматизовані системи та штучний інтелект відіграють ключову роль у цій трансформації, дозволяючи масштабувати пропаганду, підлаштовувати її під конкретну аудиторію, моделювати поведінку та посилювати емоційний ефект. Мережеве суспільство, яке функціонує за принципами горизонтальної комунікації та платформенної логіки, створює нову інфраструктуру впливу, в якій пропаганда стає важкозрозумілою, емоційно забарвленою та персоналізованою. Це формує нові виклики для політичної стабільності, інформаційної безпеки та демократичного управління. Емпіричні приклади показують, що цифрова пропаганда вже стала інструментом як зовнішньої, так і внутрішньої політики у багатьох країнах.

У ході дослідження було досягнуто поставлену мету — з'ясовано, як саме трансформуються пропагандистські стратегії у мережевому суспільстві під впливом автоматизованих систем і штучного інтелекту, а також встановлено характер цього впливу на політичну комунікацію, сприйняття інформації та контроль над публічним простором. Проведене дослідження дозволило отримати наступні аналітичні результати відповідно до визначених завдань:

1. У результаті аналізу сучасної наукової літератури щодо мережевого суспільства, пропаганди та цифрової трансформації комунікацій встановлено: що в науковому дискурсі мережеве суспільство розглядається як структура, де інформаційні зв'язки набувають вищого значення порівняно з інституційними ієрархіями. Виявлено, що класичні форми пропаганди втрачають ефективність в умовах цифрового середовища, натомість домінують нові типи впливу — гнучкі, персоналізовані, алгоритмічно керовані. Окрему увагу в літературі приділено феноменам когнітивної фрагментації, дезінформаційних наративів і

симулятивних комунікацій, які формують нову конфігурацію інформаційної влади.

2. У процесі обґрунтування методологічних основ дослідження встановлено: що дослідження трансформації пропаганди в цифрову епоху потребує міждисциплінарного підходу. Застосовано методи контент-аналізу, кейс-аналізу, дискурс-аналізу та порівняльного аналізу. Таке поєднання дало змогу не лише вивчити зміст і логіку цифрової пропаганди, а й відстежити технологічні механізми її реалізації в динаміці.

3. У межах вивчення особливостей мережевого суспільства як середовища трансформації пропаганди з'ясовано: що мережеве середовище створює структурні умови для нових форм політичного впливу. Визначено, що ключовими характеристиками такого середовища є децентралізація комунікацій, алгоритмізація доступу до контенту, підвищена емоційність інформаційного споживання, симулятивність джерел. Встановлено, що саме ці ознаки створюють передумови для «невидимої» пропаганди, яка маскується під розважальний, публіцистичний або особистісний контент, знижуючи критичне сприйняття з боку аудиторії.

4. Дослідження можливостей та обмежень автоматизованих систем і ШІ у реалізації пропагандистських стратегій дозволило встановити: що автоматизовані технології виконують чотири базові функції в цифровій пропаганді: генерацію контенту, його поширення (масштабування), персоналізацію впливу та аналіз реакцій. Виявлено, що такі інструменти, як соціальні боти, генеративні моделі, платформи мікротаргетингу та емоційного аналізу, дозволяють суттєво підвищити ефективність маніпулятивного впливу. Водночас встановлено, що головними обмеженнями залишаються залежність від якості даних, труднощі з утриманням довіри аудиторії та етичні дилеми, пов'язані з використанням ШІ у публічній сфері.

5. У ході аналізу конкретних прикладів цифрової пропаганди у геополітичних конфліктах (Китай–Тайвань, Ізраїль–Палестина) встановлено: що у кожному з кейсів використовуються подібні технологічні інструменти —

автоматизовані акаунти, генерація фейкових меседжів, таргетинг і медіа-симуляція, — однак реалізуються вони в різних політичних логіках. У Китаї простежено централізоване державне використання бот-мереж для делегітимації опонентів. У випадку Ізраїльсько-палестинського конфлікту — емоційна мобілізація через візуальний контент і контроль хештегів. Це підтвердило гнучкість та універсальність цифрових пропагандистських інструментів.

6. У процесі оцінки ефективності та наслідків цифрових пропагандистських стратегій встановлено: що технологічне посилення таких стратегій призводить до зміни самої природи політичної комунікації — з раціонально-дискурсивної на емоційно-фрагментовану. Доведено, що це створює значні ризики для демократії: зниження довіри до інституцій, радикалізація аудиторій, руйнування спільного інформаційного простору. Водночас виявлено, що ефективна протидія цифровій пропаганді потребує розвитку цифрової грамотності, етичних стандартів III та платформеної відповідальності.

