

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Навчально-науковий інститут філології
Кафедра української мови та прикладної лінгвістики

**МОВНІ ЗАСОБИ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ
В ПУБЛІКАЦІЯХ ІНТЕРНЕТ-БОТІВ**

Кваліфікаційна робота
магістрантки другого року навчання
ОНП «Прикладна лінгвістика
(редакторсько-перекладацька
та експертна діяльність)»,
спеціальності 035 «Філологія»,
спеціалізації 035.10
«Прикладна лінгвістика», галузі знань
03 «Гуманітарні науки»
Тамари МОШКОВСЬКОЇ

Науковий керівник:
д. філос. **Юлія ЦИГВІНЦЕВА**

Рецензент: докт. філол. наук, ст.
наук. сп. відділу лексикології, лексикографії та структурно-математичної
лінгвістики Інституту української мови НАН України **Лариса Павлівна**
Кислюк

«Допущено до захисту»
Протокол № 13 засідання кафедри
української мови та прикладної лінгвістики
ННІФ від 30 квітня 2025 року
Завідувач кафедри _____ **Сергій РІЗНИК**

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ	11
1.1. Інформаційна війна як сучасне суспільно-політичне явище.....	13
1.2. Поняття про інформаційно-психологічну операцію	22
Висновки до розділу 1	29
РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ІНТЕРНЕТ-БОТІВ ТА БОТОФЕРМ	32
2.1. Підходи до визначення та типології ботів.....	32
2.2. Вивчення проблеми в сучасній лінгвістиці.....	43
2.3.Сучасні методи та платформи для виявлення ботів	46
Висновки до 2 розділу	50
РОЗДІЛ 3. ПУБЛІКАЦІЇ ІНТЕРНЕТ-БОТІВ ПРО УКРАЇНУ	52
3.1. Характеристика бази даних коментарів.....	52
3.2. Тематичний аналіз публікацій інтернет-ботів	57
3.3. Вербальні маркери коментарів інтернет-ботів	59
3.3.1. Лексико-семантичні засоби.....	61
3.3.2. Особливості синтаксису	72
3.4. Рекомендації із запобігання негативному впливу інтернет-ботів	77
Висновки до 3 розділу	80
ВИСНОВКИ.....	83
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	85
СПИСОК СКОРОЧЕНЬ НАЗВ ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ	93
ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	94
ДОДАТКИ.....	96

АНОТАЦІЯ

У контексті сучасної гібридної війни, яка розгортається не лише на полі бою, а й в інформаційному просторі, особливої актуальності набуває дослідження інтернет-ботів як інструменту інформаційно-психологічного впливу. Інтернет-боти стають засобом стратегічної дестабілізації, формуючи в інформаційному середовищі маніпулятивні наративи. Попри зростання кількості публікацій, присвячених темі ІІСО, проблема вивчення вербальних характеристик бот-комунікації в лінгвістичному аспекті залишається недостатньо дослідженою.

У магістерській роботі комплексно проаналізовано мовні особливості функціонування інтернет-ботів у соціальних мережах. Об'єктом дослідження є інформаційно-психологічний вплив в інтернет-комунікації, предметом – мовні засоби реалізації інформаційно-психологічного впливу (лексико-семантичні, синтаксичні) бот-коментарів. Метою роботи стало виявлення типових мовних засобів, які дозволяють ідентифікувати автоматизовані або координовані повідомлення інтернет-ботів у цифровому дискурсі.

Робота складається з трьох розділів. У першому – окреслено теоретичні засади інформаційної війни та ІІСО, а також проаналізовано мовні механізми маніпуляції. У другому – проаналізовано теоретичні засади функціонування інтернет-ботів та їхню роль в інформаційно-психологічних операціях. У третьому – здійснено лінгвістичний аналіз 179 коментарів, виявлено тематичні групи, а також схарактеризовано та класифіковано мовні особливості коментарів інтернет-ботів.

У межах дослідження створено умовну типологію повідомлень інтернет-ботів за тематичними кластерами та мовними характеристиками, що становить практичну цінність для виявлення маніпулятивних повідомлень. Основні результати роботи – зібраний дослідницький корпус бот-коментарів, тематичний аналіз, моделювання вербальних ознак бот-комунікації, формулювання рекомендацій для фахівців із кібербезпеки, журналістів, модераторів соціальних платформ. Наукова новизна полягає в міждисциплінарному підході до аналізу

мовної поведінки ботів, виявленні та систематизації специфічних мовних засобів, які використовують інтернет-боти для здійснення інформаційно-психологічного впливу на аудиторію в контексті подій, пов'язаних із Україною, впливає із новизни об'єкта й предмета дослідження, опертя на актуальний емпіричний матеріал.

Ключові слова: *інтернет-комунікація, інформаційно-психологічний вплив, маніпуляція, інформаційна війна, ПСО, бот-комунікація, ботоферма, інтернет-бот, мовні особливості інтернет-ботів.*

ABSTRACT

In the context of modern hybrid warfare, which unfolds not only on the battlefield but also in the information space, the study of internet bots as instruments of information and psychological influence becomes particularly relevant. Internet bots are increasingly used as tools for strategic destabilization, shaping manipulative narratives in the information environment. Despite the growing number of publications devoted to PSYOPS, the linguistic features of bot communication remain insufficiently explored.

This master's thesis presents a comprehensive analysis of the linguistic characteristics of the internet bot functioning in social networks. The object of the study is information and psychological influence in Internet communication, and the subject is the linguistic means of implementing information and psychological influence (lexical, semantic, syntactic) of bot comments. The purpose of the thesis is to identify typical linguistic markers that allow the detection of automated or coordinated internet bot communications in digital discourse.

The research consists of three chapters. The first section outlines the theoretical foundations of information warfare and IPSO, as well as analyses the language mechanisms of manipulation. The second section analyses the theoretical foundations of the functioning of Internet bots and their role in information and psychological operations. The third part of the article analyses 179 comments linguistically, identifies thematic groups, and characterises and classifies linguistic features of comments by Internet bots.

As a result of the research, a conditional typology of internet bot messages was developed according to thematic clusters and linguistic characteristics, offering practical value for the detection of manipulative content. The main findings include the development of a unified linguistic model of bot communication traits and the formulation of recommendations for cybersecurity specialists, journalists, and social media moderators. The scientific novelty lies in the interdisciplinary approach, combining linguistics, information security, and cognitive pragmatics.

Key words: *internet communication, information and psychological influence,*

manipulation, information warfare, IPSO, bot communication, bot farm, internet bot, linguistic features of internet bots.

ВСТУП

У сучасному інформаційному просторі, коли майже кожна людина користується цифровими технологіями, мова відіграє ключову роль як інструмент формування громадської думки, маніпулювання свідомістю та впливу на суспільні настрої. Особливо в умовах військових конфліктів, коли інформаційний складник набуває стратегічного значення. Одним із важливих інструментів інформаційного впливу є діяльність інтернет-ботів, які активно поширюють задані наративи в соціальних мережах, коментарях до публікацій та новинних ресурсах.

Інтернет-боти функціонують як інструмент інформаційно-психологічних операцій (ІПСО), спрямованих на підрив довіри до державних інституцій, зокрема органів влади та армії, дестабілізацію суспільства та посилення соціального напруження. Вони створюють викривлену інформаційну картину реальності, що є вигідною для протиборчої сторони. А Україна, як держава, яка вже понад одинадцять років перебуває в умовах гібридної війни, систематично зазнає подібних атак.

Маніпулятивні повідомлення (коментарі), що поширюються інтернет-ботами, конструюють за допомогою конкретних мовних засобів. Наприклад, використання емоційно забарвленої лексики, маніпулятивних конструкцій, семантичних трансформацій, узагальнень, кліше тощо. Саме завдяки цим мовним засобам повідомлення (коментарі) інтернет-ботів набувають високої ефективності, адже апелюють до емоцій, стереотипів, повторюваності меседжів, що створює враження масової думки, і в такий спосіб підсилюють певні наративи в публічному просторі.

Актуальність цього дослідження зумовлена необхідністю комплексного вивчення механізмів інформаційного впливу, аналізу мовних формул, використовуваних інтернет-ботами для розроблення ефективних механізмів протидії таким атакам. Насамперед, це важливо в контексті останніх даних української розвідки про розширення кількості підрозділів ІПСО у складі збройних сил РФ. Усвідомлення алгоритмів маніпулятивних інформаційних

впливів сприятиме підвищенню рівня інформаційної безпеки держави, захисту громадян від деструктивних інформаційних кампаній, а також формуванню критичного мислення серед населення.

Цій проблемі присвячені наукові розвідки закордонних та українських дослідників, зокрема Н. Кислої, О. Росінської, Г. Почепцова, О. Нагорної, Н. Адамчук, О. Гоманюка та Н. Шуляка, М. Гребенюка та Б. Леонова тощо.

Мета роботи – здійснити комплексний аналіз мовних засобів публікацій інтернет-ботів та виявити специфіку інформаційно-психологічного впливу таких дописів для визначення їхніх структурних, стилістичних та комунікативно-прагматичних особливостей у сучасному медіапросторі, зокрема в контексті публікацій, що стосуються України.

Для досягнення мети у роботі передбачено виконання таких **завдань**:

- 1) проаналізувати теоретичні засади інформаційно-психологічного та маніпулятивного впливу;
- 2) окреслити поняття інформаційної війни та інформаційно-психологічної операції;
- 3) схарактеризувати основні типи інтернет-ботів та принципи їхньої діяльності;
- 4) описати дослідницький корпус бот-коментарів;
- 5) з'ясувати ключові теми зібраних дописів;
- 6) визначити лексико-семантичні, синтаксичні, стилістичні та прагматичні особливості мови публікацій ботів;
- 7) установити механізми впливу таких повідомлень на аудиторію та можливі наслідки їхнього поширення;
- 8) розробити рекомендації щодо розпізнавання та нейтралізації інформаційних загроз у медіапросторі.

Об'єктом дослідження є інформаційно-психологічний вплив в інтернет-комунікації.

Предмет дослідження – мовні засоби та специфіка реалізації інформаційно-психологічного впливу в публікаціях інтернет-ботів у соціальних мережах.

Матеріал дослідження: коментарі в соціальних мережах TikTok і Threads, зібрані впродовж 24 грудня 2024 року – 24 квітня 2025 року. Загальний обсяг бази даних – 179 коментарів.

Методи дослідження охоплюють описовий та порівняльний метод, аналіз та синтез, контент-аналіз, метод лінгвістичного аналізу, що дали змогу детально вивчити особливості та мовні прийоми інформаційно-психологічного впливу.

Наукова новизна роботи полягає у комплексному аналізі мовних засобів коментарів та особливостей комунікації інтернет-ботів в умовах інформаційної війни, зокрема під час проведення інформаційно-психологічних операцій Росії проти України. Було досліджено та систематизовано лексико-семантичні та синтаксичні особливості коментарів, що мають ознаки діяльності інтернет-ботів, а також здійснено тематичне групування цих дописів у межах цифрового дискурсу соціальних мереж TikTok і Threads. Особливу наукову цінність становить створення емпіричної бази даних, що дозволяє виявити типові маркери інтернет-ботів, створити можливу уніфіковану модель їхнього виявлення, а також надати рекомендації щодо протидії їхньому негативному впливу в суспільстві.

Практичне значення дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів для удосконалення механізмів ідентифікації бот-коментарів, створення корпусу текстів та системи мовних засобів з метою автоматизації цього процесу, виявлення і нейтралізації інформаційних атак та розвитку медіаграмотності в суспільстві.

Апробація результатів дослідження. Основні теоретичні положення та результати аналізу обговорені в доповіді “Діяльність інтернет-ботів як інструмент інформаційної війни” на IX Всеукраїнських наукових читаннях за участю молодих учених “Філологія XXI століття: нові дослідження та перспективи” (ННІ філології, 10–11 квітня 2025 року).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел, списку скорочень назв джерел ілюстративного матеріалу, переліку умовних скорочень та додатків. Загальний обсяг роботи становить 98 сторінок, з них основного тексту – 84 сторінки, 4 найменувань у переліку умовних скорочень, 87 найменувань у списку використаних джерел та електронних ресурсів, 10 найменувань у списку скорочених назв джерел ілюстративного матеріалу, а також 9 додатків.

РОЗДІЛ 1. МОВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАЦІЙНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ВПЛИВУ

Мова є потужним засобом впливу на свідомість, а не тільки засобом комунікації. Особливого значення це явище набуло з розвитком цифрових технологій, оскільки саме через Інтернет мовний вплив став масовим та систематизованим. У мережевому середовищі мовні конструкції використовуються не лише для передачі інформації, а й для цілеспрямованого формування емоційних, когнітивних та поведінкових реакцій.

У різних сферах суспільного життя мова нерідко стає інструментом маніпулювання, мета якого – створити бажане розуміння подій, постатей чи явищ.

Маніпулятивного впливу досягають завдяки різноманітним мовним засобам і прийомам: використанню емоційно насиченої лексики, перекручуванню контексту, евфемізмам, фреймінгу, риторичним фігурам та іншим. Особливо активно подібні стратегії використовують у сфері масових комунікацій, першочергове завдання яких полягає не тільки в передачі інформації, а й у трансформації ставлення аудиторії до конкретних явищ, постатей, подій та проблем.

На сьогодні інформація є одним із основних ресурсів, а мова – ефективним інструментом впливу на суспільну свідомість. В умовах гібридних конфліктів мову використовують для поширення пропаганди, маніпуляції свідомістю, викривлення реальності та дезінформації [Стасюк 2025, с. 124]. Наприклад, в умовах російсько-української війни мовне питання постало надзвичайно гостро. Адже Росія ще з давніх часів почала використовувати мову як інструмент інформаційного впливу, дезінформації, маніпуляцій та виправдання російської агресії [Дем'янчук 2025]. Основним наративом російської пропаганди є розповсюдження ідеї щодо первинності російської мови. Ідея “первинності” завжди супроводжувалась русифікацією інших країн. В Україні це виявилось у забороні української мови (Валуєвський циркуляр 1863 року, Емський указ 1876 року) та витісненням її зі сфери освіти, культури та науки.

Ідеї “первинності” російської мови пов’язана і з намагання привласнити києво-руську спадщину. Російська пропаганда систематично наголошує, що російська мова є прямим продовженням мови Київської Русі. Вона уникає згадки або ж спотворює правду про те, що сучасна російська мова формувалася відчутно під впливом інших мов, серед яких вирізняються церковнослов’янська, татаро-монгольська, тапольська. Натомість, в українській мові збережено чимало рис, які притаманні давньоукраїнській (руській) мові [Пундик 2025, с. 114].

По-друге, Росія використовує міт про “єдину мову”, який пропагандує те, що українська, білоруська є лише “діалектами” одного “великого російського народу”. Такі нарративи підривають значення української мови та існування її як самостійної мови [Пундик 2025, с. 114].

По-третє, це нав’язування тези про “несправжність” української мови, де ключовим пропагандистським прийомом є ствердження, ніби українська мова – це “фантазія”, “політичний задум” або ж “результат полонізації”. Ці нарративи активно експлуатуються для підриву справжності української культури та національної самобутності [Пундик 2025, с. 114].

Таким чином, ми можемо спостерігати, як виникає інформаційне середовище, яке викривляє мовну реальність та підриває національну ідентичність. І для досягнення цих цілей використовуються різноманітні засоби. Одним із видів маніпуляцій на глобальному рівні є інформаційна війна.

Маніпулювання перетворилося на могутній важіль у соціумі, оскільки активно задіюється як у системах державного управління, так і під час конфліктів інтересів, у взаєминах між представниками влади.

На думку Р. Гудіна, маніпуляція – це нечесний та прихований метод впливу, який використовує той, хто говорить (маніпулятор) з метою: скорегувати переконання, прагнення або емоції одержувача; виконати це без відомості або дозволу того, хто сприймає [Нагорна 2023, с. 65].

А. Вер визнає маніпуляцію як спосіб комунікації, що приховує справжні наміри того, хто говорить, спрямовуючи вплив на особу, яка не розуміє ані цілей, ані результатів такого впливу [Нагорна 2023, с. 65].

Р. Блас розглядає маніпуляцію як різновид обману, що має на меті вплинути на людину, щоб її дії стали вигідними для маніпулятора [Нагорна 2023, с. 65].

Таким чином, ми розуміємо, що маніпуляція здійснюється задля досягнення цілей маніпулятора і передбачає прихований вплив на особу.

Отже, підсумовуючи результати аналізу наукових праць, варто зауважити, що мовна маніпуляція – явище багатопланове, яке постає через цілу низку лексичних, синтаксичних, морфологічних та прагматичних інструментів. Дослідники звертають увагу як на звичні риторичні прийоми (іронія, метафора, антитеза, евфемізми, дисфемізми), так і на більш витончених техніках, таких як генералізація, напівправа, замовчування або навмисне розмивання значення. Окремої уваги потребує систематизація маніпулятивних засобів за мовними рівнями, котра дозволяє всебічно досліджувати механізми впливу на свідомість адресата. Цей підхід є важливою основою для подальшого вивчення засобів мовної маніпуляції, які використовуються у засобах масової інформації, політиці та пропаганді, особливо в умовах інформаційної війни.

1.1. Інформаційна війна як сучасне суспільно-політичне явище

В умовах сучасного світу, коли цифрові технології стали основою життя, інформація стала одним із основних стратегічних ресурсів. Тому поряд із традиційними формами протистояння між державами, корпораціями та соціальними групами значну роль почала відігравати інформаційна війна. Феномен, що охоплює великий спектр методів та інструментів впливу на суспільну думку, політичні рішення та безпеку держав.

Вивченням питання інформаційної війни займалися такі науковці як Дж. Фуллер, П. Катц, М. Лібікі. Зокрема Дж. Фуллер у 1926 році вперше акцентував увагу на важливості інформації у війні, підкреслюючи, що контроль

інформації є одним із основних чинників у веденні бойових дій та впливу на соціальну думку [Fuller 1993].

М. Лібікі окреслив основні характеристики інформаційної зброї як складника інформаційної атаки або операції. Ключовими елементами інформаційної зброї він вважає такі:

- тиражування розвідувальної інформації;
- дезінформація;
- психологічні інформації;
- фізичне знищення інформаційних ресурсів противника;
- атаки (фізичні або електронні) на інформаційну структуру;
- зараження комп'ютерних мереж вірусами, проникнення в інформаційні мережі [Lysenko 2023, с. 151].

Така класифікація навела Е. Ледерера на думку щодо необхідності прийняття законів на рівні держав-членів ООН щодо обмеження та заборони використання шкідливих інформаційних ресурсів, розробки моделі інформаційної безпеки та контролю за захищеними інтересами суспільства [Lysenko 2023, с. 151]. Особливого значення це набуває у межах російсько-українського збройного конфлікту.