Таким чином, трансформація пропагандистських стратегій у цифрову епоху не є лише зміною інструментів, а зміною самої логіки інформаційного впливу, в якій штучний інтелект та автоматизовані системи виконують не допоміжну, а системоутворюючу функцію. Це вимагає глибокого міждисциплінарного осмислення та нових підходів до захисту інформаційного суверенітету в умовах мережевого суспільства.

Отже, останні десять років кардинально змінили те, як працює пропаганда в нашому цифровому світі. Те, що раніше було простим поширенням повідомлень через традиційні канали, тепер перетворилось на складну систему, де головну роль грають цифрові платформи, автоматизація та штучний інтелект. Замість старих централізованих схем нові форми впливу: бот-мережі, персоналізовані кампанії та контент, що підлаштовується під кожного користувача. Технології дозволяють проводити масові інформаційні операції з такою швидкістю та масштабом, які були неможливі ще кілька років тому.

Найцікавіше те, що сучасна пропаганда використовує комплексні технології для аналізу величезних обсягів даних та створення контенту.

Соціальні боти імітують поведінку реальних людей, а нейронні мережі генерують тексти, картинки та аудіо, які важко відрізнити від справжніх. Повідомлення тепер адаптуються до цифрового профілю кожного користувача в реальному часі, що робить вплив значно ефективнішим, ніж навіть звичайна якісна створена людиною пропаганда старого типу. Така система руйнує звичну модель односпрямованого поширення інформації і створює фрагментоване середовище, де бот-мережі та алгоритми штучно підсилюють видимість та суспільну підтримку певного контенту.

Ці зміни мають серйозні наслідки. Цифрові платформи стали головним полем битви за громадську думку, де штучний інтелект дає можливість впливати на людей з неймовірною точністю та швидкістю. Маніпуляції досягли нового рівня: від точного націлювання на найвразливіші аудиторії до створення інформаційного хаосу та переконливих підробок. Цифрова пропаганда змінює саму природу того, як ми обговорюємо важливі питання в суспільстві, створюючи проблеми з довірою до інформації та загрожуючи демократичним процесам. Тепер ще складніше зрозуміти, де правда, а де маніпуляція, що ставить під сумнів незалежність інформаційного простору та потребує більш комплексного і системного реагування з боку державних структур, особливо в контексті інформаційної безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рижак Л., Пецух Р. Атрибутивність мережевого суспільства в інтерпретації Мануеля Кастельса. *Звітна наукова конференція філософського факультету*. 2025. С. 43-45.
2. Кондов К. В. Концепція соціального контролю в соціологічній теорії мережевого суспільства Мануеля Кастельса. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2015. № 3(1). С. 68–78.
3. Пічугіна Ю. Нова культура в концепції мережевого суспільства Мануеля Кастельса. *Молодий вчений*. 2019. № 1(65). С. 17–19.
4. Степанова Л. В. Трансформації процесу комунікації в умовах становлення інформаційного суспільства. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2011. № 45. С. 205–210.
5. Городенко Л. М. Мережеве суспільство та мережеві комунікації. *Інформаційне суспільство*. 2011. Вип. 14. С. 55–58.
6. Гурова І. В. Мережеве суспільство як новітній глобальний проєкт розвитку людства. *Publishing House «Baltija Publishing»*. 2022. С. 43–64.
7. Войнова Е. О. Електронна демократія: трансформація осмислення. *Політичне життя*. 2021. С. 21–29.
8. Савельєва Т. П. Сучасне мережеве суспільство: проблеми визначення. *Сучасне суспільство*. 2012. № 1. С. 87–92.
9. Сенченко О. Новітні війни з використанням інформаційно-психологічної зброї. *Вісник Книжкової палати*. 2014. № 8. С. 34–39.
10. Данильян О. Г., Дзьобань О. П. Сучасна війна: трансформація сенсу в епоху інформаційних технологій. *Інформація і право*. 2022. № 4(43). С. 9–22.
11. Почепцов Г. Трансформації пропаганди з приходом інтернету. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/238901/2025-03-09-transformatsii-propagandy-z-prykhodom-internetu/>.
12. Войтович Р. Мережеве суспільство як нова форма соціальної організації в умовах глобалізації. *Політичний менеджмент*. 2010. № 5. С. 3–18.