Використання інформації як інструменту впливу в конфліктах має глибоке історичне коріння. Хоча термін “психологічна війна” (який пізніше трансформувався у “інформаційну війну” або “інформаційні операції”) вперше був вжитий британським істориком Дж. Фуллером у 1920 році під час аналізу Першої світової війни, активне його застосування розпочалося лише у 1940-х роках у Сполучених Штатах Америки. У західній літературі цей феномен також відомий як “політична війна” [Почепцов 2015].

Водночас використання інформаційного впливу у військових і політичних протистояннях простежується ще з давніх часів. Літописні джерела Київської Русі свідчать про застосування інформаційних стратегій, таких як вибіркова подача або приховування даних. Наприклад, подорож княгині Ольги до Константинополя залишається оповитою таємницею через відсутність

конкретних пояснень її причин і цілей у як руських, так і візантійських джерелах. Інший відомий приклад – військова тактика князя Святослава, який заздалегідь повідомляв ворогів про свої походи, але водночас приховував точний напрямок та чисельність війська, що дозволяло створювати невизначеність у лавах супротивника та досягати стратегічної переваги [Шемчук 2019, с. 30].

У ХХ столітті розвиток інформаційної війни набув системного характеру. Зокрема, у 1967 році у Сполучених Штатах Америки на базі “Школи спеціальних операцій Повітряних сил США” було запроваджено навчальний курс з інформаційних операцій. Проте вже у 1968 році через брак фінансування цей курс скасували. Лише у 1974 році він знову почав розвиватися, що свідчить про поступове усвідомлення значущості інформаційних технологій у військових конфліктах [Почепцов 2015].

Таким чином, інформаційна війна має глибокі історичні корені, а її методи постійно вдосконалюються. Від давніх стратегій маніпуляції інформацією до сучасних військових доктрин – інформаційні впливи залишаються невід’ємною частиною боротьби за владу, ресурси та контроль над суспільною свідомістю.

Як можна побачити, точного визначення поняття інформаційної війни немає через низку причин, зокрема, єдиного варіанту вживання. Наприклад, Winn Schwartau пояснював термін “інформаційна війна” як застосування інформації та інформаційних систем з метою впливу. Тобто учасники інформаційної війни можуть здійснювати атаки на людей, організації чи країни за допомогою різних методів як порушення конфіденційності, дезінформації або психологічних операцій. Для Дж. Даннінга інформаційна війна складається з атаки та захисту можливостей передачі інформації. А. Коен визначає як конфлікт, у якому інформація або інформаційні технології є зброєю, метою або ж методом [Ventre 2009].

Концепція інформаційної війни має декілька різних підходів. Основна проблема полягає в семантиці лексем, з яких утворений термін “інформаційна війна” [Ventre 2009].

Наприклад, “Словник української мови” в 11 томах (далі – СУМ) слово “війна” кваліфікує як “організовану збройну боротьбу між державами, суспільними класами тощо” (СУМ I – 669). “Кембриджський словник” тлумачить цю лексему як “збройні битви між двома чи більше країнами або групами” [CD]. Якщо взяти до уваги значення іменника “інформація”, то за СУМ “інформація – відомості про які-небудь події, чиясь діяльність” (СУМ IV – 42). А за “Кембриджським словником” – “факт про ситуацію, особу, подію” [CD]. Як свідчать різні словники, поняття війни асоціюється переважно зі збройними діями, а інформація – з передачею та опрацюванням даних. Це слугує підтвердженням того, що інформаційна війна може мати як фізичний, так і когнітивний вимір, охоплювати не тільки бойові дії, а також вплив на свідомість, маніпуляцію фактами та контроль над інформаційним простором.

Саме це зумовлює існування різних підходів до трактування поняття інформаційної війни. Водночас, незалежно від інтерпретацій, вона є неодмінним складником соціальних, культурних, економічних та політичних процесів, що реалізуються за участі інформаційних технологій. Тож інформаційна війна є різновидом боротьби за контроль над цифровими просторами, де інформацію використовують проти супротивника. Потім це стає додатковою перевагою у війні, так само, як здатність контролювати повітря та простір у звичайних воєнних конфліктах [Ventre 2009].

З-поміж різних гіпотез та основних аспектів дослідження терміну “інформаційна війна”, В. Шемчук виокремив шість основних підходів:

1. **Соціально-комунікативний підхід**, що визначає концепції інформаційної війни як комплекс окремих інформаційних дій, інформаційних технік та інструментів корпоративного суперництва. Це результат еволюції методів і засобів комунікації між людьми, громадами, державами та світом. Цей підхід вирізняється системністю, що дозволяє розкрити політичні, економічні, психологічні та інші явища; “агресивний характер”, зорієнтований на миттєве досягнення бажаного тактичного ефекту з

втратою стратегічного бачення; нехтування прогнозуванням впливу на протилежну сторону конфлікту [Шемчук 2019].

2. **Державно-інструментальний підхід** – визначає інформаційну війну як знаряддя зовнішньої та внутрішньої політики, інструмент для збору аналізу та розповсюдження безперервного потоку інформації у відповідь на дії супротивника. Ключовою рисою цього підходу є акцентування ролі політичних установ державної організації у веденні інформаційної війни з одночасним нівелюванням впливу соціальних, економічних і психологічних чинників [Шемчук 2019].
3. **Геополітичний підхід**. Дослідники розглядають інформаційну війну як аспект прихованого мирного періоду між державного протистояння, який дає змогу розв'язувати зовнішньополітичні задачі без застосування сили. Під інформаційною війною мають на увазі заходи, націлені на спричнення ворогу відчутної шкоди у певних сферах його діяльності. Тут виокремлюємо такі ключові тези: охоплення геополітичних суб'єктів інформаційно-політичного простору; тлумачення інформаційної війни як неминучого явища; ігнорування значущості особистості як окремого об'єкта для впливу; недостатнє дослідження причин інформаційної війни [Шемчук 2019].
4. **Віртуально-кібернетичний підхід**. Інформаційну війну розглядають як комплекс технічних програмних та супутніх інструментів, розгорнутих у віртуальному просторі задля ураження інформаційних систем ворога (наприклад, комп'ютерні віруси). Кібервійна – складова інформаційної війни, що реалізується за допомогою інструментів всесвітньої мережі у формі кібератак. Сутність інформаційної війни полягає у використанні прихованих цілеспрямованих інформаційних впливів між інформаційними системами з метою здобуття певного прибутку в матеріальній сфері. Ознаками віртуально-кібернетичного підходу є з'ясування суті інформаційної війни крізь площину математичного виміру; виявлення ключових напрямів інформаційного простору та розвитку інформаційних

технологій (особливо з урахуванням інформаційно-блогових процесів); ігнорування психологічного чинника явища; невизначеність ролі держави в цьому процесу; переважання теоретичного аспекту над практичним, відсутність рекомендацій та методик, які б сприяли виявленню інформаційної агресії та захисту від неї [Шемчук 2019].

5. **Комплексний підхід.** Український дослідник А. Фісун зауважує, що жоден із підходів не розкриває сутність інформаційної війни комплексно ні як політичного конфлікту, ні як соціального явища, ні як соціокультурного феномену. На його думку, інформаційна війна – це комплексний процес, який може здійснюватися у відкритій або прихованій формі та передбачає цілеспрямований інформаційний вплив однієї сторони або взаємний вплив сторін. Його мета – впливати на свідомість, поведінку людей, а також на інформаційні ресурси та системи за допомогою спеціально підібраних методів і інструментів. Основна мета – досягнення інформаційної переваги, що підтримує національні інтереси, сприяє ухваленню вигідних рішень або руйнування інформаційної інфраструктури супротивника, паралельно з укріпленням та захистом власної інформації та систем [Шемчук 2019].
6. **Конспірологічний підхід.** Найбільш послідовним апологетом цього напрямку є російський ідеолог рашизму О. Дугін. Він бачить інформаційну війну як різновид всеохопного впливу глобальних політичних, економічних, терористичних, сектантських мережевих структур (хасидсько-парамасонська група, Захід на чолі з Сполученими штатами Америки, країни “золотого мільярду”). Їхня мета – контролювати політичне, соціальне, економічне становище та пришвидшувати трансформаційні тенденції духовності світового суспільства через спрямування інформаційних процесів на користь Сполучених штатів Америки, які одночасно створюють систему захисту власного мережевого коду, що дешифрує та структурує процеси. Особливостями є вивчення мережевого характеру сучасного світового бізнесу, політичних ініціатив,

терористичних угруповань і сектанських організацій; розкриття сутності діяльності “агентів впливу”; надмірне перебільшення поняття “мережі”, ігнорування психологічних особливостей людини як окремої особистості; містично-конспірологічний погляд на роль світових глобальних структур, демонізація західного світу, захоплення ідеєю “світового єврейського заклоту”, окультизм і расовий чинник [Шемчук 2019].

В українській гуманітаристиці інформаційним війнам присвячені праці В. Шемчука, Г. Почепцова, В. Петрика, О. Левіна, О. Нагорної і тощо. Лінгвістичні аспекти проблеми досліджували О. Дмитрук, О. Нагорна, Мельниченко і тощо.

Отже, ми можемо стверджувати, що поняття “інформаційної війни” має багато граней і не зводиться до одного, чітко визначеного тлумачення. Наявні наукові підходи до трактування цього явища суттєво відрізняються залежно від предмета дослідження, теоретичної бази та сфери застосування. Наприклад, соціально-комунікативний підхід зосереджується на інформаційних впливах у процесі взаємодії між різними соціальними суб’єктами. Державно-інструментальний підхід розглядає інформаційну війну як інструмент реалізації державної політики, застосований альтернативними методами. Геополітичний підхід вивчає інформаційні конфлікти крізь призму міжнародних відносин, як альтернативу прямому військовому зіткненню. Віртуально-кібернетичний підхід концентрується на технологічних аспектах інформаційного протиборства в цифровому просторі. Комплексний підхід намагається синтезувати всі перелічені виміри, тоді як конспірологічний – інтерпретує інформаційну війну як наслідок діяльності прихованих глобальних структур. Це вказує на багатогранність цього явища, що охоплює не лише політичний чи технологічний виміри, а й соціальну, культурну, економічну, психологічну та ідеологічну сфери.

Розглянувши основні підходи до тлумачення інформаційної війни, варто звернути увагу на ключові моменти розвитку. Сучасні інформаційні війни зазнають суттєвих трансформацій, що відображаються як у зміні термінології,

так і в розширенні їхніх функцій. Однак така трансформація має не тільки позитивні зміни, а й негативні – за останнє десятиріччя не виникло жодних концепцій цього явища. Водночас, не тільки для пострадянського простору, але й для Сполучених Штатів Америки, які мають найбільший потенціал як у практичному, так і в теоретичному осмисленні феномена.

Важливо зазначити, що різні підходи до розуміння цього явища унеможливають формування узагальненої теоретичної бази через конфлікт між окремими концепціями.

Перше. Проблема використання одного поняття. Наприклад, у Сполучених Штатах Америки держдепартамент використовує термін “публічна дипломатія”, тоді як міністерство оборони послуговується не тільки поняттям “інформаційна операція”, а й цілою низкою інших визначень. Внаслідок використання різних термінів, дослідники залишають поза увагою спільні риси явищ, що стоять за ними [Почепцов 2021].

Друге. Суттєві термінологічні зрушення також відбуваються у професійному середовищі військових. Зокрема, “інформаційні війни” було замінено поняттям “інформаційні операції”, що наразі стають базовим терміном. Таке переосмислення пов’язане з тим, що інформаційні війни стосуються періоду війни, тоді як проведення інформаційних операцій можливе і в мирний час [Почепцов 2021].

Третє. Інформаційні війни більше асоціюються із зовнішніми діями, однак внутрішні складники не варто залишати поза увагою. Особливо активно це проявляється під час виборів [Почепцов 2021].

Четверте. У військовій сфері інформаційні війни поступово почали переходити від допоміжних функцій до основних. Оскільки вплив інформації під час військових дій є дуже значним. Відповідно, це призводить до створення окремих підрозділів з психологічних операцій [Почепцов 2021].

П’яте. Інформаційні війни майбутнього розгортатимуться в умовах поступового спадання зацікавлення населення до новин, тобто в іншому типіві інформаційного простору [Почепцов 2021].

Шосте. На сьогодні внутрішні інформаційні війни мають свій внесок і в розважальному просторі також. Це спричинено єдиним варіантом можливого інформування певних сегментів населення [Почепцов 2021].

Сьоме. Ще одним моментом нового інформаційного простору стає журналістики без журналістів. Відповідно, створюється зовсім інша система формування громадської думки, де газета стає лише носієм ідеї, а не її виробником [Почепцов 2021].

Восьме. Відбувається повільний перехід до роботи з більш глибокими ментальними структурами, аніж той, до якого звикла працювати журналістика [Почепцов 2021].

Дев'яте. Високий рівень міждисциплінарності в цій сфері, коли будь-які нові ефективні методи роботи швидко мігрують між галузями. Наприклад, військові швидко опановують знання про наратив, який раніше був інструментом літературознавців. Це зумовлено тим, що сучасна перемога визначається не тільки на полі бою, а насамперед у громадській думці, де ключову роль відіграє боротьба наративів [Почепцов 2021].

Десяте. Відбувається посилення ролі мирного населення, оскільки військовим стає потрібна підтримка населення як на внутрішньому, так і на зовнішньому фронтах. Це додатково вимагає від військових нових форм роботи з населенням [Почепцов 2021].

Одинадцять. Використання комунікативного інструменту з бізнесу, як неймінг. Вдалі терміни дозволяють ініціювати бажану для авторів взаємодію у конфлікті. Скажімо, Дж. Лакофф присвятив чимало праць концепції “війна з терором”, де війною хибно назвали протидію не противнику, а стратегії. Однак, більш коректне означення “окупація” зобов’язувало б встановити конкретну дату виведення військ, тоді як “війна з терором” може тривати вічно [Почепцов 2021].

Дванадцять. Переосмислення минулих процесів. Легітимацію перебудови забезпечувало застосування концептів “нове мислення” і “гласність”, що дозволило М. Горбачову активізувати інформаційні процеси на дестабілізацію радянської системи [Почепцов 2021].

Отже, розглянувши ключові моменти феномену, можна зробити висновок, що зміст терміна “інформаційна війна” еволюціонував. Це явище з допоміжного інструменту перетворилося на самостійну сферу впливу, що охоплює зовнішню і внутрішню безпеку держав. Головна мета інформаційної війни – залучити всі можливі методи інформаційного та інформаційно-психологічного впливу і не просто передати факти, а сформуванати наративи, що впливають на свідомість. Цей процес почав набувати міждисциплінарного характеру.

1.2. Поняття про інформаційно-психологічну операцію

Одним з ключових інструментів у сучасній інформаційній війні є інформаційно-психологічні операції (ІПСО), які полягають у впливі на свідомість, дії та емоції людей через спеціально підібрану інформацію.

Термін “інформаційно-психологічна операція” (ІПСО) у науковій літературі трактують неоднозначно. Його інтерпретація залежить від галузі знань – військової справи, гуманітарних наук, соціології, психології тощо. Ця багатозначність ускладнює формування уніфікованого підходу до його вивчення та використання в прикладному аспекті.

У військовому дискурсі, зокрема в американській доктрині, інформаційно-психологічну операцію розглядають як складник психологічних операцій. Так, згідно з Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures, інформаційно-психологічна операція – це сплановані дії, спрямовані на трансформацію емоцій, мотивацій, об’єктивного мислення та зрештою поведінки цільової аудиторії – держав, організацій, груп або окремих осіб [PSOTP 2003]. Такий підхід акцентує на управлінні інформацією як засобі досягнення стратегічних результатів.

Інформаційно-психологічна операція у розумінні НАТО – це спланована психологічна діяльність, що здійснюється із застосуванням методів комунікації та інших засобів впливу і спрямована на чітко визначену аудиторію з метою

формування або зміни її сприйняття, ставлення та поведінки. Такий вплив здійснюється в контексті досягнення політичних і військових цілей, що підкреслює її важливу роль у сучасних конфліктах і гібридних загрозах [NATO 2007].

В українському науковому дискурсі простежуємо розмежування між широким і вузьким трактуванням інформаційно-психологічної операції. Так, на думку І. Панаріна, у широкому розумінні, інформаційно-психологічна операція є спрямованим та систематичним застосуванням політичними противниками пропаганди й інших засобів (дипломатичних, військових, економічних, політичних тощо) задля безпосереднього чи опосередкованого впливу на погляди, настрої, почуття та загалом на поведінку супротивника, щоб спонукати його чинити певним чином. У вузькому розумінні інформаційно-психологічна операція розглядається як комплекс заходів пропагандистського та військового плану, а також психологічних дій для підтримки військових операцій та бойових дій власних військ і здійснення психологічного впливу на особовий склад ворога та його населення [Твердохліб 2023].

Порівняння західного та українського підходів демонструє, що, попри відмінності в акцентах, усі трактування інформаційно-психологічної операції сходяться на розумінні її як комплексного інструмента стратегічного впливу, що об'єднує інформаційні, емоційні та когнітивні механізми, спрямовані на зміну поведінки супротивника в умовах інформаційного протистояння.

Важливо зазначити, що аналіз сучасного вітчизняного наукового доробку з питань інформаційно-психологічних операцій засвідчив, що українські вчені у своїх працях послуговуються понятійно-категоріальним апаратом, який містить такі поняття: “інформаційна зброя”, “інформаційна війна”, “інформаційно-психологічна війна”, “інформаційно-психологічний вплив”, “інформаційно-психологічна операція”. Однак, вивчаючи ключові українські дослідження з питань інформаційно-психологічних операцій, стало очевидним, що значна кількість термінів у вітчизняній науці досі не має уніфікованого та однозначного

визначення, попри численні спроби їхнього окреслення, а більшість дослідників часом використовують різні назви для позначення тих самих явищ.

Зокрема, у наукових працях українських вчених часто можна зустріти ототожнення термінів “інформаційна війна” та “інформаційно-психологічна війна”. Наприклад, Б. Костюк, Н. Войтович, Р. Кравець, Г. Сасин, Д. Коваль, Т. Короткий, С. Кобута весь спектр дезінформаційних операцій, які здійснює Російська Федерація проти населення України, неправильно кваліфікують як “інформаційну війну”, ігноруючи ключовий момент, що ціллю інформаційної війни є інформація, натомість як об'єктом російської агресії в Україні є людська свідомість, їх психологічний стан. Звідси випливає необхідність усвідомити, що в Україні Російська Федерація розв'язала війну не інформаційну, а інформаційно-психологічну [Твердохліб 2023].

Інформаційно-психологічні операції – ключовий елемент військової стратегії в сучасних протистояннях, зокрема, у війні в Україні. Інформаційний простір перетворився на важливу арену боротьби, де застосовуються численні способи впливу на громадську думку, що суттєво впливає на результати конфлікту. Інформаційний простір – це галузь діяльності ЗМІ, інформаційних агентств, окремих медійників, спеціалістів певних організацій, установ, які створюють та розповсюджують інформацію та знання. Інформаційно-психологічні операції відрізняються масштабом та формою, від впливу на соцмережі до розповсюдження неправдивої інформації у мас-медіа. Мета інформаційно-психологічної операції може варіюватися від підвищення підтримки політичної сили до дестабілізації ситуації в країні або на планеті загалом [Шмаленко 2023].

Проведення операцій інформаційно-психологічного впливу стає невіддільною частиною всіх воєнних конфліктів. У сучасних реаліях організація інформаційно-психологічних операцій перед збройними зіткненнями набула статусу традиції. Провідні держави світу вдаються до збройної боротьби лише після ретельної інформаційної підготовки, коли інформаційний простір противника значно дезорганізований, а вірогідність поразки зведена до

мінімуму. Саме в таких випадках інформаційно-психологічні операції відіграють ключову роль.

Інформаційно-психологічну операцію впроваджують для формування сприятливих обставин задля подальшого успішного виконання операцій і бойових завдань, результативного використання власних військ (сил), зброї та військової техніки, а також для зниження ефективності використання військ (сил) і зброї противника через здобуття та утримання інформаційної переваги над ним під час планування та ведення військових (бойових) дій шляхом опосередкованого впливу на протилежну сторону в межах її інформаційного простору.

З метою реалізації ППВ (інформаційно-психологічного впливу) на противника в процесі інформаційно-психологічних операцій застосовують різні засоби, зокрема:

- медіа;
- онлайн-ресурси;
- друковані видання;
- аудіо-та відеоматеріали різного типу [Юзова 2020].

До особливостей організації та здійснення інформаційно-психологічних операцій дослідники зараховують:

- несподіваність;
- прихованість;
- відсутність ознак агресії;
- неможливість притягнення агресора до відповідальності;
- спричинення значної шкоди об'єкту впливу без оголошення війни чи розірвання дипломатичних зв'язків;
- значні труднощі у виявленні джерел агресії, масштабів і її цілей, методів і форм, сил і засобів проведення інформаційно-психологічних операцій [Юзова 2020].

Отже, захист від негативного впливу ППВ та інформаційно-психологічних операцій є надзвичайно важливим та вимагає від держави реалізації усіх доступних заходів для гарантування інформаційно-психологічної безпеки особи

військовослужбовця та всього суспільства, що виступає складовою інформаційної безпеки держави [Юзова 2020].

У військовій доктрині Сполучених Штатів Америки інформаційно-психологічні операції, що функціонують у межах ширшого поняття психологічних операцій, визначаються як сплановані комунікативні дії, спрямовані на вплив на емоції, мотивації, раціональне мислення та поведінку цільової аудиторії. У *Field Manual 3-05.301 Psychological Operations: Tactics, Techniques, and Procedures* підкреслюється, що метою інформаційно-психологічних операцій є формування у нейтральних, дружніх або ворожих іноземних аудиторій таких емоцій, установок і моделей поведінки, які сприяють досягненню політичних і військових цілей США. [Field Manual 3-05.301 2003]

На відміну від вузького трактування інформаційно-психологічної операції як підтримки бойових дій, американська стратегія спирається на планомірне застосування інформаційно-психологічного впливу на стратегічному, оперативному й тактичному рівнях. Інформаційно-психологічні операції входять до інформаційних операцій, але також постають як самостійний, дієвий механізм. Ця інтеграція дозволяє впливати не тільки на розум та емоції цільової аудиторії, а й сформувати позитивне ставлення до союзних сил, підірвати моральний дух противника, корегувати поведінку населення та вирішувати інші завдання [Field Manual 3-05.301 2003].

Серед ключових функцій інформаційно-психологічної операції виокремлюють:

- формування позитивного образу союзних сил;
- подолання ворожої пропаганди;
- передача інформації з гуманітарною чи стабілізаційною метою;
- забезпечення альтернативних моделей поведінки;
- залучення елементів культури, мови та соціальних маркерів для точнішого впливу на цільову аудиторію [Field Manual 3-05.301 2003].

Особливу увагу в американському підході зосереджено аналіз цільової аудиторії, що передбачає вивчення соціокультурного контексту, медіаповедінки,

рівня довіри до інформаційних джерел та інших чинників. Тільки через глибоке розуміння культурних, релігійних та психологічних особливостей аудиторії можлива ефективна операція. Саме це дає змогу здійснювати адресний психологічний вплив – від масового до індивідуального. [Field Manual 3-05.301 2003].

Ще одним із ключових елементів інформаційно-психологічних операцій у військовій доктрині США є медіакомпонент, який охоплює не лише традиційні формати (друковану продукцію, радіо, телебачення), але й адаптивно застосовується в сучасному цифровому середовищі. У документі наголошують, що ефективна інформаційно-психологічна операція потребує не просто передачі інформації, а створення контенту, який максимально адаптований до способу сприйняття аудиторії. Для цього використовують:

- друковані носії (листівки, брошури, плакати);
- аудіо- та відеопродукції;
- візуальні матеріали (плакати, ілюстрації тощо);
- цифрові платформи та інформаційні ресурси в інтернеті [Field Manual 3-05.301 2003].

Важливим уточненням є те, що продукція інформаційно-психологічних операцій має відповідати тому формату, до якого звикла цільова аудиторія, та має бути максимально переконливою з точки зору мови, візуального стилю, а також способу подання інформації. Це означає, що інформаційно-психологічний вплив проектується з урахуванням медіаспоживання аудиторії, що є актуальним і в контексті соціальних мереж, де основним джерелом інформації для мільйонів користувачів стають саме цифрові повідомлення: коментарі, пости, зображення, меми [Field Manual 3-05.301 2003].

У сучасних умовах ці принципи реалізуються через бот-мережі, які фактично виконують функцію масової відправки психологічно забарвлених повідомлень через цифрові канали. Такі акаунти автоматизовано або вручну поширюють інформацію, що:

- відповідає заздалегідь визначеним нарративам (наприклад, делегітимізація влади);
- містить емоційно забарвлену лексику;
- оформлена відповідно до звичних патернів спілкування цільової групи (використання сленгу, жаргону тощо);
- маскується під спонтанні коментарі реальних людей [Field Manual 3-05.301 2003].

Таким чином, бот-коментарі є своєрідним медіапродуктом інформаційно-психологічних операцій нового покоління, що формуються з урахуванням мовних, культурних та психологічних характеристик аудиторії, як це й передбачає доктрина інформаційно-психологічних операцій.

Варто зазначити, що ефективність операції залежить не лише від змісту продукту, а й від каналів, через які він потрапляє до цільової аудиторії, а також від можливості багаторазового впливу (через повторення, взаємодію з іншими повідомленнями, візуальне й лінгвістичне закріплення). У цифровому просторі саме інтернет-боти забезпечують масовану, координовану та повторювану поширеність контенту, що відповідає військовій логіці побудови інформаційно-психологічних операцій: різні меседжі – до різних аудиторій – з метою змінити сприйняття і поведінку. Ботоферми дозволяють охоплювати значні за обсягом аудиторії з мінімальними ресурсними затратами, але з високим ступенем маніпулятивної ефективності [Field Manual 3-05.301 2003].

Отже, проаналізовані у дослідженні підходи до трактування інформаційно-психологічних операцій засвідчують наявність багаторівневої структури цього явища, що охоплює як військово-стратегічний, так і соціально-комунікативний виміри. Незважаючи на розбіжності у формулюваннях, ключовим залишається розуміння інформаційно-психологічної операції як інструменту стратегічного впливу на свідомість і поведінку цільових аудиторій шляхом контрольованої інформаційної взаємодії.

Порівняльний аналіз західних і українських концепцій демонструє спільну тенденцію до переосмислення традиційних підходів до ведення інформаційної

боротьби, де інформація виступає не лише ресурсом, а й зброєю, а об'єктом впливу є не канали комунікації, а людська психіка, емоції, настанови та поведінкові моделі. Особливої актуальності ці аспекти набувають в умовах гібридних конфліктів, де бойові дії супроводжуються масованим інформаційно-психологічним тиском.

Таким чином, у сучасній інформаційній війні інформаційно-психологічні операції стали невіддільною частиною комунікаційного середовища, що вимагає не лише фахового осмислення, а й розроблення ефективних стратегій захисту інформаційно-психологічної безпеки, зокрема через поглиблений аналіз мовних особливостей, комунікативних тактик, розвиток критичного мислення, цифрової грамотності і правового врегулювання протидії маніпулятивним технологіям. Використання медіа – і традиційних, і цифрових – у структурі інформаційно-психологічних операцій свідчить про універсальність і гнучкість цього механізму, який адаптується до змінних комунікативних реалій.

Висновки до розділу 1

У результаті опрацювання теоретичних джерел та аналітичних матеріалів було з'ясовано, що мова є не тільки засобом спілкування, а й ефективним інструментом впливу на свідомість, почуття, переконання та дії особистості. В умовах сучасних гібридних конфліктів вона активно застосовується як метод маніпулювання у різних типах дискурсів. У межах інформаційної війни, що ведеться як у відкритій, так і в латентній формах, мова виконує функцію «інформаційної зброї», особливо в умовах зростання ролі цифрових комунікацій. Проаналізовані підходи до розуміння феномену інформаційної війни (соціально-комунікативний, державно-інструментальний, геополітичний, віртуально-кібернетичний, комплексний та конспірологічний) засвідчили, що це явище є багатокомпонентним і охоплює не лише сферу медіа, а й державне управління, технології, суспільну свідомість, ідеологію. За своєю природою інформаційна

війна має когнітивний, культурний, психологічний вимір, де боротьба точиться за інтерпретацію реальності.

Важливим інструментом реалізації інформаційної війни виступають інформаційно-психологічні операції (ІПСО), які мають системний і багаторівневий характер. У науковому дискурсі інформаційно-психологічні операції визначають як цілеспрямовану діяльність, спрямовану на зміну переконань, емоцій та поведінки цільової аудиторії шляхом керованого інформаційного впливу. Важливим акцентом сучасних підходів є розуміння інформаційно-психологічних операцій як комунікативної технології, що поєднує класичні стратегії пропаганди з медіатехнологіями, роботою з культурними кодами, психолінгвістичними характеристиками адресата.

У контексті сучасних воєнних конфліктів, зокрема російсько-української війни, інформаційно-психологічні операції стали головним інструментом інформаційних атак. Їхня ціль – дестабілізація, підрив морального духу, дискредитація та роз'єднання суспільства. Ключову роль у розгортанні інформаційно-психологічних операцій сьогодні відіграють цифрові інструменти впливу. Вони активно працюють через медіа, інтернет-ресурси, соцмережі. Саме в цій сфері мова стає засобом передачі смислів, наповнених наративами, закличками, упередженнями або страхами, що мають на меті викликати чітко визначені емоційні відгуки.

З огляду на викладене варто наголосити, що особливості реалізації інформаційно-психологічного впливу в цифровому середовищі потребують окремої уваги. Сучасні медіатехнології, зокрема соціальні платформи, відкрили нові можливості для здійснення інформаційних операцій, що характеризуються масштабністю, миттєвістю розповсюдження та складністю ідентифікації. У цьому контексті виникають нові форми комунікаційної взаємодії, що поєднують автоматизацію, координованість та чітко сплановані мовні стратегії. Саме вони формують специфічний тип дискурсу, що впливає не так через логічне обґрунтування, як через повторювані смислові шаблони, емоційний тиск та маскування під автентичне мовлення.

Такі прояви цифрової комунікації створюють новий вимір маніпулятивного впливу, де мова стає гнучким засобом навіювання, а публічний простір перетворюється на місце непрямого психологічного тиску. Саме дослідження цих явищ дає змогу глибше збагнути, яким чином сучасні інформаційні кампанії пристосовуються до умов медіасередовища і які мовні ресурси при цьому використовують.

РОЗДІЛ 2. СПЕЦИФІКА ІНТЕРНЕТ-БОТІВ ТА БОТОФЕРМ

2.1. Підходи до визначення та типології ботів

У сучасних умовах цифровізації суспільного простору питання інформаційного впливу відіграє ключову роль у формуванні суспільної думки та політичних процесів. Одним із важливих інструментів, що його використовують для поширення інформації, є інтернет-боти – це спеціальні програмні засоби, які автоматично взаємодіють з користувачами мережі та публікують повідомлення (коментарі) у різноманітних інформаційних ресурсах. Мова є надзвичайно дієвим інструментом для здійснення інформаційно-психологічного впливу, оскільки структура, стилістика та специфіка текстових повідомлень можуть провокувати конкретні емоційні та когнітивні реакції в аудиторії. У контексті дослідження коментарів інтернет-ботів про Україну особливо цікаво розглянути, як ці системи використовують мовні засоби для впливу на сприйняття інформації, зокрема шляхом формування альтернативних поглядів та маніпуляцій суспільною свідомістю.

Дослідники Г. Певцов, С. Залкін, С. Сідченко, К. Хударковський, А. Гордієнко зазначають, що в інформаційній війні проти України беруть участь: державні інформаційні агенції та телебачення; приватні медіа, власники яких пов'язані з Росією; популярні телеведучі і менеджери крупних засобів масової інформації; міністерства і відомства; Інтернет-блогери та активно налаштовані громадяни Росії та проросійсько налаштовані громадяни України (так звані “агенти Кремля”), а також Інтернет-боти (роботи) [Певцов 2014].

Важливо зазначити, що саме завдяки інтегрованості в загальну інформаційну систему кожна з вищезгаданих груп може виконувати свою специфічну роль у процесі створення цілісного інформаційного простору. Особливо важливим елементом у цій системі є інтернет-боти, які не лише поширюють заздалегідь сформовані повідомлення, але й оперативно реагують на зміни в інформаційному середовищі. За допомогою алгоритмічних методів та засобів обробки природної мови, боти активно адаптують свій дискурс

відповідно до актуальних тем та запитів аудиторії. Таким чином вони створюють враження органічності та правдивості інформаційного потоку.

Крім того, здатність до масового та автоматичного розповсюдження дозволяє ефективно посилювати охоплення окремих інформаційних сигналів, формуючи тим самим певні рамки сприйняття та оцінки серед цільової групи. Це, з одного боку, сприяє швидкому поширенню ключових меседжів, а з іншого – забезпечує можливість цілеспрямованого маніпулювання громадською думкою, що набуває особливого значення в умовах гібридних конфліктів та інформаційних війн.

Отже, застосування інтернет-ботів у комплексі з іншими суб'єктами інформаційного впливу формує багаторівневу і взаємозалежну систему. Тут вже виконуються функції каталізаторів та підсилювачів інформаційних процесів, що спрямовані на досягнення конкретних психологічних та стратегічних цілей.

У праці А. Гізуна, В. Волинської, В. Риндюк, С. Гнатюк про основні параметри для ідентифікації порушника інформаційної безпеки, інтернет-бот визначається як спеціальна програма, яка автоматично або ж заданим розкладом здійснює певні операції через ті ж інтерфейси, що й звичайний користувач. При обговоренні комп'ютерних програм цей термін переважно використовується щодо Інтернету. Це визначення подане з техніко-поведінкового боку: боти класифікуються за типом дій, часом активності, використанням ресурсів тощо [Гізун 2013].

Технічний підхід для визначення інтернет-бота ґрунтується переважно на аналізі його дій, часу активності та використання ресурсів, що дозволяє відокремити ботів від реальних користувачів у системах інформаційної безпеки. Проте для вивчення інформаційно-психологічного впливу особливо важливо саме врахувати лінгвістичний аспект діяльності ботів – тобто те, як саме вони комунікують, які мовні стратегії використовують і який зміст поширюють.

У лінгвістичному вимірі найбільш вдалим визначенням є “бот – це програми, які керують фейковими обліковими сторінками у соціальних мережах (або так називають людей під фейковими акаунтами, які пишуть потрібні

коментарі у потрібний час під конкретним дописом)”. Таке визначення знайшло своє застосування, наприклад, у використанні фейкових акаунтів як інструменту інформаційно-психологічного впливу під час українсько-російської війни [Левін 2023, с. 90].

Наприклад, А. Вакуленко подає таке визначення інтернет-бота: автоматизована програма, запрограмована здійснювати зазначені дії, що імітують поведінку людини та спілкування на онлайн-платформах [Вакуленко 2023, с. 5].

Саме боти є одним із важливих інструментів різноманітних маніпуляцій у соціальних мережах. Загалом перші боти з’явилися для виконання простих завдань на закритих платформах, але незабаром їх почали використовувати для налагодження соціальної комунікації в окремих системах. Такі боти могли взаємодіяти з користувачами, відповідаючи на прості запитання, збирати необхідні дані, ефективно розповсюджувати рекламу, удосконалюючи зв’язок компаній із клієнтами. Пізніше технологія вдосконалилась і виникли нові можливості для застосування ботів та їх мереж. Тобто первинно бот – це спеціальна програма.

Сучасний термін “бот” у негативному контексті засвідчує широку парадигматику, має низку синонімів та гіпонімів, а саме: соціальні боти, ботоферма, ботофабрика, фейковий акаунт, фейкова сторінка, а також різні назви груп відповідно до їхньої політичної комунікації, наприклад: кремлеботи, зелеботи, порохоботи, ющеботи і тощо [Мельниченко 2020].

Термін “бот” розуміємо як обліковий запис у соціальних мережах, створений від імені вигаданої особи та керований людиною. Зважаючи на це, аналіз технологій, що застосовується ботофермами, є надзвичайно складним завданням. Відрізнити якісну фейкову сторінку від реального користувача в соціальних мережах, яка активно веде свою сторінку, важко. Адже на відміну від повністю автоматизованих ботів, які діють за певними алгоритмами, завдяки участі людини дії соціального бота є органічними [Мельниченко 2020].

Боти можуть виконувати координовані психологічні атаки на тих, хто підтримує протилежну сторону, розповсюджувати фейкову інформацію, формувати та керувати інтернет-спільнотами, масово писати коментарі з необхідним змістом під публікаціями політиків, інформаційних видань або впливових осіб [Мельниченко 2020].