13. Коротков Д. С., Коннова Н. О. Мережеве суспільство як ризик розвитку інформаційних політичних маніпуляцій. *Харківський нац. екон. ун-т ім. С. Кузнеця*. 2019. С. 339.
14. Співак В. Мережеве суспільство: соціальні аспекти становлення. *Вісник Академії праці, соціальних відносин і туризму*. 2018. № 3. С. 95–96.
15. Верховод І. С. Мережеве суспільство: теоретико-методологічний аспект. *The 2nd International scientific and practical conference “Science and technology: problems, prospects and innovations” (17–19 November 2022, Osaka, Japan)*. Osaka : CPN Publishing Group, 2022. С. 618.
16. Ясиневич С. Мережеве суспільство як нова форма комунікаційної взаємодії. *Забезпечення конструктивного діалогу між владою та суспільством*. 2016. С. 168–171.
17. Сенченко О. Мережевий інструментарій нових війн. *Вісник Книжкової палати*. 2017. № 1. С. 37–41.
18. Павлов Д. М. Засоби здійснення пропаганди у внутрішньополітичному вимірі. *Гілея: науковий вісник*. 2018. № 131. С. 405–411.
19. Ришов І. Парадигмальні риси антитерористичної безпеки сучасного інформаційного суспільства. *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. 2019. № 3(27). С. 110–118.
20. Дзьобань О. П., Прудникова О. В. Сучасна війна: трансформація до мережевих форм. *Інформація і право*. 2022. № 3(42). С. 21–30.
21. Скоробогатов А., Проноза І. І. Інформаційна гібридна війна: методи та стратегії протидії в сучасних геополітичних конфліктах. *Сучасна українська держава: вектори розвитку та шляхи мобілізації ресурсів. Матеріали VIII Всеукр. наук.-практ. конф.*, м. Одеса, 30 квіт. 2024 р. С. 81–83.
22. Kuchmii O., Frolova O. Використання соціальних медіа як інструменту сучасної гібридної війни. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2023. С. 93–104.
23. Недодай М. Г., Дьячук О. С., Примаченко Д. В., Святська Н. А. Використання можливостей штучного інтелекту у створенні інформаційно-

психологічних операцій. *Телекомунікаційні та інформаційні технології*. 2024. № 2. С. 30–36.

24. Woolley S. C., Howard P. N. (Eds.). *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. 2018. 272 p.

25. Marwick A., Lewis R. *Media Manipulation and Disinformation Online*. 2017. 106 p.

26. Farkas J., Schou J. Fake news as a floating signifier: Hegemony, antagonism and the politics of falsehood. *Javnost–The Public*. 2018. Vol. 25, No. 3. P. 298–314.

27. Zuboff S. *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. 2019. 704 p.

28. Bennett W. L., Livingston S. The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*. 2018. Vol. 33, No. 2. P. 122–139.

29. Ferrara E., Varol O., Davis C., Menczer F., Flammini A. The rise of social bots. *Communications of the ACM*. 2016. Vol. 59, No. 7. P. 96–104.

30. Howard P. N. *Lie Machines: How to Save Democracy from Troll Armies, Deceitful Robots, Junk News Operations, and Political Operatives*. Yale University Press. 2020. 240 p.

31. Sprenkamp K., Jones D. G., Zavolokina L. Large language models for propaganda detection. arXiv preprint arXiv:2310.06422. 2023.

32. Shoaib M. R., Wang Z., Ahvanooney M. T., Zhao J. Deepfakes, misinformation, and disinformation in the era of frontier AI, generative AI, and large AI models. *Proc. 2023 Int. Conf. on Computer and Applications (ICCA)*. 2023. P. 1–7.

33. Brandt J. Propaganda, foreign interference, and generative AI. Brookings. URL: <https://www.brookings.edu/articles/propaganda-foreign-interference-and-generative-ai/>.

34. Hristakieva K., Cresci S., Da San Martino G., Conti M., Nakov P. The spread of propaganda by coordinated communities on social media. *Proc. 14th ACM Web Science Conf.* 2022. P. 191–201.