Такий підхід дозволяє розглядати інтернет-ботів як елемент комплексної інформаційно-психологічної операції, де їхня діяльність обумовлена не тільки технічними характеристиками, але й специфікою мовної комунікації. Водночас, інтегроване розуміння їхньої поведінки вимагає поєднання техніко-поведінкового та лінгвістичного аналізу. З одного боку, дослідження активності та використання певних ресурсів сприяє розмежуванню ботів та реальних користувачів, а з іншого – дослідженням текстових повідомлень, що генеруються цими програмами, дозволяє виявити конкретні мовні стратегії, що спрямовані для певного дискурсу та впливу на цільову аудиторію.

У контексті інформаційно-психологічних операцій, інтернет-боти у лінгвістичному аспекті набувають особливого значення. Саме застосування стандартизованих мовних моделей, завдяки яким боти продукують готові повідомлення (коментарі), не лише полегшує ідентифікацію їхніх дій, але й дає змогу простежити механізми автоматизованої маніпуляції інформацією. Застосування фейкових облікових профілів, де боти генерують коментарі та публікації, спрямоване на зміщення акцентів у суспільному дискурсі, дискредитацію певних точок зору та створення враження масової підтримки чи критики. Подібні явища є особливо помітними під час конфліктів або інформаційних війн, де оперативність та масштабність автоматизованої активності значно впливають на формування громадської думки.

Виокремлюють такі типи ботів:

- 1) **Комерційні боти** – це боти, які використовують у функції автоматизованої торгівлі. Відомо, що ферми ботів (ботоферми) використовуються в магазинних додатках як Apple App Store та Google Play для маніпулювання

позиціями або підвищенням оцінок чи відгуків. Також комерційні боти використовуються замість живих консультантів. [Гончар 2021, с. 11].

- 2) **Соціальні боти** – програми, які керують фейковими акаунтами в соціальних мережах. При цьому вони імітують поведінку справжніх користувачів. Вони підписуються на інших користувачів, розміщують під чужими дописами заготовлені коментарі та публікують фейкові дописи на власну сторінку. Такі боти можуть впливати на громадську думку. Вони зміщують акценти, дискредитують певні точки зору, атакують в Інтернеті конкретних людей [Гончар 2021, с. 9].

У своїй статті О. Левін класифікує ботів на такі групи:

1. **Боти-одноденки** – їхня особливість полягає у незграбному створенні акаунтів без фотографії профілю, з мінімальною кількістю підписників та порожньою або заповненою інформацією сторінкою. Зазвичай вони генеруються автоматично за допомогою скриптів, знайдених в Інтернеті. Такі боти щодня реалізують низку ідентичних маніпуляцій, тому соціальна платформа Facebook може швидко їх виявити та заблокувати. Оскільки основна мета таких ботів – доставляти повідомлення (коментарі) та зникати під впливом модераторів, їхні розробники навмисно не стараються надати їм реалістичного вигляду. Тривалість їхньої активності залежить від поставлених завдань, може варіюватися від одного дня до декількох місяців [Левін 2023, с. 90].
2. **Класичні боти** – це боти, які відрізняються від ботів-одноденок тим, що мають фотографію профілю (однак ніколи не використовуються реальні люди). Такі акаунти створюються більш просунутими версіями скриптів і лише іноді створюються вручну. Краще заповнення сторінок може забезпечити цим обліковим записам триваліший час існування, ніж у ботів-одноденок [Левін 2023, с. 90].
3. **Боти-іноземці** – це облікові записи з іноземними іменами, придбані за низькою ціною на іноземних “робофермах”. Ціна товару обмежена. Загалом це досить поширена практика в багатьох країнах третього світу, де

системи виробляються в промислових масштабах і коштують недорого. В іншому зовнішні ознаки такого бота повністю відповідають класичному боту [Левін 2023, с. 90].

4. **Боти нешаблонного прокачування** – це бот, який імітує поведінку реальної людини. У стрічці таких акаунтів використовуються різні типи публікацій, де наявні лайки та коментарі. Перевагою цих сторінок є їхня здатність створювати ілюзію, що це сторінки реальних користувачів. Мінусом є те, що у системі відсутня чітка сегментація аудиторії через розрізненість дописів [Левін 2023, с. 90].
5. **Боти зі складною поведінкою** – це системи, створені складними програмами, що чітко імітують манеру поведінки людей у соціальних мережах. Внаслідок цього вони не мають підозр у соціальних мережах, оскільки існують невидимі алгоритми, що автоматично виявляють спам. Вони ретельно зберігають власних підписників. Описаний тип цікавий і цінний тим, що за його допомогою клієнти мають можливість досягати конкретних результатів. Ці машини здатні формувати або змінювати інформацію в соціальних мережах та впливати на думку пересічних громадян, представників преси та політиків [Левін 2023, с. 90].

Крім того, ще одним важливим терміном є “ботоферма”. Питання визначення терміна в науковій літературі ще недостатньо опрацьовано, однак більшість дослідників ботофермою називають локальне об’єднання фейкових персональних акаунтів в умовах глобального соціального простору, що діє з порушенням етичних норм поведінки користувачів та принципів управління інформаційними процесами. Управління ботофермою здебільшого здійснюється в ручному форматі. При такому підході залучено значно більше людей, що умотивовує розподіл на три робочі групи. Ці групи відповідають за моніторинг, виробництво та розповсюдження матеріалів. Найбільшою групою є ті, хто безпосередньо поширюють контент. Керування роботою функціональних груп цих ботоферм здійснюється через чати, месенджери або у закритих групах. Структура та принципи взаємодії підрозділів ботофермами адаптуються під

конкретні завдання. Основними об'єктами спрямувань зусиль є: певні організації (комерційні, політичні, громадські), конкретні особи (політики, бізнесмени і тощо), території (країни, регіони), а також події (політичні, суспільні, комерційні) [Курбан 2020].

За видами ботоферми можливо класифікувати так: корпоративні, агентські та особисті. Перший варіант виникає, коли установа самостійно збирає колектив, який займається створенням та управлінням локальною мережею акаунтів, сторінок та груп з метою підтримки активності установи в онлайн-просторі її цільової аудиторії. Другий варіант передбачає певний центр (SMM-агенцію), що пропонує послуги супроводу проєктів або виконання окремих завдань замовника в соціальних онлайн-платформах. Третій варіант інколи нагадує корпоративний, з тією різницею, що виконавцем є досвідчений блогер, який просуває власні проєкти або надає послуги на замовлення [Курбан 2021].

За розмірами, обсягом охоплення акаунтів досить умовно ботоферми можна поділити на три різновиди: великі, середні та малі.

Великі ботоферми зазвичай нараховують від однієї і до десятків, а іноді й сотень тисяч акаунтів. Вони керовані за допомогою автоматизованих систем управління, мають чітку внутрішню структуру з прив'язкою акаунтів до конкретних сторінок або груп та каналів, а також формування тролінгових команд (тролі – це поширювачі контенту, блогери [Курбан 2021, с. 48]). Кількість допоміжного персоналу може становити кілька десятків фахівців [Курбан 2021].

Середні ботоферми можуть мати у своєму складі до кількох сотень акаунтів та кількох десятків сторінок і груп. Їхню роботу досить легко координувати в ручному режимі за наявності достатньої кількості персоналу, що може становити 10-15 осіб [Курбан 2021].

Малими ботофермами керують у ручному режимі й потребують мінімальної кількості персоналу (1-3 особи). Загальна кількість робочих одиниць складає до сотні фейкових акаунтів, кілька сторінок та груп [Курбан 2021].

Важливою вимогою визначення критеріїв виявлення облікових записів ботоферм полягає в легкості самого процесу розпізнавання бота. В ідеальному

сценарії було б достатньо аналізу одного коментаря (повідомлення) у соцмережі, щоб його ідентифікувати. На практиці доводиться оцінювати низку параметрів профілю потенційного бота. Спрощеним варіантом аналізу користувача є розгляд:

- повідомлення або коментаря користувача, що стає підставою для подальшого аналізу профілю;
- персональної сторінки користувача з усіма даними (відсутність або наявність дописів, особиста інформація, активність).

Ці вхідні дані дозволяють здійснити базовий аналіз та сформуванню загального враження про профіль, а також оцінити недавні дописи [Тарасов 2022].

Варто підкреслити, що ботоферми створюють за двома напрямками або призначені для виконання двох завдань:

1. Поширення дезінформації, просування певних поглядів, наративів, новин і точок зору в суспільстві через пропаганду.
2. Створення фейкового трафіку та штучне «відкрочування» реклами на рекламних сторінках ботів у різних соціальних мережах з метою заробітку.

[Левін 2023, с. 91].

Розглянувши цю проблему, О. Левін виділив ключові мотиви створення фейкових сторінок під час військових дій в Україні: просування певних політичних парадигм та наративів у соціальних мережах; формування бажаної суспільної думки маніпулятором; здійснення шахрайських дій з метою отримання інвестицій; збір особистої інформації ботами для різноманітних махінацій та потенційного шантажу [Левін 2023, с. 91].

Задля дієвості фейкових сторінок зловмисники звичай використовують певні методи. По-перше, поширюють великою кількістю користувачів схожу за змістом інформацію і роблять це протягом короткого періоду часу. По-друге, використовують заголовки, які мають на меті зацікавити, наприклад: “Терміново”, “Увага!” та подібні. По-третє, значну частину тексту, який поширюють, наповнюють посиланнями на “псевдонаукові дослідження”. По-четверте, використовують провокативні висловлювання та нав'язливо просять

зробити репости. Інформацію поширюють з невідомих ресурсів або ж зі сторінок, створених вигаданими особами [Левін 2023, с. 91].

Таким чином, ми розуміємо, що маніпуляція здійснюється задля досягнення цілей маніпулятора і передбачає прихований вплив на особу, особливо там, де інструментом є інтернет-боти.

За дослідженням А.М. Коваленко та Т.С. Марченко мовними засобами маніпуляції є [Коваленко 2019]:

1. *Пейоративна лексика* – це слова з конотацією “негативного емоційного забарвлення”, через яку демонструється ставлення того, хто говорить, до адресата. Це може бути вульгарна, просторічна чи жаргонна лексика [Білоконенко 2012].
2. *Дисфемізм* – троп, протилежний евфемізму, що полягає у використанні замість нейтрального слова чи вислову емоційно та стилістично більш брутального, вульгарного [Дисфемізм].
3. *Слова-афективи* – утілюють тактику створення небезпеки та звертаються до емоцій читачів [Коваленко 2019].
4. *Іронія* – це літературний і риторичний засіб, який передбачає контраст між очікуваним або задуманим і тим, що відбувається насправді. Іронія дозволяє авторам додавати до свого тексту додаткові смислові шари [GCSE English Definition].
5. *Антитеза* – стилістична фігура, побудована на зіставленні протилежних значень слів, понять, думок, ідей [Кость 2013].
6. *Евфемізми* – це спосіб заміни прямих назв речей та подій на більш м’які та обтічні вирази, хоча існують і безпосередні відповідники. Вони використовуються, коли пряме найменування з певних причин вважається недоречним, образливим чи забороненим у конкретному суспільстві [Галайчук 2013].
7. *Синоніми з розмиттям або подвійним семантичним значенням* – процес, де до наявного слова додається ще одне нове значення [Кузнецова 2016].

8. *Повторення* – це методика, завдяки якій що частіше звертаються до певної інформації, призначеної для адресата, то глибше вона закарбовується у підсвідомості [Дмитрук 2011].
9. *Гедж-маркери* – застосовуються для пом'якшення висловлювань, зменшення категоричності заяв та для висловлення ввічливості [Nurul 2023].
10. *Метонімія* – перенесення значення, що ґрунтується на близькій пов'язаності двох об'єктів чи подій. Вживання метонімії відображає тим самим певну точку зору [Мойсеєнко 2012].

На думку Л. Чік, окрім евфемізмів, дисфемізмів, пейоративної лексики, повторення, мовними засобами маніпуляції є:

1. *Прийом розмивання смислового значення тексту* – метод навмисного послаблення конкретики вислову задля формування переконливості в ідеологічному наративі [Чік 2020].
2. *Неологізми* – це слова, які з'явилися в мові у зв'язку з новими явищами, новими поняттями, але які ще не увійшли в активний словниковий запас значної частини носіїв мови [Polkovnichenko 2013].
3. *Метафора* – вживання слів у переносному значенні [Овсієнко 2018].
4. *Омоніми* – слова, однакові за звучанням, але зовсім різні за значенням [Демська 2014].
5. *Оказіоналізми* – нестандартне слово, переважно з емоційним забарвленням, утворене з уже знайомого мовного матеріалу (слова чи фрази), інколи з відхиленням від правил словозміни або мовних стандартів, що існує лише в певному контексті, в якому воно виникло [Гришко].

В.О. Мішланов виокремлює такі маніпулятивні засоби:

1. *Генералізація* – створення позитивної референтної групи.
2. *Плюралізація створюваної референтної групи* – збільшення кількості (більшість...).

3. *Переферентність, невизначеність висловлювання* – створення фактичної інформації, яка не відповідає дійсності.
4. *Перефразування* – формулювання думок партнера власними словами з навмисним викривленням інформації.
5. *Замовчування інформації* – використання тільки позитивних характеристик, думок, оцінок.
6. *Напівправа* – спотворення правдивих тверджень за допомогою оцінних суджень [Вибір змісту висловлювання, с. 533-536].

Ще варто зауважити, що за мовними рівнями маніпулятивні техніки класифікують так [Вербальне маніпулювання в соцмережах, с. 8]:

1. *Фоносемантичний рівень* – використання специфічного ритму, асонансу або алітерації.
2. *Морфологічний рівень* – використання перестановок, заміन, усічень, додавань морфем.
3. *Лексичний рівень* – використання тропів, а саме: епітетів, порівнянь, метафор, антитез; вживання емоційно-оцінної лексики, модальних та спонукальних дієслів, стилістично забарвленої лексики, ідіоматичних і стійких словосполучень, евфемізмів.
4. *Синтаксичний рівень* – використання пасиву, вживання займенника у 1 особі множини у позиції суб'єкта.
5. *Прагматичний рівень* – постановка риторичних запитань або звернень. [Вербальне маніпулювання в соцмережах, с. 8]

Таким чином, аналіз як технічних характеристик, так і лінгвістичних ознак дає можливість добирати та використовувати ефективні методи розпізнавання ботів. Застосування інтегрованого підходу до виявлення автоматизованих систем у соціальних мережах дає змогу краще зрозуміти механізми маніпулювання громадською думкою, що, своєю чергою, є критично важливим для створення ефективних стратегій протидії інформаційним атакам в умовах гібридної війни.

У цьому контексті інтернет-боти виступають сучасним медіаінструментом інформаційно-психологічних операцій, що дозволяє не лише масштабувати

психологічний вплив, а й робити його непомітним, точковим та високоефективним. За своєю суттю ботоферми реалізують ті самі цілі, що й класичні інформаційно-психологічні операції: дезорієнтацію супротивника, радикалізацію суспільства, делегітимізацію владних структур, розпалювання соціальної напруги.

2.2. Вивчення проблеми в сучасній лінгвістиці

Специфіка інтернет-ботів є відносно новим напрямом наукових досліджень, який активно розвивається в межах кількох дисциплін, зокрема соціології, психології, інформаційної безпеки, а останнім часом і лінгвістики. Незважаючи на актуальність теми, кількість праць, присвячених безпосередньо лінгвістичному аналізу мовлення інтернет-ботів, є обмеженою. Це зумовлює необхідність осмислення мовних особливостей інтернет-ботів як окремого типу комунікативних суб'єктів, що беруть активну участь у здійсненні маніпулятивного впливу.

У лінгвістичному контексті вивчення ботів тісно пов'язане з дослідженням цифрового дискурсу, особливостями нелегальних соціальних мереж [Курбан]; аналізом механізмів маніпуляції свідомістю в контексті інформаційної війни, засобів інформаційно-психологічного впливу [Почепцов]; з'ясуванням функціонування ботоферм та інтернет-ботів [Мельниченко] тощо. Попри новизну теми, лінгвісти вже виокремили ключові підходи до дослідження комунікативної діяльності інтернет-ботів. Перш за все, інтернет-бота інтерпретують як специфічний комунікативний об'єкт, який не є автентичним учасником дискурсу. Його повідомлення (коментарі) можуть імітувати мовлення реальної людини. Мета такого спілкування – це не обмін думками, а нав'язування певних міркувань, емоцій, оцінок. Таким чином мовлення бота – це не тільки імітування, а й інструмент впливу, що функціонує у межах визначеної комунікативної стратегії.

Лінгвістичні дослідження у цій сфері спрямовані на виявлення специфічних характеристик текстів, згенерованих інтернет-ботами, що відрізняють їх від мовлення реальних користувачів. Однією з ключових ознак є повторюваність шаблонних конструкцій. Боти, які працюють відповідно до заданих алгоритмів, часто використовують фіксовані лексичні вирази, стандартні кліше та шаблони, що зумовлює високу ступінь однорідності тексту.

У процесі вивчення інтернет-ботів, лінгвісти стикаються з низкою викликів. По-перше, універсальний спосіб визначення мовних особливостей, який би чітко відокремив створений ботом текст з фейкової сторінки від того, що написали реальні люди з особистої сторінки, досі відсутній. Це обумовлено різноманітністю алгоритмів генерації тексту, що використовуються для створення автоматизованих повідомлень. До того ж, технології постійно вдосконалюються, як, наприклад, розвиток генеративних мовних моделей, які дозволяють ботам правдиво імітувати людську мову.

По-друге, аналіз прагматичних характеристик потребує врахування конкретного контексту комунікації. Автоматично згенеровані тексти можуть бути використані у різноманітних сферах – від соціальних мереж до платформ для розробки програмного забезпечення, що передбачає підлаштування методів аналізу до специфічних умов. Дискурсивний аналіз у цьому випадку повинен орієнтуватися не лише на внутрішню структуру повідомлень, але й на їхню роль у створенні загального інформаційного простору.

Подальші дослідження у цьому напрямі мають бути зосереджені на створенні уніфікованої моделі визначення мовних ознак ботів. При цьому важливо врахувати не лише мовні характеристики повідомлень (коментарів), а й супутні технічні моменти, зокрема часові параметри створення повідомлення, метадані акаунтів, а також необхідність постійного відслідковування нових технологій, які можуть бути використані для удосконалення системи. Крім того, перспективним є розвиток міждисциплінарних досліджень, орієнтованих на створення адаптивних систем моніторингу інформаційного простору, які здатні виявляти ознаки маніпулятивного мовлення в реальному часі.

Варто також врахувати, що важливим напрямом протидії бот-активності є не лише виявлення інтернет-ботів у соціальних мережах, а й створення ефективних інструментів їх нейтралізації. Наприклад, створення певних груп та програм, які б займалися спростуванням та виявленням коментарів інтернет-ботів та подальшим блокуванням схожих повідомлень.