35. Lin C. Digital propaganda is not simply propaganda in digital garb: Toward an expanded theory of propaganda. *Communication Theory*. 2024. Vol. 34, No. 4. P. 205–215.
36. Rusu M. L., Herman R. The implications of propaganda as a social influence strategy. *Scientific Bulletin*. 2018. Vol. 23, No. 2. P. 46.
37. Castells M. Informationalism, networks, and the network society: A theoretical blueprint. *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*. 2004. P. 3–45.
38. Zhu Y., Fu K. W. How propaganda works in the digital era: Soft news as a gateway. *Digital Journalism*. 2024. Vol. 12, No. 6. P. 753–772.
39. Hassan R. *Media, Politics and the Network Society*. McGraw-Hill Education (UK), 2004. 176 p.
40. Schuler D., Day P. (Eds.). *Shaping the Network Society: The New Role of Civil Society in Cyberspace*. MIT Press, 2003. 450 p.
41. Till C. Propaganda through ‘reflexive control’ and the mediated construction of reality. *New Media & Society*. 2021. Vol. 23, No. 6. P. 1362–1378.
42. Vysotska O. Особливості трансформації пропаганди як інструменту впливу у суспільстві метамодерну. *Dnipro Academy of Continuing Education Herald. Series: Philosophy, Pedagogy*. 2024. Vol. 1, No. 1. С. 23–31.
43. Сальнікова Н., Ляшенко П. Пропаганда в медіапросторі: виклики сьогодення. *Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти*. 2024. С. 79.
44. Цуркан В. Політична пропаганда в медіа та соціальних мережах: постановка питання. *Суспільно-політичні трансформації у XXI столітті: локальні, національні та глобальні контексти*. 2024. С. 108.
45. Bielousova N., Tsios Z. Цифрове мистецтво як інструмент сучасної пропаганди у системі масових комунікацій. *Acta de Historia & Politica: Saeculum XXI*. 2025. № 09. С. 161–170.

46. Дем'янчук Ю. Маніпулювання свідомістю та медіатероризм у контексті інформаційної безпеки України. *Україна в умовах трансформації міжнародної системи*. 2021. С. 44.
47. Rohrība V. L. Глобальний інформаційний простір в умовах гібридної війни. *Вісник НЮУ імені Ярослава Мудрого. Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*. 2024. № 61(2). С. 133–150.
48. Butyrina M., Temchenko L. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.
49. Гулай В., Базюк К. Інформаційно-психологічна складова гібридної війни Російської Федерації проти України (2014–2021 рр.): теоретико-методологічні засади дослідження. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022)... Scientific monograph*. 2022. С. 13362-1.
50. Дмитрук Я. В., Гришанович Т. О., Гринчук Л. Я., Жигаревич О. К. Кібервійна як різновид інформаційної війни. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка*. 2022. № 4(16). С. 28–36.
51. Тищенко В. С., Мужанова Т. М. Дезінформація і фейкові новини: ознаки та методи виявлення в мережі інтернет. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка*. 2022. № 2(18). С. 175–186.
52. Залкін С. В., Хударковський К. І. Використання штучного інтелекту в інформаційно-психологічних операціях. *Застосування інформаційних технологій у підготовці та діяльності сил охорони правопорядку*. 2020. С. 187–188.
53. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2017. 260 с.
54. Bakir V. Psychological operations in digital political campaigns: Assessing Cambridge Analytica's psychographic profiling and targeting. *Frontiers in Communication*. 2020. Vol. 5. P. 67.

55. Ramon Y., Farrokhnia R. A., Matz S. C., Martens D. Explainable AI for psychological profiling... *Information*. 2021. Vol. 12, No. 12. P. 518.
56. Hermann E. Artificial intelligence and mass personalization of communication content—An ethical and literacy perspective. *New Media & Society*. 2022. Vol. 24, No. 5. P. 1258–1277.
57. Hobbs R. Propaganda in an age of algorithmic personalization: Expanding literacy research and practice. *Reading Research Quarterly*. 2020. Vol. 55, No. 3. P. 521–533.
58. Habib H., Nithyanand R. YouTube Recommendations Reinforce Negative Emotions. arXiv preprint arXiv:2501.15048. 2025.
59. Strubytskyi R., Shakhovska N. Method and models for sentiment analysis and hidden propaganda finding. *Computers in Human Behavior Reports*. 2023. Vol. 12. Article 100328.
60. Virtosu I., Goian M. Disinformation using artificial intelligence technologies – a key component of Russian hybrid warfare. *Smart Cities International Conference (SCIC) Proceedings*. 2023. Vol. 11. P. 197–222.
61. Oguz H. Authoritarian Recursions: How Fiction, History, and AI Reinforce Control in Education, Warfare, and Discourse. arXiv preprint arXiv:2504.09030. 2025.
62. Bilton N. Dizzying Deepfakes and Personalized Propaganda: Welcome to the AI Election. URL: <https://www.vanityfair.com/news/story/welcome-to-the-ai-election>.
63. Feuerriegel S. та ін. Using natural language processing to analyse text data in behavioural science. *Nature Reviews Psychology*. 2025. P. 1–16.
64. Mastering Decision Making: The Power of Reinforcement Learning in AI. URL: <https://medium.com/%40nadarshah717/mastering-decision-making-the-power-of-reinforcement-learning-in-ai-9b68825fa4bf>.
65. Geissler D., Feuerriegel S. Analyzing the strategy of propaganda using inverse reinforcement learning. *Proc. of the ACM on Human-Computer Interaction*. 2024. 8(CSCW2). P. 1–25.