Отже, дослідження мовлення інтернет-ботів у лінгвістичній перспективі становить складну, але вкрай важливу наукову проблему, що потребує подальшого теоретичного осмислення та методологічного вдосконалення. Попри обмеженість спеціалізованої літератури, уже сьогодні існують напрацювання, які дозволяють визначати характерні мовні та дискурсивні особливості бот-комунікації. У той же час, відсутність уніфікованих критеріїв та розвиток штучних інтелектуальних систем зумовлюють необхідність постійного оновлення дослідницьких підходів. Комплексне вивчення лінгвістичних, прагматичних і технологічних аспектів функціонування інтернет-ботів є необхідною умовою для забезпечення інформаційної безпеки, формування критичного мислення та стійкості суспільства до зовнішнього інформаційного впливу.

2.3.Сучасні методи та платформи для виявлення ботів

У сучасному цифровому середовищі інтернет-боти відіграють важливу роль у поширенні дезінформації, маніпулюванні суспільною думкою та участі в інформаційно-психологічних операціях. Широке використання бот-мереж як інструменту впливу зумовило створення методів їх виявлення та нейтралізації. Актуальність цього питання особливо зростає в умовах гібридних конфліктів, де автоматизовану активність використовують для просування певних політичних чи ідеологічних наративів.

Виявлення ботів вимагає поєднання технічних, лінгвістичних та соціокомунікативних методів. Тому на перетині прикладної лінгвістики, кібербезпеки та медіаграмотності формуються нові інструменти цифрового

аналізу контенту. Окрім цього, значну роль у протидії бот-мережам відіграють незалежні медіа, фактчекінгові організації та громадські ініціативи, які забезпечують інформаційний моніторинг, розвінчують фейки та підвищують обізнаність суспільства щодо механізмів маніпулятивного впливу.

Сучасні методи виявлення інтернет-ботів ґрунтуються на комплексному аналізі декількох рівнів: технічного (метадані профілів, час активності, частота публікацій), поведінкового (взаємодія з користувачами), лінгвістичного (мовні засоби повідомлення (коментаря)). На цій основі розроблено низку спеціалізованих платформ, які автоматично визначають ймовірність того, що певний обліковий акаунт є ботом.

25 квітня 2018 року Парламентська Асамблея Ради Європи (ПАРЄ) ухвалила резолюцію щодо протидії російській пропаганді в рамках Європейського Союзу. У цій резолюції країнам-членам Ради Європи було рекомендовано заснувати спеціальні органи, завдання яких полягало б у виявленні та відстеженні фактів поширення дезінформації та фейків, що мають російське походження. Таким чином у вересні 2018 року у Брюсселі оперативній робочій групі зі стратегічних комунікацій “East StratCom” та представникам Єврокомісії була представлена спеціальна комп’ютерна програма. В основі цієї технології лежить концепція, згідно з якою комп’ютерні алгоритми здатні виявляти конкретні меседжі та наративи всередині контенту. Щодня ця система проводить моніторинг понад 10 тисяч матеріалів, що надходять з 500 литовських та російських Інтернет-доменів. Передбачається, що у майбутньому її можливості зростуть до 200 тисяч текстів на добу. Нова розробка поки не потребує допомоги людей: комп’ютерні алгоритми самостійно виявляють у мережі підозрілі матеріали, які згодом перевіряють волонтери та фахівці, яких називають “мережевими ельфами”. Вони можуть ідентифікувати випадки спотворення фактів або розповсюдження неправдивої інформації [Гребенюк 2019].

Поняття “ельфінг”, за О. Курбаном, виникло як рух альтернативний інтернет-ботам. Ельфінг – це інтернет-комунікація, різновид тролінгу, яка

поширює позитивну та правдиву інформацію. Уперше цей термін почали вживати в онлайн-мережових іграх у жанрі фентезі на початку 2000-х років. Однак у зв'язку із початком широкої інформаційної війни з боку РФ проти її геополітичних опонентів, під ельфами почали розуміти борців із російськими тролями (ботами). У 2014 році саме під цим брендом розгорнули свою діяльність литовські інтернет-активісти [Курбан 2021].

Н. Шуляк та О. Гоманюк ельфами називають добровольців з балтійських країн, які борються з дезінформацією та викривають проросійських коментаторів. Їхню діяльність підтримують урядові організації та журналісти. Литовські елфи демонструють особливу активність у виявленні та протидії кремлівській пропаганді в Інтернеті [Гоманюк 2024].

Згідно з аналітичним дослідженням А. Клецької 2022 року, мережа ельфів охоплює щонайменше 13 країн Європи та налічує близько 4 000 добровольців. Їхня взаємодія відбувається через захищені канали зв'язку. Діяльність членів організації не порушує законів, не здійснює кібератак, а вся робота ґрунтується на аналізі відкритих джерел [Klečková 2022].

На відміну від інтернет-ботів, діяльність ельфів базується на свідомій громадянській позиції, вони керуються етичними засадами та активно залучені до протистояння у цифровій сфері. Їхня роль особливо посилилась після повномасштабного вторгнення Росії в Україну, адже обсяги дезінформації, спрямованої проти західних спільнот, значно збільшилися. У цьому контексті елфи виконують функцію не лише цифрових волонтерів, а й вартових правди, які виступають бар'єром проти інформаційної війни.

Ще одним інструментом протидії інтернет-ботам є Botometer – це система, яка розроблена в Центрі аналізу соціальних медіа Індіанського університету в Сполучених Штатах Америки. Вона використовує методи машинного навчання для оцінки понад тисячі характеристик акаунтів у соціальній мережі Twitter. Зокрема структуру, часову активність, тип контенту, перепост твітів, дату створення сторінки. Наслідком такого аналізу є шкала бот-індексу, за допомогою

якої визначають, наскільки акаунт схожий на бота. Що вищий показник, то вища ймовірність того, що це не реальна людина [Botometer].

Окрім технічних інструментів, важливим є внесок незалежних медіа, фактчекінгових платформ та цифрових ініціатив, що розкривають та фіксують інформаційні атаки, які запуснені через ботоферми. В Україні діє низка авторитетних організацій, що спеціалізуються на аналізі дезінформації, наприклад, StopFake, VoxCheck, Detector Media.

StopFake – незалежна фактчекінгова платформа, яка була заснована викладачами, студентами та випускниками Могиллянської школи журналістики. Спочатку проєкт створили, щоб спростовувати фейкові новини про події в Україні, особливо в контексті російської пропаганди. Згодом StopFake перетворився на міжнародний інформаційний центр, що аналізує та викриває дезінформаційні кампанії, зокрема кремлівські наративи. Платформа публікує матеріали різними мовами, включаючи українську, англійську, російську, іспанську, французьку, польську, німецьку, болгарську [StopFake].

VoxCheck – це фактчекінговий проєкт аналітичної платформи VoxUkraine. Основна діяльність проєкту зосереджена на перевірці висловлювань українських політиків, публікацій у медіа та соціальних мережах. VoxCheck також активно займається медіаграмотністю, проводячи тренінги та освітні кампанії для широкої аудиторії. З 2018 року підписали Кодексу етики Міжнародної мережі фактчекерів інституту Poynter, а з 2020 року у партнерстві з Meta протидіють фейковим новинам на платформах Facebook та Instagram [VoxCheck].

Detector Media – громадська організація, що протягом 20 років наполегливо працює над покращенням якості української журналістики та медіаграмотності. Організація здійснює моніторинг медіапростору, аналізує дотримання журналістських стандартів, викриває маніпуляції та поширенні фейків, а також захищає права аудиторії на отримання правдивої інформації. Серед проєктів Detector Media – MediaSapiens, DisinfoChronicle, Медіадрайвер та інші [Detector Media].

Ці цифрові майданчики пильно відстежують інформаційний простір, як український, так і міжнародний, виявляючи характерні риси поширення неправдивої інформації. Це охоплює використання автоматизованих облікових записів або скоординованих мереж. Їхні зусилля зосереджені не тільки на перевірці фактів та спростуванні фейків, а й на пошуку коренів та шляхів поширення брехні.

На міжнародній арені важливу роль відіграють такі організації як EU DisinfoLab, Digital Forensic Research Lab (DFRLab, Atlantic Council). Ці структури зосереджені на дослідженні дезінформації, виявленні ботоферм, а також наданні відкритих аналітичних інструментів для журналістів, аналітиків та науковців. Їхні звіти містять докладні описи інформаційних операцій, зокрема тих, що використовують соціальних ботів у політичних кампаніях, війнах [EU DisinfoLab; Digital Forensic Research Lab].

Попри зусилля технічних, медійних структур, а також ельфінговий рух, проблема виявлення ботів залишається складною. Одним із основних викликів є розвиток інтернет-ботів, які діють на базі генеративних моделей штучного інтелекту. Ці боти вміють з високою ймовірністю імітувати природне людське мовлення. У поєднанні з реалістичними фото профілю та продуманими сценаріями спілкування такі акаунти стають дедалі складнішими для розпізнавання. Наприклад, науковці з Університету Нотр-Дам провели дослідження, використовуючи ботів зі штучним інтелектом, які працюють на базі великих мовних моделей. Учасників, і людей, і ботів, попросили взяти участь у політичному обговоренні. Експеримент було організовано у три раунди, кожен тривав чотири дні. Після завершення кожного раунду, учасників просили встановити, які з акаунтів, на їхню думку, належали ботам зі штучним інтелектом. У п'ятдесяти восьми відсотках випадків учасники помилялись [Wampler 2024].

Отже, ефективне виявлення інтернет-ботів у сучасних умовах можливе лише за умови поєднання автоматизованих методів аналізу поведінки й мови та діяльності фахівців – лінгвістів, журналістів, аналітиків, фактчекерів і свідомих

користувачів. Саме взаємодія різних способів і дослідницьких стратегій дозволяє протидіяти поширенню шкідливих наративів у публічному просторі, зміцнюючи інформаційну безпеку держави та громадянського суспільства.

Висновки до 2 розділу

Дослідження засвідчило, що інтернет-боти стали неодмінним складником сучасних інформаційно-психологічних операцій, що розгортаються як у внутрішньополітичному, так і в геополітичному контексті. Активна участь інтернет-ботів в інформаційних війнах, зокрема в умовах гібридних конфліктів, демонструє не тільки технологічну, але й лінгвістичну складність цього явища. Завдяки можливості масштабного автоматизованого розповсюдження повідомлень (коментарів), оперативного реагування на інформаційний контент та використанню специфічних мовних моделей, боти стають ефективним інструментом маніпулювання суспільною свідомістю.

Особливого значення в дослідженні інтернет-ботів набуває аналіз їхньої комунікації, використання мовних засобів. Повідомлення ботів здебільшого мають прагматичну мету – вплив на емоції, переконання та поведінку аудиторії, а не спрямовані на реальне передавання інформації чи обмін думками. Ці тексти часто створюють з порушенням логіки або контекстної релевантності, що, з одного боку, свідчить про їхнє штучне походження, а з іншого – може бути дієвим способом дезінформації.

Водночас, попри успіхи у сфері вивчення мовних особливостей ботів, у лінгвістиці ще не існує уніфікованої моделі для їхнього однозначного ідентифікування. Основні виклики зумовлені розвитком генеративних мовних моделей, які здатні імітувати людське мовлення з високим рівнем точності, а також динамічністю самих комунікаційних платформ. Це зумовлює необхідність оновлення методів аналізу відповідно до нових реалій, а також активного міждисциплінарної співпраці між лінгвістами, журналістами, спеціалістами з кібербезпеки та розробниками штучного інтелекту.

Особливу увагу в цьому розділі приділено класифікації інтернет-ботів та структурі ботоферм. Аналіз показує, що сучасні ботоферми можуть мати складну організацію, яка охоплює групи з різними завданнями (моніторинг, створення та поширення контенту), а також використовувати і автоматичні, і змішані акаунти, якими частково керують реальні люди. Класифікація інтернет-ботів охоплює як прості облікові записи-одноденки, так і високотехнологічні акаунти зі складною поведінкою, що значно ускладнює їх виявлення.

Крім того, у розділі розглянуто сучасні платформи та методи протидії дезінформації, зокрема діяльність мережових ельфів та низки фактчекінгових компаній – StopFake, VoxCheck, Detector Media тощо. Їхня діяльність свідчить про формування нових форм цифрового громадянського спротиву, які поєднують аналітичну компетентність із технологічними можливостями.

Отже, інтернет-боти як суб'єкти інформаційно-психологічного впливу вимагають цілісного аналізу на перетині різноманітних наукових підходів. Лише за умови інтеграції цих підходів можливе створення дієвих механізмів виявлення бот-активності, зменшення впливу дезінформації та зміцнення інформаційної безпеки як окремої держави, так і світової спільноти загалом.

РОЗДІЛ 3. ПУБЛІКАЦІЇ ІНТЕРНЕТ-БОТІВ ПРО УКРАЇНУ

3.1. Характеристика бази даних коментарів

У межах практичної частини дослідження було сформовано базу даних, що містить тексти коментарів, попередньо ідентифікованих як такі, що потенційно створені інтернет-ботами. Це і є основою для аналізу лінгвістичних характеристик інтернет-ботів у контексті інформаційно-психологічного впливу.

Мета створення цієї бази даних – забезпечити системне вивчення мовної специфіки функціонування інтернет-ботів у соціальних мережах, зокрема через аналіз їхніх текстових повідомлень (коментарів).

Для забезпечення репрезентативності вибірки збір даних здійснювали з урахуванням таких **критеріїв**:

- **тематична відповідність** (публікації, що викликали високий рівень суспільної реакції, зокрема пов'язані з війною, мобілізацією військовозобов'язаних, внутрішньою та зовнішньою політикою, важливими суспільними проблемами);
- **характеристика облікового запису** (аналіз нікнейму, дій та активності користувача);
- **мовне оформлення коментаря** (однотипність контенту, шаблонна лексика, повторюваність фраз);
- **часові параметри** (періоди активізації в інформаційному просторі).

Збір матеріалу здійснювали методом контент-аналізу відкритих джерел, оскільки цей метод дає змогу систематично досліджувати вміст текстових повідомлень. Наприклад, коментарі під публікаціями в соціальних мережах з метою виявлення ключових тем, мовних формул і стратегій впливу у текстах певної тематики, що дає змогу виявити однотипні мовні засоби, використовувані інтернет-ботами.

Загальний обсяг зібраного матеріалу становить **179** коментарів, які, з огляду на низку мовних та позамовних ознак, ми класифікували як продукт діяльності інтернет-ботів.

Часовий проміжок збору даних охоплює період з 24 грудня 2024 року до 24 квітня 2025 року.

Основними джерелами матеріалу стали соціальні мережі **TikTok** та **Threads**. Вибір саме цих платформ зумовлений не тільки особливостями їхньої комунікативної функції, а й високим впливом на формування суспільної свідомості, особливо серед молоді.

TikTok – це глобальна соціальна мережа, орієнтована на поширення коротких відео. Завдяки алгоритмам, що адаптують контент під кожного користувача, а також активній взаємодії користувачів у коментарях під різними відео, TikTok вийшов за межі розважальної платформи, перетворившись на ефективний інструмент для поширення новин, наративів та навіть політичної агітації. Високий рівень залученості аудиторії, швидке поширення відео та велика кількість публічних коментарів створюють умови для діяльності інтернет-ботів, а отже, і вивчення мовних засобів таких публікацій, особливо у межах інформаційно-психологічних війн.

Threads – це соціальна мережа, орієнтована на текстовий формат контенту, яку Meta запустила у 2023 році як конкурент Twitter (тепер – X). Тісна інтеграція з Instagram забезпечила їй швидке поширення серед користувачів продуктів Meta. Попри відносно недавню появу, Threads уже стала простором активних публічних обговорень, зокрема на соціально-політичні теми. Формат коротких текстових повідомлень робить платформу зручною для моніторингу реакцій на інформаційні приводи, а також для фіксування потенційної автоматизованої активності.

Отже, вибір саме цих платформ не випадковий. **TikTok** є однією з найдинамічніших сучасних соціальних мереж, яка демонструє стабільне зростання аудиторії, зокрема серед молоді. Саме для цієї платформ характерна висока швидкість поширення контенту, що часто супроводжується активною коментаторською взаємодією. У зв'язку з цим коментарі до відео на TikTok нерідко стають полем для поширення маніпулятивних наративів, а також є зручним інструментом для автоматизованої або координованої активності ботів.

Ще одним важливим моментом є швидкоплинність інформаційних хвиль на платформі, що створює сприятливі умови для впровадження коротких, емоційно заряджених повідомлень, які легко поширюються.

Threads, як відносно нова текстова платформа, інтегрована з Instagram, дозволяє швидко реагувати на інформаційні приводи та створює простір для коротких, але впливових публікацій. Хоча у перші місяці користувачі Threads не були надто численними, ця платформа вже засвідчує потенціал як канал для розвитку публічних дискусій. Саме Threads дозволяє відстежувати початкові або "тестові" форми інформаційних впливів, які згодом розповсюджуються в інших соціальних мережах. Користувачі відзначають, що ця соціальна мережа комфортна для обміну думками. Така асоціація як довірливий тон публікації створює враження, що все написане там є правдою, а також сприяє ширшій залученості користувачів.

Процес збирання практичного матеріалу передбачав кілька етапів, кожен із яких мав на меті забезпечити якісну вибірку даних для подальшого лінгвістичного аналізу. Насамперед ми здійснювали пошук відеоматеріалів або дописів у соціальних мережах TikTok і Threads, які стосувалися політичної, соціальної тематики, а також подій, що викликали значний суспільний резонанс. Такий тематичний добір зумовлений тим, що саме під подібним контентом зазвичай фіксуємо підвищену активність коментаторів, зокрема акаунтів із типовими ознаками бот-поведінки. Наприклад, після сварки президента США Д. Трампа та президента України В. Зеленського в соціальних мережах посилилась активність інтернет-ботів, особливо під публікаціями про цю подію.

Після визначення релевантних відео був здійснений аналіз коментарів, а саме: виявлення повторюваних або схожих між собою повідомлень, які мали однакову структуру, формулювання або лексичні маркери. Такі коментарі часто вирізнялися одноманітністю, узагальненнями, використанням стереотипних фраз та емоційно забарвленої лексики.

Наступним кроком було вивчення профілів авторів коментарів. Для попереднього визначення ймовірної бот-активності ми враховували такі

параметри:

- наявність або відсутність фотографії профілю;
- ступінь заповненості акаунта (кількість дописів, підписників, особистої інформації);
- особливості нікнейму (випадковий набір символів, цифрові позначення тощо);
- рідше – часову активність, зокрема періоди публікації однотипних коментарів (одночасна поява великої кількості схожих повідомлень протягом кількох годин).

Усі ці показники сукупно дозволили відібрати коментарі з найвищим ступенем ймовірності їхньої неавтентичності, тобто такі, що потенційно були створені або поширені інтернет-ботами. Ці публікації, разом із відповідною інформацією, були внесені до бази даних для подальшого лінгвістичного аналізу.

Також важливим фактором була функціональна структура облікових записів, з яких походять коментарі. Частина акаунтів створені явно масово, однотипно, без фото, інші – ретельно стилізовані під реальних користувачів. Наприклад, під відео про ракетний удар по Сумах 13 квітня 2025 року, коли було вбито 35 людей, є коментар *и сразу репортёры появились, или они уже были на готовые?* (**Переклад:** *і одразу репортери з'явилися, чи вони вже були готові?*) від користувача з нікнеймом *Екатерина*. При аналізі її сторінки ми враховували такі ознаки, крім лінгвістичних особливостей коментаря, відсутність фотографії профілю, невелика кількість підписників (3 особи та 27 читачів), а також різні тематичні відео на сторінці, спрямовані на поширення дезінформації.

Для опрацювання обробки та структурування даних була створена база даних на віртуальному носії Google-Диск у Google-таблицях (Google Sheets).

Посилання: <https://surl.li/qsoewr>

Таблиця містить такі стовпці:

- 1) **Повідомлення (коментар)** – основний об'єкт аналізу, що дає змогу вивчити як лексичні, так і синтаксичні особливості; наявність мовних кліше та інших маркерів бот-мовлення. Текст повідомлень

(коментарів) розміщений без жодних сторонніх правок зі збереженням авторського стилю.

- 2) **Тематика** – зазначено тематику відео, а також тему повідомлення (коментаря) інтернет-бота. Відображає основні тематичні групи повідомлень (коментарів).
- 3) **Джерело (платформа)** – назва ресурсу, з якого було взято коментар.
- 4) **Дата** – точна або приблизна дата публікації коментаря. Фіксація дат дозволяє виявляти динаміку комунікативної активності ботів і співвідносити їх з конкретними соціальними подіями чи інформаційними хвилями.

Формат таблиці з фіксацією тексту коментаря, джерела, дати, тематики створює методологічно зручну основу для подальшого вивчення мовних особливостей бот-комунікації. Такий підхід дозволяє не лише ідентифікувати типові мовні маркери, а й дослідити логіку розгортання інформаційних наративів, що формуються в межах координованої активності в соціальних мережах.

Таким чином, у процесі реалізації практичної частини дослідження було створено структуровану та репрезентативну базу даних, яка стала основою для подальшого лінгвістичного аналізу текстів, потенційно створених інтернет-ботами. Вибір соціальних платформ TikTok та Threads обґрунтований не лише їхньою популярністю та активністю аудиторії, а й наявністю комунікативних умов, що сприяють розгортанню інформаційно-психологічного впливу. Ці платформи слугують дієвим середовищем для поширення маніпулятивних повідомлень, у тому числі через ботоферми, зокрема завдяки швидкій динаміці обміну інформацією, високому рівню залученості користувачів і широкому доступу до коментарів.

Побудова бази даних здійснювалась на основі чітко визначених критеріїв. Особливу увагу було приділено не лише змісту та композиції коментарів, а й позамовним ознакам – структурі, наповненню та активності облікових записів, що дало змогу глибше проаналізувати потенційні моделі функціонування бот-

акаунтів у публічному цифровому дискурсі. Однак найбільше нас зацікавив лінгвістичний аспект досліджуваних повідомлень (коментарів), що буде докладно описаний в наступних підрозділах цього розділу.

3.2. Тематичний аналіз публікацій інтернет-ботів

У межах практичної частини дослідження було здійснено тематичний аналіз дописів, яких стосуються коментарі, зібрані із соціальних мереж TikTok і Threads, під якими ми виявили характерні ознаки бот-активності. Основна мета цього етапу – виявити найбільш поширені теми, у межах яких інтернет-боти реалізують інформаційно-психологічний вплив.

Для тематичного аналізу ми погрупували коментарі за змістом публікацій, до яких вони належали. Після цього виокремили ключові теми, у межах яких виявлено найбільшу кількість коментарів інтернет-ботів.

Загалом, аналіз дав змогу визначити п'ять основних тематичних груп дописів, які найчастіше коментували боти:

1. **Політика (внутрішня і зовнішня).** Ця тема є однією з найактивніше коментованих ботофермами. Коментарі зазвичай мають на меті підірвати довіру до української влади не тільки в Україні, а й за кордоном, дискредитувати окремих політиків, а також популяризувати різні наративи, спрямовані на поширення дезінформації щодо зовнішньої та внутрішньої політики. Часто такі повідомлення мають іронічний, саркастичний характер. Наприклад, коментар *Дійсно, а чому чел їздить країнами і в такі важливі місця у светрі?*). Загальна кількість коментарів – 59.

2. **Мобілізація.** В умовах війни ця тема є найбільш чутливою та активно обговорюваною. Загалом у межах дослідження було виявлено 18 бот-коментарів, що безпосередньо стосуються цієї тематики. Водночас важливо зазначити, що навіть під відео про мобілізацію інтернет-боти часто публікують коментарі, зміст яких стосується не тільки мобілізації, а також політичної ситуації та війни. У межах тематики про мобілізацію інтернет-боти активно

поширюють повідомлення, спрямовані на нагнітання страху, паніки, дискредитацію органів військового управління України, що провадять військовий облік та мобілізацію військовозобов'язаних, закликів до агресії тощо. Наприклад: *Стоять бики в формі, озброєні і нема кому воювати*. Важливою ознакою цієї тематики також є те, що, крім коментарів інтернет-ботів, відбувається створення фейкових відео для поширення певних наративів, а також закликів до насильницьких дій.

3. **Війна.** У межах цієї теми бот-активність має системну структуру. Інтернет-боти коментують широкий спектр матеріалів – від офіційних заяв і звернень президента до відео про кількість загиблих, війну та оборону, а також повернення людей з полону. Наприклад, на наступний день після новин про повернення українських військовополонених під відео, де йшлося про реабілітацію воїнів, були коментарі такого ґатунку: *Тобто після полону вони знов попали в полон, прикольно*. Основною метою таких коментарів є підірив морального духу та поширення деструктивних наративів. Загальна кількість коментарів – 90.

4. **Мовна проблематика.** Ця тема репрезентована не дуже великою кількістю коментарів, однак вона має стратегічне значення в інформаційно-психологічній операції. Російські наративи щодо утисків російськомовного населення активно використовують ботоферми та поширюють серед населення. Наприклад: *Виходить що росіяни адекватніше за наших... Попробуйте у Львові щось запитати по рускі?.* Основна мета таких коментарів – посіяти розбрат на мовну ґрунті та розділити Україну на ворожі табори. Загальна кількість – 7.

5. **Релігія і духовність.** Попри відносно меншу кількість таких коментарів, їхня поява є стратегічною. Зокрема, це стосується обговорень церковних конфліктів, релігійної політики, міжконфесійної напруги. Особливої активності тема набуває перед святами. Наприклад, перед 24 груднем активізувалися інтернет-боти, які коментували правильність святкування Різдва (*Єврею вітай) А наше різдво 6-7*). Загальна кількість – 5.

Більшість коментарів – це швидка реакція на актуальні події, які виникають інформаційними хвилями. Цей тип активності характеризується оперативністю і масовістю. Після публікації гучної новини (наприклад, вибуху, загибелі цивільних, міжнародної заяви) за короткий час під постом з'являється серія схожих або ідентичних коментарів із сумнівних акаунтів. Наприклад, після повідомлень про трагедію в Сумах масово з'являлися коментарі *и сразу репортёры появились, или они уже были на готовые?* (**Переклад:** *і одразу репортери з'явилися, чи вони вже були на готові?*). Такі повідомлення піддають сумніву достовірність подій і тим самим послаблюють довіру до офіційних джерел.

Усі згадані вище тематичні групи мають спільні риси щодо коментарів під їхніми дописами: повторюваність фраз, шаблонність, використання емоційно-забарвленої лексики та типові синтаксичні конструкції. Це свідчить про застосування автоматизованих моделей або шаблонів для генерування повідомлень. До того ж, практично у всіх проаналізованих випадках, боти пристосовують свої повідомлення (коментарі) до конкретної інформаційної події, при цьому основне повідомлення залишається незмінним.

Отже, проведений тематичний аналіз дозволяє зробити висновок про стратегічно вибіркового характер бот-активності. Вони не діють випадково, а навпаки – цілеспрямовано втручаються в суспільні обговорення, які мають великий вплив, поширюючи меседжі, що можуть коригувати суспільну думку або підірвати довіру до певних інституцій.

3.3. Вербальні маркери коментарів інтернет-ботів

У процесі вивчення мови інтернет-ботів особливе значення мають вербальні маркери, які дозволяють розпізнавати неприродність або шаблонність комунікативної поведінки. Такі маркери відображають не лише лексичний і синтаксичний рівень автоматизованих повідомлень (тобто повідомлень інтернет-ботів), а й унаслідують глибинні комунікативні стратегії, які

застосовують у межах інформаційно-психологічного впливу. Аналіз зібраних коментарів дозволив виявити низку мовних характеристик, які повторюються незалежно від тематики повідомлення (коментаря), платформи чи формату допису.

У процесі дослідження зібраного корпусу текстів ми дійшли висновку, що основними мовними особливостями публікацій інтернет-ботів є:

- повторюваність фраз;
- надмірне використання шаблонних слів і кліше;
- змістова та контекстна невідповідність;
- категоричність суджень;
- узагальнення;
- змішування стилів та мов;
- використання емоційно забарвленої та ненормативної лексики;
- використання жаргонізмів та сленгізмів;
- використання риторичних питань та окликів;
- використання капслоку;
- надмірне використання пунктуаційних знаків;
- використання неприродних синтаксичних структур;
- зловживання числовими символами тощо.

Використання цих засобів та прийомів спрямоване на застосування кількох основних маніпулятивних стратегій інтернет-ботів, а саме: формування викривленої картини реальності, делегітимізацію влади, дискредитацію державних інституцій та провокування соціального напруження.

Такі коментарі ілюструють поєднання одразу кількох вербальних маркерів, що характерні для бот-комунікації, а також демонструють потенційну небезпеку їх маніпулятивного змісту.

3.3.1. Лексико-семантичні засоби

У межах інформаційно-психологічного впливу, що реалізується через соціальні мережі, лексико-семантичні засоби є одним із ключових інструментів, що забезпечують ефективність маніпуляції. Лексико-семантичні особливості мовлення інтернет-ботів відіграють значну роль в увиразненні змісту коментарів, які спрямовані на трансляцію певних емоцій, оцінок, закликів або тверджень, що впливають на громадську думку.

Аналіз зібраних коментарів у межах магістерської роботи дозволив виявити низку закономірностей у лексичному наповненні повідомлень. Наприклад, переважання емоційно забарвленої лексики з негативною конотацією, узагальнень, релігійно-сміслових протиставлень, а також лексем, що викликають обурливі емоційні реакції. Лінгвістичний аналіз коментарів показав, що саме емоційно забарвлена лексика з виражено негативною конотацією є одним із провідних засобів маніпуляції у бот-комунікації. До найуживаніших слів належать: іменники – *актор, бідність, диктатор, клоун, фашист*; дієслова – *викрадати, застрелити, знищувати, пакувати*; прикметники – *потужний* у саркастичному значенні, *прострочений, жахливий*; прислівники – *навмисно, мало, жахливо*.

Такі мовні одиниці є дієвими інструментами емоційного впливу, адже вони апелюють не до фактів, а до почуттів й емоцій аудиторії. Ці повідомлення (коментарі) сприяють формуванню бажаного тону обговорення, посилюють полеміку та можуть провокувати радикалізацію дискурсу. Наприклад, коментар *Мотивація взяти автомат і застрелити тих* містить одразу кілька ознак, які вказують на його неавтентичність або цілеспрямовану деструктивність. По-перше, спостерігаємо категоричний, радикальний тон, що апелює до насильства без жодного пояснення або аргументації. Це унаслідок слів *автомат* і *застрелити*, що закликає до вбивства. У “Словнику української мови” в 11 томах слово *автомат*, окрім іншого, зафіксоване зі значенням “ручна автоматична скорострільна зброя” (СУМ I: 12), що однозначно підтверджує закладений у цей коментар сенс щодо заклику до насильства. По-друге, уживання узагальнення,

вираженого вказівним займенником *тих*, без конкретизації адресата створює ефект «відкритої агресії», яку можна спрямувати в будь-якому напрямі. Наприклад, у СУМі слово *тих* “вказує на який-небудь предмет, якусь особу” (СУМ Х: 172). Тому у цьому випадку вказівний займенник *тих* виконує функцію узагальненої агресії, що є типовим прикладом емоційно насиченого, провокативного меседжу, покликаною викликати емоційну реакцію в коментарях.

Інший коментар *Повноваження зеленського як президента закінчилися 20 травня 2024 року. Відповідь: А саме жахливе те, що його нелегітимність ніяк йому не заважає знищувати українців і далі (Нелегітимне, а посилає людей в окопи на страшну смерть. Оце просто жах)* містить емоційно забарвлені слова з виразно негативною конотацією: *нелегітимність, знищувати, страшний, смерть, жах*. Такі лексеми активують сильну емоційну реакцію й формують думку про тотальне зло, де суб’єкт зображений як пряма загроза життю громадян. Наприклад, дієслово *знищувати* означає “припиняти існування когось, чого-небудь, призводити до загибелі, смерті” (СУМ ІІІ: 664). Уживання лексеми *нелегітимність*, що за СУМ має те ж значення, що прикметник *нелегальний* – “заборонений законом, підпільний, незаконний” (СУМ V: 331) виконує функцію делегітимізації. Використання цього слова стосовно Президента України В. Зеленського не лише формує у свідомості читача уявлення про незаконність влади, а також підтверджує наративи РФ, які неодноразово використовують цю тезу в пропагандистських заявах. Висловлювання *посилає людей в окопи на страшну смерть* доповнює цей наратив та нав’язує думку про байдужість, жорстокість Президента України та невиправдану жертву. Формулювання має категоричний тон та не містить фактологічного підґрунтя. Військова необхідність, яка за своєю суттю спрямована на забезпечення оборони та гарантування безпеки держави й громадян, відповідно до цього коментаря інтерпретується як акт свідомого та цілеспрямованого приречення людей на смерть. У такий спосіб відбувається викривлення реальності.

Ще один тип коментарів базується на прямій дискредитації, часто з використанням інвективної лексики, зокрема грубих, вульгарних або зневажливих слів, наприклад: **хулі**, *бики*, *кодло*, що мають виразно образливу конотацію та є засобом мовного приниження. Такі висловлювання спрямовані на знецінення опонентів, делегітимізацію державних структур та осіб, а також принижують соціальний статус, викликаючи агресію та емоційне загострення дискусії.

Іншим типом лексико-семантичних засобів бот-коментарів є метафоричні висловлювання. Вони відіграють основну роль у делегітимізації суб'єкта через образне переосмислення його ролі, статусу. Метафори, використані в коментарях, не лише транслують негативне ставлення, а також перетворюють нейтральні, позитивні образи на негативні. Це особливо актуально в політичному дискурсі, де метафора тісно пов'язана з типом політичного мислення. У цьому контексті використання метафоричних висловлювань відбувається через залучення концептів війни та боротьби (ведення воєнних дій, розгром ворога, політична програма як зброя, трактування ситуації в Україні як непримиренна боротьба [Руда 2012, с. 185]. У дискурсі бот-комунікації ця стратегія набуває особливої виразності через використання знижувальних метафор, спрямованих на делегітимізацію конкретних політичних лідерів. Наприклад:

- *Ну як клоун може керувати країною?*
- *Bros an actor, changing faces for money is his job*

Ці фрази містять лексико-семантичні структури, що натякають на фальшивість, підробність, при цьому використовуючи метафору *клоун*, *актор* з метою делегітимізації лідера. Наприклад, у СУМі іменник *клоун* у переносному значенні потрактовано як той, що “вдає з себе блазня” (СУМ IV: 189). Тут це стосується Президента України В. Зеленського. Таке порівняння підкреслює недоречність, несерйозність, непрофесійність поведінки особи, до якої застосовують цю характеристику. В англomовному коментарі вжито вираз *changing faces for money*, що має негативну конотацію та є метафоричним висловом *змінювати обличчя за гроші*, що може означати зраду, продажність

або лицемірство, які автор коментаря піддає публічному осуду.

У коментарі *Когда закончится война он должен одеть полосатую пижаму и фуфайку* (**Переклад:** *Коли завершиться війна він повинен одягнути полосату піжаму і фуфайку*), окрім емоційно забарвленої лексики, спостерігаємо евфемізм *одеть полосатую пижаму*, що є алюзією на форму в'язня, слугує символом злочину та натякає на неминуче покарання – ув'язнення. Така конструкція сприяє формуванню настроїв помсти, радикалізації думок та знецінення влади.

Автори коментарів *Росія звільнить Україну від цих фашистів; Що зробили з Україною націоналісти?* оперують кліше *фашист, націоналіст*. У сучасному пропагандистському дискурсі Росії – це ярлики, що використовується для “клеймування” української влади та українців загалом. Застосування подібних одиниць має на меті викликати асоціативний страх, зобразити противника в образі особи, яка позбавлена людяності, перенаправити увагу на вигадані недоліки опонентів або взагалі вигаданих ворогів і таким чином виправдати насильство.

Важливими засобами, що активно використовуються інтернет-ботами є неологізми – новостворені або штучно змінені слова, які відображають актуальні соціально-політичні процеси. Розгляньмо коментар *Спочатку бусифікують потім тримають як рабів заставивши працювати за копійки якщо людина може працювати закордоном і заробляти в рази більше..* Дієслово *бусифікують* є негативно забарвленим неологізмом, що утворений шляхом поєднання *бус* (розмовне до *мікроавтобус*) та іншомовного суфіксоїда **-фікація** на позначення процесу. Його вживають на позначення насильницької мобілізації. У сполученні з порівнянням *тримати як рабів* створюється образ примусовості, підкорення та порушення прав, що викликає тривожну емоційну реакцію. Висловлювання демонструє лексичну маніпуляцію, спрямовану на делегітимізацію дій держави в межах мобілізації. Таку ж маніпулятивну функцію виконує й коментар *Майдануті все знищили....* Тут вжито неологізм *майдануті*, утворений на основі слова *Майдан*. Прикметниковий okazіоналізм *майданутий* походить від дієслова *майданути*, яке А. Нелюба у «Словнику лексико-словотвірних інновацій» (2014)

тлумачить як «миттєву, разову дію, пов'язану з Майданом (про усунення від влади під тиском Майдану)» [Нелюба 2014, с. 112]. Такий неологізм використовується з метою приниження, висміювання та дискредитації учасників подій українських революцій, “прихильників ідей помаранчевої революції та будь-яких відукраїнських ідей взагалі” (Мислово). Поєднання з категоричним узагальненням *все знищили* без будь-якої аргументації підсилює маніпулятивний ефект повідомлення.