66. Vallabhaneni A. S. та ін. The Power of Personalization: AI-Driven Recommendations. In: *Minds Unveiled. Productivity Press*. 2024. P. 111–127.
67. Yang K. C. та ін. Arming the public with artificial intelligence to counter social bots. *Human Behavior and Emerging Technologies*. 2019. 1(1). P. 48–61.
68. Akhtar M. S. та ін. AI Bots: Navigating the Next Wave of Innovation. *Proc. of ICEECT 2024. IEEE*. Vol. 1. P. 1–7.
69. Radanliev P. та ін. AI system for predictive cyber risk analytics in extreme environments. *Safety in Extreme Environments*. 2020. 2. P. 219–230.
70. Yadav A., Kumar A., Singh V. Open-source intelligence in cybersecurity: a review. *Artificial Intelligence Review*. 2023. 56(11). P. 12407–12438.
71. AI in Open-Source Intelligence (OSINT). URL: <https://www.webasha.com/blog/ai-in-open-source-intelligence-osint-how-it-works-benefits-and-challenges-in-cybersecurity>.
72. Carpenter P. *Faik: A Practical Guide to Living in a World of Deepfakes, Disinformation, and AI-generated Deceptions*. John Wiley & Sons, 2024. 288 p.
73. Nasser El Erafy A. Applications of Artificial Intelligence in the field of media. *Int. Journal of Artificial Intelligence and Emerging Technology*. 2023. 6(2). P. 19–41.
74. Jongepier F., Wieland J. W. Microtargeting people as a mere means. In: *The Philosophy of Online Manipulation. Routledge*, 2022. P. 156–179.
75. Bastos M. Information Warfare. In: *Brexit, Tweeted. Bristol University Press*, 2024. P. 91–103.
76. *Harnessing the Power of Geofencing Marketing: A Complete Guide*. URL: <https://www.placer.ai/guides/geofencing-marketing>.
77. Olanipekun S. O. Computational propaganda and misinformation. URL: https://journalwjarr.com/sites/default/files/fulltext_pdf/WJARR-2025-0131.pdf.
78. Reddit bans researchers who used AI bots to manipulate commenters. URL: <https://www.theverge.com/ai-artificial-intelligence/657978/reddit-ai-experiment-banned>.

79. Russia using AI to target Britons with fake news. URL: <https://www.thetimes.com/uk/defence/article/russia-ai-disinformation-pravda-fake-news-plbwwn7v0>.
80. Pennings A. J. How Do Artificial Intelligence and Big Data Use APIs and Web Scraping to Collect Data? Implications for Net Neutrality. URL: <https://apennings.com/global-e-commerce/how-do-artificial-intelligence-and-big-data-use-apis-and-web-scraping-to-collect-data-implications-for-net-neutrality/>.
81. Marigliano R., Ng L. H. X., Carley K. M. Analyzing Digital Propaganda and Conflict Rhetoric. *Social Network Analysis and Mining*. 2024. 14(1). P. 170.
82. Cadwalladr C., Graham-Harrison E. Revealed: 50 million Facebook profiles harvested. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17>.
83. Tufekci Z. Engineering the public: Big data, surveillance and computational politics. *First Monday*. 2014. 19(7). URL: <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/4901>.
84. Bradshaw S., Howard P. N. The Global Disinformation Order. Oxford Internet Institute, 2019. URL: <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>.
85. NATO StratCom Centre of Excellence. Social Media as a Battlefield. 2022. URL: <https://stratcomcoe.org>.
86. Nair S. S. Digital Warfare: Cybersecurity Implications of the Russia-Ukraine Conflict. *Int. J. Emerging Trends in CSIT*. 2023. 4(4). P. 31–40.
87. Mejias U. A., Vokuev N. E. Disinformation and the media: the case of Russia and Ukraine. *Media, Culture & Society*. 2017. 39(7). P. 1027–1042.
88. Broniatowski D. A. та ін. Weaponized health communication. *American Journal of Public Health*. 2018. 108(10). P. 1378–1384.
89. UNESCO. Disinfodemic: Deciphering COVID-19 disinformation. 2020. URL: <https://www.unesco.org/en/covid-19/communication-and-information-response>.
90. China steps up disinformation campaign in 2024: NSB report. URL: <https://focustaiwan.tw/politics/202501030012>.