Ще одним важливим засобом є тавтологія. Часте відтворювання однакових словосполучень, фраз, лексем є однією з найголовніших ознак, за якою можна відрізнити реального користувача від інтернет-бота. Іноді це відбувається в межах одного відео чи допису, але бувають випадки, коли наративи виходять за межі одного матеріалу та простежуються вже в інших тематичних дописах та навіть соціальних мережах. Це свідчить про скоординовану роботу таких висловлювань, які функціонують як частина заздалегідь підготовлених інформаційних наративів. Наприклад, тавтологію спостерігаємо в коментарі із соціальної мережі Threads *Свободный народ/ свободной страны. Хорошо что у нас диктатор (Переклад: Вільний народ/ вільної країни. Добре, що в нас диктатор)* та коментарі з ТікТок – *Це називається ми вільний народ і живемо у вільній країні*. Обидва повідомлення, попри мовну відмінність (російська й українська мови), побудовані за ідентичною структурною схемою: поєднання концептів *вільний народ / вільна країна* з політичним або ідеологічним коментарем. У першому випадку мова йде про явну іронію або сарказм, коли свобода народу поєднується з тезою про диктатора, що створює внутрішню суперечність і виконує функцію іронічної провокації. Згідно зі СУМом слово *диктатор* означає “особу, що має в державі необмежену владу” або “зневажл. Той, хто ігнорує колегіальність, допускає грубе адміністрування” (СУМ II: 275). Отже, використання цього слова має яскраве негативне конотативне навантаження, спрямоване на підрив довіри до державного керівництва. Коментар написаний російською мовою, що може свідчити про намагання впливати на відповідну мовну аудиторію або навмисне змішування мовних

кодів, що є ще однією характеристикою бот-комунікації.

Другий коментар, написаний українською мовою, є прикладом шаблонного гасла, яке не аргументує позицію, а лише її проголошує. Особливої уваги заслуговує те, що такі фрази легко пристосовуються до різних тем і подій – від новин політичного характеру до відео соціальної спрямованості, що посилює їхню здатність діяти як мультифункціональні інформаційні меседжі. Однак тавтологія таких повідомлень (коментарів) іншою мовою, в інших соціальних мережах створює ефект маси, що натякає на поширеність цієї думки, а також спотворення патріотичного гасла вже на зовсім інше значення, яке агресор намагається поширити.

Окрему категорію лексико-семантичних засобів, що активно використовуються інтернет-ботами, є лексеми з принижувальним іронічним або саркастичним підтекстом. Такі висловлювання поєднують іронію, глузування та мовну провокацію, виконуючи функцію делегітимізації, приниження опонента або нав'язування ідеологічного дискурсу через емоційне знецінення. Наприклад:

- *Сильна, вільна, не рабська, а головне "ПАТУЖНА"*
- *Вільний народі вільної країни. Не можна просто так дихати повітрям в Україні у нас не заганяють людей силою. у нас не має проблем з мобілізацією є ще купа цитат потужного*
- *Вільні люди. Слова пана потужного*

У цих прикладах спостерігаємо риторику глузування з ключових патріотичних понять, а також з Президента України В. Зеленського та його команди, які зловживають словом *потужний*: *вільний народ*; *патужний*; *не рабська*, що подані в явно іронічному контексті. Особливо показовим є використання капіталізації в середині речення, що порушує графічні та стилістичні норми і виконує функцію саркастичного виділення. До того ж, простежується елемент мовної гри, адже слово *потужно* свідомо іронізовано через заміну голосної “о” на “а”, що посилює ефект висміювання.

Ще однією групою коментарів для аналізу є висловлювання з ключовою семантичною рамкою, де Росія висвітлюється як визволитель. Наприклад,

коментар *Иногда кажется нас реально освободить хотя* (**Переклад:** *Іноді здається нас дійсно звільнити хочуть*). Це повідомлення вирізняється емоційною невизначеністю, оскільки починається з обережної конструкції *Иногда кажется* – семантично це вираження припущення або сумніву, що начебто пом'якшує основне твердження. Наприклад, у СУМ слово *здається* трактується як “вираження невпевненості в чому-небудь, припущені” (СУМ III: 529). Однак далі йде твердження з ключовим семантичним ядром – *реально освободить хотя*. Лексема *реально* є емоційно підсилювальною одиницею (у літературному аспекті – *справді, насправді*) і додає повідомленню виразної установки на правдивість, попри відсутність фактологічного підтвердження. Така лексика надає хибне уявлення того, що автор коментаря, ніби зрозумів нарешті, що відбувається насправді. Слово *освободить* у подібних висловлюваннях є семантично навантаженим: воно активує метафору *звільнення від окупації/утиску*, але тут використане у сумнівному контексті, який, ймовірно, маніпулює значенням *визволення* як певної благородної дії. Загалом коментар слугує прихованим виправданням дій РФ, що за своїм змістом має пропагандистське навантаження.

Ще один коментар – *Россия по ходу реально хочет нас освободить* (**Переклад:** *Росія скоріш за все дійсно хоче нас звільнити*) є більш прямолінійним висловлюванням з прихованим маніпулятивним сенсом. Ці два коментарі об'єднує ключова лексико-семантична рамка “Росія – визволитель”, що є типовим прикладом маніпулятивного дискурсу, спрямованого на зміну уявлення аудиторії про війну.

Нагромадження та постійне повторення лексем *реально, освободить/звільнить, фашисти* свідчить про формування когнітивного шаблону, що поширюється через автоматизовані акаунти, тобто потенційні ботоферми. А використання російської та української мов надає уявлення, що така думка є характерною для всіх українців.

Маніпулятивні можливості мови надзвичайно багаті. Чимала кількість бот-коментарів не містять очевидних мовних засобів впливу, однак семантика

дібраних лексем дає змогу коментаторам доносити інформацію в правильному ключі. Якщо розглянути повідомлення, залишені під відео про кількість дітей, які загинули внаслідок російського удару по Кривому Розі 4 квітня 2025 року, то можна побачити, що частина з них мають ознаки маніпуляції, у межах якої використовують звичайну лексику для виправдання дій Росії, перекладання відповідальності та дискредитацію українських військовослужбовців.

Наприклад, коментар *всу спеціально на детських площадках, возле домов, школ прячутся* (**Переклад:** *зсу навмисно на дитячих майданчиках, біля будинків, шкіл ховаються*). У цьому висловлюванні вжито емоційно-оцінне слово *спеціально*, що вказує на навмисність дій, а не випадковість, формуючи образ українських військових як тих, що нібито цілеспрямовано використовують цивільну інфраструктуру як «живий щит». У СУМ слово *навмисно* трактується як “з певною метою або наміром” (СУМ V: 37), що підтверджує нібито навмисність дій. Вживання лексем на позначення цивільної інфраструктури спрямоване на активізацію у читача емоційного сприймання інформації, протиставлення мирної та військової дійсності, обурення чи навіть страху. Таке повідомлення не несе фактологічного навантаження, однак використовує лексико-семантичну рамку звинувачення, у якій агресор постає жертвою обставин, у яких змушений діяти, а військовослужбовець – як винний у загибелі цивільних.

Показовим є приклад *БЫЛИ ВОЕННЫЕ ДЖИПЫ С ОХРАНОЙ БОЛЕЕ 15ШТ.ВОЗЛЕ РЕСТИКА.. ТУДА И БИЛИ* (**Переклад:** *БУЛИ ВІЙСЬКОВІ ДЖИПИ З ОХОРОНОЮ БЛИЗЬКО 15ШТ. БІЛЯ РЕСТИКУ.. ТУДИ І БИЛИ*). Цей коментар ніби написаний очевидцем, що створює враження достовірності завдяки використанню конкретних числових маркерів (*15 шт.*), візуальної деталізації (*военные джипы, рестик*), а також емоційного підсилення через капслок. Наприклад, слово *рестик* є просторічним скороченням, що нібито надає уявлення про реальну особу, яка написала коментар. Кінцева фраза *туда и били* не містить логічного зв'язку чи доказовості, натомість виконує функцію семантичного виправдання насильства, що подається як цілеспрямований удар

по легітимній цілі. Така лексико-семантична побудова є типовою для меседжів ботів: напівправа, емоційні тригери, логічне спрощення.

Загалом, подібні коментарі, попри стилістичні відмінності, демонструють вживання лексико-семантичних засобів для формування альтернативного погляду на трагічні події; дискредитацію української армії та частково виправдовують російську агресію. Вони ґрунтуються на емоційно забарвленій лексиці, кліше, категоричних узагальненнях і маніпулятивних словоформах, що є ознаками інформаційно-психологічного впливу. Повторюваність схожих тез у різних коментарях дозволяє припустити їхнє скоординоване походження, що характерно для автоматизованої комунікації інтернет-ботів.

Ще одним помітним прийомом у повідомленнях (коментарях), залишених інтернет-ботами, є персоналізація образу ворога. Це відбувається за допомогою метонімії, емоційно забарвлених слів, оцінних суджень, а також категоричних звинувачень, які часто не мають фактичного підґрунтя. У багатьох коментарях образ В. Зеленського тут уособлює український народ, Україну, військове командування, що дозволяє інтернет-ботам перетворити персональну критику у звинувачення проти всієї нації.

Наприклад, у коментарі *ЗЕЛЯ НЕ ХОЧЕТ МИРА, ОН РЕШИЛ ДО ПОСЛЕДНЕГО* (Переклад: *ЗЕЛЯ НЕ ХОЧЕ МИРУ, ВІН ВИРІШИВ ДО ОСТАННЬОГО*) використовують розмовну, принизливу форму *Зеля*, що демонструє зневажливе ставлення. Семантика фрази *не хочет мира* приписує Зеленському відмову від миру, тобто нав'язує негативне оцінне судження без доказів. Уживання дієслова *хотіти* у формі заперечення *не хоче* виконує функцію звинувачення, оскільки змальовує суб'єкта як такого, що умисно уникає позитивної дії. Отже, цей вислів створює семантичну рамку, де мир є доступним варіантом, але В. Зеленський навмисно його відхиляє, що формує негативну думку про Президента України, а також викривлює реальність того, хто дійсно винуватий у війні. Вислів *он решил до последнего* має фаталістичний зміст і формує образ лідера, що свідомо прирікає народ на страждання. Семантично ця конструкція створює ефект остаточного, безкомпромісного рішення,

позбавленого гнучкості або готовності до переговорів, що підкреслює незворотність дії. І такі висловлювання формують у свідомості реципієнта образ лідера, що ухвалив остаточне рішення воювати *до останнього*, тобто до повного знищення або виснаження. Така мовна конструкція виконує функцію делегітимізації влади через нав'язування уявлення про її жорстоку та нераціональну політику. Це відповідає стандартним тактикам інформаційно-психологічного впливу, де негативна когнітивна модель лідера створюється через емоційно забарвлені висловлювання.

Коментар *А вєдь зєля мог всего лишь мир подписать* (Переклад: *А ж бо зєля міг усього лише мир підписати*) підсилює попередній наратив. Лексема *всього лишь* має знецінювальну конотацію, спрощуючи складний політичний процес до одномоментного рішення, яке, згідно з коментарем, навмисно не було ухвалене. Семантична конструкція коментаря створює дихотомію: мир можливий, але його свідомо відкинуто.

Коментар *Благодаря Зе такое происходит. военные прячутся за мирными людьми* (Переклад: *Завдяки Зе таке відбувається. військові ховаються за мирними людьми*) поєднує дві маніпулятивні тези: по-перше, вживання *Благодаря Зе* є іронічним переосмисленням конструкції, яка зазвичай виражає подяку, а тут використовується у протилежному значенні як форма звинувачення. По-друге, твердження *военные прячутся за мирными людьми* є типовим пропагандистським кліше, що створює ефект обґрунтування агресії та виправдовування ударів, унаслідок яких загинули цивільні люди. Поєднання ж цих двох речень взагалі логічно не обґрунтовано.

На особливу увагу в цьому контексті заслуговує використання лексичних трансформацій і неофіційних форм власних імен, зокрема таких, як *Зе* та *Зєля*. У мовленні інтернет-ботів ці форми виконують не лише функцію скорочення, а й мають виразне оцінне навантаження. Вони виступають інструментом знеособлення і делегітимізації: *Зе* – умовне, скорочене позначення, що зменшує статус офіційної особи; *Зєля* – розмовна, знижена форма, яка створює образ несерйозної, побутової фігури. Такі лексеми є лексико-семантичними маркерами

персоніфікованого знецінення, нав'язують читачеві зневажливе ставлення до влади.

Таким чином, аналіз цих коментарів демонструє цілеспрямоване використання лексико-семантичних засобів із метою формування негативного образу політичного лідера, делегітимізації влади та спотворення причинно-наслідкових зв'язків у масовій свідомості. Повторюваність аналогічних структур у різних коментарях, незалежно від платформи або контексту, дозволяє припустити їхнє автоматизоване або координоване походження, що є характерною ознакою бот-активності.

Окремою групою лексико-семантичних засобів є повторювані тематичні кліше, що апелюють до загальноживаних, але часто спрощених понять. Типовим прикладом є використання словосполучення *військові рейки*, що має сталий політичний підтекст та функціонує як риторичний шаблон, який часто вживається без конкретного змістового наповнення. Наприклад:

- *Чого в Україні заводи і досі не на військових рейках?*
- *Так а чого в нас що до війни що зараз все не на військових рейках?
Тільки літаєш клянчиш !*
- *Де стан війни і військові рейки?*

У цих коментарях повторюється один і той самий семантичний фрейм про те, що українська влада не діє відповідно до умов війни, що, згідно з логікою коментаря, є свідченням некомпетентності або байдужості.

У другому прикладі з'являється розмовна лексема *клянчити*. Вона семантично знижує статус офіційних дипломатичних поїздок президента, змінюючи сприйняття з офіційних перемовин на принизливе прохання. Орозмовлення, спрощення – одна з особливостей комунікації інтернет-ботів, котрі у такий спосіб намагаються маскуватися під реальних людей.

У межах аналізу було встановлено, що лексико-семантичні засоби є важливими складниками маніпулятивних коментарів інтернет-ботів. Вони відіграють вирішальну роль не лише у передаванні інформації, а й у впливі на емоційний, когнітивний і поведінковий рівень аудиторії. Використання таких

одиниць у коментарях дозволяє ботам створювати ілюзію суспільної підтримки їхньої позиції, знецінювати офіційні джерела інформації, делегітимізувати владу, а також розпалювати ворожнечу й поляризувати суспільство.

Аналіз коментарів засвідчив значну повторюваність лексичних одиниць та фраз, що має характер навмисного тиражування меседжів для формування стійкого інформаційного фону. Особливо це спостерігаємо під дописами, пов'язаними з політичними, військовими, релігійними подіями, де коментарі виконують функцію або підбурювання, або знецінення. Часто такі повідомлення супроводжуються емоційно забарвленими словами, кліше, нецензурною лексикою, неологізмами, метафоричними та метонімічними одиницями, що свідчить про намагання впливати не на рацію реципієнта, а на його емоції. Типовим лексичним прийомом є стилізація коментарів під розмовне мовлення через уживання просторіч, лайки, є використання зневажливих прізвиськ і скорочень.

Варто зауважити, що лексико-семантичні засоби не лише сигналізують про можливе неавтентичне походження повідомлення, а й є ознаками певних дискурсивних стратегій: нав'язування наративів, знецінення, делегітимізація, створення "внутрішнього ворога", нормалізація агресії та насильства тощо. Повторюваність цих одиниць під публікаціями на різні злободенні теми свідчить про системну інформаційну активність, що може бути частиною інформаційно-психологічних операцій.

Отже, лексико-семантичний аналіз є важливим інструментом визначення бот-активності, а також формування розуміння способів впливу на громадську думку в цифровому просторі. У поєднанні з іншими методами, він може слугувати дієвим інструментом виявлення деструктивного інформаційного впливу в соціальних мережах.

3.3.2. Особливості синтаксису

При аналізі синтаксичних особливостей повідомлень, ймовірно створених інтернет-ботами, можна виявити низку типових ознак, що вказують на неприродність або автоматизованість мовлення.

Одним із найпоширеніших прийомів є використання штучно повторюваних фраз із соціально значущою семантикою. Наприклад, серія коментарів у TikTok на релігійну тематику містить такі повторювані повідомлення: *РІЗДВО 7 січня! Віра Вічна, Віра Славна, Наша Віра Православна!*; *Різдво 7 січня!*; *7 січня тоді Різдво, ти нас вбиваєш*; *РІЗДВО 7 січня! Віра Вічна, Віра Славна, Наша Віра Православна!*. У наведених прикладах відбувається повторення не лише окремої фрази, а цілого блоку, що поєднує ідеологічне навантаження (відстоювання певної дати святкування) з емоційно забарвленими релігійними висловлюваннями.

Особливу увагу варто звернути на структуру висловлювання, де повторювані елементи *РІЗДВО 7 січня, Віра Славна, Віра Вічна* мають ознаки ритуалізованого мовлення. Така конструкція створює ефект гасла, що посилює переконливість і виконує функцію навіювання. У цьому випадку повторюваність лексем і синтаксичних структур спрямована не на аргументацію, а на підкріплення інформації емоційним резонансом і стереотипною впізнаваністю, що дозволяє транслиувати певні ідеологічні установки як безальтернативні.

Повторюваність загалом простежується в усіх повідомленнях (коментарях) інтернет-ботів, де може бути репродукція як цілого речення, так і його варіантів із незначною зміною синтаксису і пунктуації. Наприклад:

- *Як би не він, війни взагалі не було би*
- *Якби не він, повномасштабної не було б!!!*
- *Якби не він небуло Війни*

Усі ці варіанти апелюють до спрощеного причинно-наслідкового зв'язку, позбавленого контексту, однак повторення ядра смислової конструкції створює враження масової підтримки певної позиції. Подібні фрази легко масштабуються, зберігаючи основний зміст, і можуть розповсюджуватись у

коментарях під політичними, соціальними або навіть розважальними дописами, підсилюючи відчуття присутності єдиного інформаційного нарративу.

Ці приклади демонструють, що повторюваність є не лише засобом формального дублювання змісту, а й інструментом маніпуляції, що виконує функцію впізнавання, переконання й емоційного впливу. За частотою використання цей прийом належить до провідних у дискурсі інтернет-ботів і є ключовим показником у процесі виявлення автоматизованої або скоординованої комунікації.