91. Meta warns that China is stepping up its online social media influence operations. NPR. URL: <https://www.npr.org/2023/11/30/1215898523/meta-warns-china-online-social-media-influence-operations-facebook-elections>.
92. China's Political Warfare: The Fight for Taiwan on the Information Battlefield. Small Wars Journal. URL: <https://smallwarsjournal.com/2025/02/19/chinas-political-warfare-the-fight-for-taiwan-on-the-information-battlefield>.
93. Taiwan's Government Can't Blame Everything on Chinese Disinformation. Foreign Policy. URL: <https://foreignpolicy.com/2024/01/11/taiwan-election-disinformation-china-influence-criticism>.
94. Breaking the Circle: Chinese Communist Party Propaganda Infrastructure Rapidly Expands. Recorded Future. URL: <https://www.recordedfuture.com/research/breaking-the-circle-chinese-communist-party-propaganda>.
95. Google TAG Bulletin: Q3 2023. URL: <https://blog.google/threat-analysis-group/tag-bulletin-q3-2023/>.
96. Meta Takes Down «Largest Ever» Chinese Influence Operation. Time. URL: <https://time.com/6310040/chinese-influence-operation-meta/>.
97. Graphika Reports: Spamouflage. URL: <https://graphika.com/reports/spamouflage>.
98. Google disrupted over 10,000 instances of DRAGONBRIDGE activity in Q1 2024. URL: <https://blog.google/threat-analysis-group/google-disrupted-dragonbridge-activity-q1-2024/>.
99. Risky Biz News: China says Taiwan's military is behind a hacktivist group. URL: <https://news.risky.biz/risky-biz-news-china-says-taiwans-military-is-behind-a-hacktivist-group/>.
100. Tencent and iFlytek enter China's AI language model price war. URL: <https://www.reuters.com/technology/iflytek-enters-chinas-ai-language-model-price-war-2024-05-22/>.

101. The Disinformation Chorus: How Taiwanese TV Talk Shows Push Chinese Propaganda. URL: <https://taiwaninsight.org/2024/11/11/the-disinformation-chorus-how-taiwanese-tv-talk-shows-push-chinese-propaganda/>.

102. Artificial Multiverse: Foreign Information Manipulation and Interference in Taiwan's 2024 National Elections. URL: <https://medium.com/doublethinklab/artificial-multiverse-foreign-information-manipulation-and-interference-in-taiwans-2024-national-f3e22ac95fe7>.

103. Chinese state media stoked allegation Taiwan's president would flee war. URL: <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/chinese-state-media-stoked-allegation-taiwans-president-would-flee-war-2024-04-01/>.

104. China's meddling in Taiwan election presages year of misinformation threats. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2024/01/12/taiwan-election-china-misinformation/>.

105. «Duelling Narratives»: The Cross-Strait Propaganda War Between Chinese and Taiwanese Media. URL: <https://moderndiplomacy.eu/2024/11/12/duelling-narratives-the-cross-strait-propaganda-war-between-chinese-and-taiwanese-media/>.

106. Meta closes nearly 9,000 Facebook and Instagram accounts linked to Chinese «Spamouflage» foreign influence campaign. URL: <https://www.theguardian.com/australia-news/2023/aug/30/meta-facebook-instagram-shuts-down-spamouflage-network-china-foreign-influence>.

107. Seeing is not believing—deepfakes and cheap fakes spread during the 2024 presidential election in Taiwan. URL: https://tfc-taiwan.org.tw/migration_article_104226_10025/.

108. US-skepticism and transnational conspiracy in the 2024 Taiwanese presidential election. URL: <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/us-skepticism-and-transnational-conspiracy-in-the-2024-taiwanese-presidential-election/>.

109. Crowdsourced fact-checking fights misinformation in Taiwan. URL: <https://news.cornell.edu/stories/2023/11/crowdsourced-fact-checking-fights-misinformation-taiwan>.

110. Israel's Targeting AI: How Capable is It? URL: <https://www.rusi.org/explore-our-research/publications/commentary/israels-targeting-ai-how-capable-it>.

111. US Leaders Dodge Questions About Israel's Influence Campaign. URL: <https://www.wired.com/story/israel-us-disinformation-us-lawmakers/>.

112. Meta's Broken Promises. Systemic Censorship of Palestine Content on Instagram and Facebook. URL: <https://www.hrw.org/report/2023/12/21/metas-broken-promises/systemic-censorship-palestine-content-instagram-and>.

113. Israel Has Asked Meta And TikTok To Remove 8,000 Posts Related To Hamas War. URL: <https://www.forbes.com/sites/thomasbrewster/2023/11/13/meta-and-tiktok-told-to-remove-8000-pro-hamas-posts-by-israel/>.

114. The Telegram app has been a key platform for Hamas. Now it's being restricted there. URL: <https://www.northernpublicradio.org/2023-10-31/the-telegram-app-has-been-a-key-platform-for-hamas-now-its-being-restricted-there>.

115. 1 in 4 social media accounts discussing Hamas right now is a terrorist bot. URL: <https://www.jpost.com/business-and-innovation/tech-and-start-ups/article-767925>.

116. Iran-backed hackers interrupt UAE TV streaming services with deepfake news. URL: <https://www.theguardian.com/technology/2024/feb/08/iran-backed-hackers-interrupt-uae-tv-streaming-services-with-deepfake-news>.

117. Alessandro Accorsi: Disinformation Warfare in the Middle East. URL: <https://www.csis.org/analysis/alessandro-accorsi-disinformation-warfare-middle-east>.

118. Israel/Occupied Palestinian Territory: «You Feel Like You Are Subhuman»: Israel's Genocide Against Palestinians in Gaza. URL: <https://www.amnesty.org/en/documents/mde15/8668/2024/en/>.

119. The Hidden Ties Between Google and Amazon's Project Nimbus and Israel's Military. *WIRED*. URL: <https://www.wired.com/story/amazon-google-project-nimbus-israel-idf/>.

120. Social Media Manipulation in the Era of AI. *RAND Corporation*. URL: <https://www.rand.org/pubs/articles/2024/social-media-manipulation-in-the-era-of-ai.html>.

121. Gauging the AI Threat to Free and Fair Elections. *Brennan Center for Justice*. URL: <https://www.brennancenter.org/our-work/analysis-opinion/gauging-ai-threat-free-and-fair-elections>.

122. The apocalypse that wasn't: AI was everywhere in 2024's elections, but deepfakes and misinformation were only part of the picture. *Harvard Kennedy School*. URL: <https://ash.harvard.edu/articles/the-apocalypse-that-wasnt-ai-was-everywhere-in-2024s-elections-but-deepfakes-and-misinformation-were-only-part-of-the-picture/>.

123. «Quarante bébés décapités»: itinéraire d'une rumeur au cœur de la bataille de l'information entre Israël et le Hamas. *Le Monde*. URL: https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2024/04/03/quarante-bebes-decapites-itineraire-d-une-rumeur-au-c-ur-de-la-bataille-de-l-information-entre-israel-et-le-hamas_6225805_4355770.html.

124. How Israel-Hamas war disinformation is being spread online. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/media/2023/oct/11/how-israel-hamas-war-disinformation-is-being-spread-online>.

125. How misinformation about Israel and Gaza has evolved in the yearlong war. *PBS NewsHour*. URL: <https://www.pbs.org/newshour/world/how-misinformation-about-israel-and-gaza-has-evolved-in-the-yearlong-war>.

126. Lies, Misinformation Play Key Role in Israel-Hamas Fight. *RAND Corporation*. URL: <https://www.rand.org/pubs/commentary/2023/10/lies-misinformation-play-key-role-in-israel-hamas-fight.html>.

127. Misinformation and Disinformation—What They Mean for the Israel-Hamas War. *Boston University*. URL: <https://www.bu.edu/articles/2023/israel-hamas-war-misinformation/>.

128. A flood of misinformation shapes views of Israel-Gaza conflict. *The Washington Post*. URL: <https://www.washingtonpost.com/technology/2023/10/14/propaganda-misinformation-israel-hamas-war-social-media/>.
129. Pierri F., Perry B. L., DeVerna M. R., Yang K. C., Flammini A., Menczer F., Bryden J. Online misinformation is linked to early COVID-19 vaccination hesitancy and refusal. *Scientific Reports*. 2022. 12(1). P. 5966.
130. Pierri F., DeVerna M. R., Yang K. C., Axelrod D., Bryden J., Menczer F. One year of COVID-19 vaccine misinformation on Twitter: longitudinal study. *Journal of Medical Internet Research*. 2023. 25. P. e42227.
131. 139. Skafle I., Nordahl-Hansen A., Quintana D. S., Wynn R., Gabarron E. Misinformation about COVID-19 vaccines on social media: rapid review. *Journal of Medical Internet Research*. 2022. 24(8). P. e37367.
132. New APPC Survey Finds Belief in COVID-19 Vaccination Misinformation Has Grown. *Annenberg Public Policy Center*. URL: <https://www.asc.upenn.edu/news-events/news/new-appc-survey-finds-belief-covid-19-vaccination-misinformation-has-grown>.
133. Russian Disinformation Campaign «Doppelganger» is Why Doppel Exists. *Doppel*. URL: <https://www.doppel.com/blog/russian-disinformation-campaign-doppelganger-is-why-doppel-exists>.
134. Over 50,000 instances of DRAGONBRIDGE activity disrupted in 2022. *Google TAG*. URL: <https://blog.google/threat-analysis-group/over-50000-instances-of-dragonbridge-activity-disrupted-in-2022>.
135. «Team Jorge» unmasked: the secret disinformation team who distort reality. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/world/video/2023/feb/15/team-jorge-unmasked-the-secret-disinformation-team-who-distort-reality-video>.

Анотація
до кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра політології

Тема: «Трансформація пропагандистських стратегій в мережевому суспільстві: використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту»

Автор: Землянська Олександра Вячеславівна

Науковий керівник: доктор політичних наук, професор, заслужений діяч науки і техніки України Кармазіна М. С.

Захищена « ____ » _____ 2025 року

Короткий зміст: метою роботи є з'ясування трансформації пропагандистських стратегій у мережевому суспільстві внаслідок використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту. *Об'єкт дослідження:* пропагандистські стратегії в мережевому суспільстві. *Предмет дослідження:* процес трансформації пропагандистських стратегій під впливом використання автоматизованих систем та систем штучного інтелекту. У роботі проаналізовано теоретичні засади мережевого суспільства як середовища трансформації пропаганди, досліджено особливості децентралізованої комунікації та алгоритмічного впливу. Основною метою теоретичного розділу є концептуалізація мережевого суспільства як нової інфраструктури політичного впливу, де автоматизовані системи та ШІ відіграють системоутворюючу роль. Робота розглядає трансформацію пропаганди від централізованого поширення ідеологічних наративів до гнучких, персоналізованих та автоматизованих стратегій впливу. Досліджено типологію та принципи роботи автоматизованих систем у пропагандистських кампаніях, проаналізовано механізми їх інтеграції у цифрові платформи. На основі аналізу конкретних кейсів (китайські кампанії впливу щодо Тайваню, Ізраїльсько-палестинський конфлікт 2023-2024 рр.) виявлено, що сучасна цифрова пропаганда використовує комплексні технології для створення персоналізованого контенту, мікротаргетингу та емоційного

впливу, що створює нові загрози для демократичних процесів та інформаційної безпеки.

Визначено, що ефективність автоматизованих пропагандистських стратегій залежить від платформи, рівня цифрової грамотності аудиторії та спроможності суспільства до протидії, а їх масштабне використання призводить до фрагментації інформаційного простору та зниження довіри до традиційних джерел інформації.

Робота складається зі вступу, чотирьох основних розділів, висновків, списку використаних джерел та анотації.

Ключові слова: мережеве суспільство, пропаганда, штучний інтелект, автоматизовані системи, цифрова пропаганда, інформаційна війна, когнітивна війна, дезінформація.