Ще однією ознакою бот-комунікації є синтаксична незавершеність, уривчастість мовлення. Наприклад, у коментарі *Рабів військових в рабів трудових... сюр..* спостерігаємо відсутність дієслова, що є ключовим синтаксичним центром речення. Структура виглядає як уривок фрази, стилістично навантажена, але граматично неповна. Такий тип конструкцій часто використовують для створення емоційного ефекту або «натяку», що має викликати відповідну реакцію читача.

Спонтанне конструювання речень часто виявляються через перелік думок без логічного поєднання або зв'язків. Наприклад: - *Яка мотивація? Піти в самовлку зі зброєю, повернутися додому і застрілити тцкшника І це буде правильно, і би так всі робили І більше не будуть викрадати людей, щоб потім за 7000 відкуплятися від них в бусіку, а ті гниди не будуть мати мільонів доларів. Застрілять, підірвуть, заріжуть кожного хто так робив;* - *Та пішла ця пліснява далеко й на довго. Концтабір влаштували. Ця влада скоро згине. І нияких цих їхніх ініціатив не буде.* Коментарі містять серію окремих простих речень, поєднаних лише емоційним тоном. Вони не формують послідовного аргументативного поля, однак у сукупності створюють ефект тиску через нагнітання негативу. Таке різке членування тексту на короткі сегменти є характерним для автоматизованого стилю написання або копіювання шаблонів.

Невідповідність синтаксичних конструкцій, синтаксична неузгодженість – ще одна особливість бот-комунікації. Наприклад, у коментарі *Євреїв вітай не мене* відсутній логічний зв'язок між членами речення, знехтувано правилами

вживання розділових знаків. Конструкція лаконічна, агресивна за змістом і максимально спрощена за формою, що часто спостерігаємо в бот-генерованих повідомленнях.

Також типовим є ненормативне використання розділових знаків, надмірне їх уживання або відсутність, що може бути маркером автоматизованого поширення тексту, наприклад: *Прострочений тікатиме дальше чим баче*. Коментар не містить жодного розділового знаку. Граматична помилка в сполучі *дальше чим* замість *далі ніж* та словоформі *баче* замість *бачить* є також типовою ознакою нефільтрованого автоматизованого тексту. Завдяки цьому фраза *тікатиме дальше чим баче* має виразний розмовний характер, що створює враження побутового мовлення, однак у поєднанні з іншими характеристиками свідчить про можливе бот-генерування, а також автоматичний переклад.

Поширеним засобом, характерним для повідомлень, створених інтернет-ботами, є використання риторичних питань та окликів. Такі конструкції виконують функцію емоційного підсилювача, тобто посилюють вплив повідомлення на читача. Риторичні питання не передбачають отримання відповіді, натомість їх використовують для формування готової емоційної реакції, а також для маніпулювання увагою аудиторії. Часто ці питання побудовані за схемою провокації або звинувачення. Наприклад: *Скажіть що Трамп не правий???*; – *Лол? а чё тип на передовой? или часто на 0 ездит? он как первое лицо страны должен соблюдать этикет даже Ермак на встрече был в костюме а потужный в костюме сантехника. (Переклад: Лол? А типу тип на передовій? або часто на 0 їздить? він як перше обличчя країни має дотримуватися норм етикету навіть Єрмак на зустрічі був у костюмі, а потужний у костюмі сантехніка): чому у нас усе не працює на війну???? а у на все крадуть!!!*

Коментар *Скажіть що Трамп не правий???* – це риторичне питання, підсилене повторювальними знаками питання, що вказує на емоційну напругу. Лексично проста конструкція за своєю формою апелює до загальновідомої постаті (Трампа), підкреслюючи його позицію як апіорно правильну. У

комунікативному плані це твердження оформлено як питання, але виконує функцію психологічного тиску: якщо ви не згодні, ви «проти істини». Отже, питання використовують не для отримання відповіді, а для формування наперед заданої реакції.

Додаткового впливу надає вживання дієслова *скажіть*, яке в українській мові відповідно до “Тлумачного словника української мови” може виступати не лише як заклик до висловлення думки, а й як вираз емоційного здивування або обурення, залежно від контексту та інтонаційного оформлення. Слово *скажіть* може набувати значення емоційного сигналу, що підсилює експресивність висловлювання. У цьому випадку така лексична одиниця виступає маркером прихованого звинувачення або іронічного докору, що характерно для дискурсу інформаційно-психологічного впливу, зокрема у коментарях, згенерованих або поширених інтернет-ботами.

Другий коментар насичений риторичними запитаннями, наприклад: *а чё тип на передовой? или часто на 0 ездит?*, які підкреслюють іронічне або саркастичне ставлення до об’єкта критики. Також для тексту характерна нерівномірна структура, змішування стилів та вживання яскравих лексико-семантичних засобів (жаргонні слова *тип, лол*, метафори *в костюме сантехника*), спрямованих на висловлення зневаги, приниження.

Коментар *чому у нас усе не працює на війну???? а у на все крадуть!!!* сконструйований з двох синтаксичних риторичних фігур перше речення – риторичне питання, що нагнітає тривогу, друге – окличне ствердження з категоричною критикою. Обидві фрази написані у виразно емоційній формі з використанням множинних знаків питання та оклику, що посилює психологічний вплив на аудиторію. Коментар апелює до узагальнених звинувачень і створює ефект тотального занепаду, що часто використовується в деструктивній комунікації.

Інший приклад – *Отличная завалить тук* – демонструє ще виразнішу мовну неузгодженість і є характерним для комунікації, згенерованої інтернет-ботами. Коментар написаний російською мовою, однак містить українську

абревіатуру *ТЦК* (територіальні центри комплектування), що є прикладом змішування кодів, а саме штучного поєднання елементів різних мов у межах одного повідомлення. Це часто можна помітити в комунікації ботів, котрі перекладають повідомлення за допомогою різних інструментів, які часто неправильно тлумачать абревіатури. Також спостерігаємо неповна синтаксична структура (відсутній підмет або логічне завершення фрази), що підсилює враження про неприродність, штучність мовлення. Уживання позитивної оцінки *отличная* у поєднанні з закликком до насильства створює маніпулятивний ефект нормалізації агресії, тобто перетворення загрози у звичайну реакцію.

Отже, синтаксичні особливості коментарів, імовірно створених інтернет-ботами, виявляють низку характерних рис: неповноту конструкцій, уривчастість, повторюваність синтаксичних структур, надмірну простоту або неприродну складність речень, пунктуаційні помилки, використання декларативних тверджень без пояснень, риторичних питань та окликів. Такі особливості дають підстави вважати синтаксис важливою діагностичною ознакою в аналізі бот-комунікації. На відміну від природного дискурсу, де синтаксичне оформлення відповідає інтенції мовця, синтаксис ботів часто виконує функцію трансляції певних меседжів, незалежно від логічної або емоційної завершеності. Саме тому аналіз синтаксису є важливим етапом у виявленні ознак автоматизованої комунікації в соціальних мережах.

3.4. Рекомендації із запобігання негативному впливу інтернет-ботів

В умовах сучасних гібридних загроз, які реалізуються за допомогою інформаційно-психологічних операцій в соціальних мережах, особливо небезпеку становить діяльність інтернет-ботів. Як показало дослідження, інтернет-ботів активно залучають для поширення маніпулятивних меседжів, дестабілізації суспільної думки, дискредитації державних структур та розпалювання міжособистісних і міжгрупових конфліктів.

Ми виявили такі мовні характеристики повідомлень (коментарів) інтернет-ботів як повторюваність висловлювань (цілого речення або певної частини), використання емоційно-забарвленої лексики, надмірне використання шаблонних слів і кліше, змістова та контекстна невідповідність, змішування стилів та мов, використання жаргонізмів, використання риторичних питань та окликів, використання капслоку та надмірної пунктуації, використання числових символів, що свідчать про наявність розгалужених скоординованих груп, які діють у соціальних мережах. Ураховуючи високий рівень впливу інтернет-ботів на свідомість, важливо розробити та запропонувати комплекс заходів, спрямованих на зменшення їхньої деструктивності. Ми вважаємо, що корисними в цьому аспекті будуть такі дії:

1. Підвищення цифрової медіаграмотності користувачів

Основним способом протидії інформаційним атакам із залученням інтернет-ботів є формування критичного мислення в аудиторії. Саме знання базових стратегій, прийомів маніпулятивного впливу та засобів, якими вони реалізовані, основ перевірки інформації, уміння виявляти підозрілі акаунти є критично важливими навичками сучасного користувача соціальних мереж, які допоможуть у протидії різноманітним інформаційним атакам. Тому важливо аналізувати діяльність інтернет-ботів, ділитися знаннями про описані в цій роботі та інші стратегії і засоби впливу, інтегрувати курси з цифрової гігієни до програм освіти, проводити інформаційні кампанії за участі лінгвістів, журналістів, незалежних медіа та фактчекінгових ініціатив.

2. Формування мовних корпусів і лінгвістичних моделей бот-спілкування

У межах лінгвістичних досліджень доцільним є створення структурованих баз даних фраз і мовних шаблонів, які є типовими для інтернет-ботів. Це дозволить не лише розпізнавати деструктивні стратегії, а й навчати системи штучного інтелекту виявляти подібний контент автоматично. А соціальні мережі зможуть використовувати також ці мовні корпуси зможуть використовувати соціальні мережі для модерації контенту.

3. Розроблення алгоритмічних інструментів виявлення бот-активності

На основі виявлених мовних засобів інтернет-ботів (повторюваність, використання емоційно забарвленої лексики, синтаксична спрощеність і тощо) можна створити уніфіковану лінгвістичну модель для машинного розпізнавання коментарів інтернет-ботів. Програмне забезпечення має бути орієнтоване на фільтрацію та позначення підозрілих коментарів із урахуванням таких критеріїв:

- повторення однакових слів, конструкцій і тем в одному чи різних дописах або навіть соціальних мереж;
- змішування різних мов та стилів;
- кліше; типові мовні конструкції для виправдовування дій агресора;
- слова та сполуки мови ворожнечі;
- маніпулятивні лексеми та фрази;
- риторичні запитання та оклики тощо.

За допомогою цих критеріїв, а також урахування аналізу сторінки користувача, який написав коментар, можна буде виявляти повідомлення (коментарі) інтернет-ботів та блокувати їхню діяльність.

4. Нова система правил у модераторії соціальних мереж

Адміністрації платформ, зокрема TikTok, Threads, мають урахувати особливості мовних, технічних характеристик, специфіку тематики, що спрямована на розпалювання ворожнечі для блокування та заборону розповсюдження цих коментарів. Модератори повинні створити спеціальні системи для негайного отримання інформації щодо потенційних коментарів інтернет-ботів на основі вищезазначених критеріїв, а також великої кількості однотипних коментарів із різних акаунтів та одночасного коментування публікацій із різницею в декілька хвилин.

5. Підтримка незалежних ініціатив, що борються з дезінформацією

Такі організації, як StopFake, VoxCheck, EU DisinfoLab, DFRLab та інші, виконують важливу функцію з викриття фейків, поширених інтернет-ботами. Популяризація їхніх матеріалів, підтримка незалежного фактчекінгу та

налагодження співпраці між державними органами, освітніми установами та журналістськими колами сприятиме створенню обізнаного середовища в інформаційному колі.

6. Законодавче регулювання

Попри складність і міжнародний характер проблеми, країни можуть створювати законодавчі обмеження для поширення фейків, маніпулятивного контенту та використання автоматизованих акаунтів у політичних кампаніях. Хоча уже наявні закони, які борються з дезінформацією, важливо не тільки створити законодавче регулювання, а також заохотити суспільство до такої діяльності. Розроблення механізмів верифікації акаунтів, криміналізація організації бот-мереж для поширення дезінформації або здійснення впливу на вибори є одними з можливих напрямів запобігання.

Отже, інтернет-боти як інструмент інформаційно-психологічного впливу, стають дедалі складнішими для виявлення, вплив їхньої діяльності можна помітити у риториці суспільства. Тому комплексна протидія цьому явищу потребує міждисциплінарного підходу, а саме поєднання технічних, лінгвістичних, освітніх та правових механізмів виявлення й боротьби. Визначення вербальних ознак, маніпулятивних стратегій є основою для побудови системного захисту інформаційного простору. Саме усвідомлення того, як функціонує мова інтернет-ботів, дозволяє зробити перший крок у протистоянні їхньому маніпулятивному потенціалу.

Висновки до 3 розділу

У межах практичної частини магістерської роботи ми проаналізували коментарі інтернет-ботів, опубліковані під дописами в соціальних мережах TikTok та Threads. Це дало змогу не лише визначити найпоширеніші теми, на які спрямовано інформаційну атаку, а й виявити вербальні маркери досліджуваних коментарів на лексико-семантичному й синтаксичному рівнях та запропонувати рекомендації щодо протидії таким негативним впливам .

Дослідження базувалося на аналізі матеріалу 179 коментарів, що були зібрані за низкою критеріїв: актуальність та тематика, особливості облікового запису, шаблонність та повторюваність повідомлень, активність акаунтів. Такий підхід забезпечив репрезентативність матеріалу для детального лінгвістичного аналізу.

Основні результати тематичного аналізу продемонстрували, що інтернет-боти найчастіше активізуються під публікаціями із такою тематикою:

- політика внутрішня і зовнішня (дискредитація української влади, знецінення дипломатичних відносин);
- мобілізація (провокування агресії до ТЦК);
- війна (делегітимізація ЗСУ, підрив довіри до влади та армії, занепадницькі настрої, бажання миру ціною будь-яких поступок);
- релігійно-духовні наративи (акцент на святкуванні Різдва, конфесійні відмінності);
- мовна проблема (мовні міти, двомовність, “агресивна українізація”);

Найголовнішим моментом є аналіз вербальних маркерів, який показав, що бот-повідомлення мають низку спільних мовних ознак:

- повторюваність не тільки на рівні фраз, а й коментарів повністю;
- емоційно забарвлена лексика з негативною конотацією;
- саркастична чи зневажлива номінація політичних лідерів, що виконує функцію делегітимізації;
- провокаційна риторика;
- маніпулятивні коментарі, що виправдовують агресію або перекладають провину на українську сторону;
- вживання кліше, узагальнень та категоричних суджень;
- використання просторіч, жаргону, неологізмів, що стилізуються під автентичне «народне» мовлення.

Синтаксичний аналіз також підтвердив типові ознаки мовлення інтернет-ботів:

- неповні речення;

- відсутність логічної зв'язності, уривчастість;
- типова пунктуаційна “поведінка”: або її повна відсутність, або надмірне вживання (наприклад: капслок, три крапки, багато знаків оклику);
- використання риторичних питань та окликів.

Коментарі, потенційно створені інтернет-ботами, вирізняються надмірною емоційністю, узагальненістю, шаблонністю, однотипністю й повторюваністю. Вони не спрямовані на обговорення, конструктив, а виконують функцію провокації або делегітимізації.

На основі наших спостережень та зібраних коментарів можна створювати лінгвістичні моделі для виявлення бот-активності, які будуть застосовані у сфері лінгвістики, цифрової безпеки, медіамоніторингу та освітніх програм цифрової гігієни. Виявлені шаблони можуть також стати основою для автоматизованого виявлення ботів у соціальних мережах, що покращить моніторинг маніпулятивних стратегій та засобів й допоможе нівелювати їхній деструктивний вплив на соціум.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дало змогу комплексно проаналізувати мовну діяльність інтернет-ботів у контексті інформаційно-психологічного впливу, який здійснюється в цифровому просторі, наприклад, у соціальних мережах TikTok, Threads. У процесі роботи було узагальнено сучасні наукові підходи до трактування поняття інформаційної війни, розглянуто стратегії інтернет-ботів, ідентифіковано вербальні ознаки їхньої діяльності та здійснено тематичний, лексико-семантичний і синтаксичний аналіз повідомлень (коментарів), створених інтернет-ботами.

У теоретичній частині обґрунтовано, що в умовах гібридної війни мова є не тільки каналом передавання інформації, а потужним інструментом впливу на свідомість, емоції, поведінку. Через інтернет-ботів цілеспрямовано поширюють маніпулятивні повідомлення, які формують альтернативні варіанти реальності, сприяють делегітимізації влади, викликають страх або зневіру.

Практична частина дослідження базувалась на аналізі 179 коментарів, вибраних з відкритих джерел за чіткими критеріями: повторюваність, шаблонність, часові маркери, специфіка акаунтів тощо. Створена для аналізу база даних сприяла детальному вивченню та класифікації вербальних характеристик інтернет-ботів. Аналіз тематичного аспекту вияв, що активність інтернет-ботів переважно стосується тем політики внутрішньої та зовнішньої, мобілізації, війни, мовної проблеми, релігії, а також резонансних інформаційних приводів.

Аналіз бот-коментарів підтвердив тезу про те, що мова є надзвичайно дієвим інструментом інформаційно-психологічного впливу, оскільки структура, зміст та стилістика текстових повідомлень можуть провокувати конкретні емоційні та когнітивні реакції в аудиторії.

Лексико-семантичний аналіз виявив домінування таких ознак:

- постійні повтори;
- шаблонність;
- вживання емоційно забарвленої лексики;

- використання ідеологічних кліше;
- делегітимізація публічних осіб та української влади різними засобами;
- застосування неологізмів і штучних мовних конструкцій;
- пряма мова ненависті та заклики до насильства.

Синтаксичний аналіз підтвердив, що інтернет-боти часто використовують неповні речення, надмірно вживають знаки оклику, спрощені або порушені структури, що створює ефект неформального, нібито «народного» мовлення. Однак така стилізація є частиною маніпулятивної стратегії, спрямованої надати фейковому повідомленню вигляду автентичної реакції реальної особи.

Варто зазначити, що такі мовні засоби використовують не тільки інтернет-боти, а й реальні люди. Тому потрібно враховувати не тільки мовні характеристики, а й позамовні (метадані та часові параметри створення коментаря, специфіку та активність облікового запису тощо).

Описану систему мовних ознак коментарів інтернет-ботів, які слугують засобами створення ефекту «масової думки», надалі можна використати як лінгвістичне підґрунтя для ефективного розпізнавання їхньої діяльності та надання рекомендацій щодо протидії таким інформаційним атакам. Зібраний корпус матеріалів можна доповнювати та на його основі створити базу даних маніпулятивних коментарів інтернет-ботів. Отримані результати можуть бути використані в медіаекспертизі, кіберосвіті, а також при автоматизації виявлення фейкових повідомлень та ботоферм у соціальних мережах.

Отже, робота не тільки розкриває мовні засоби впливу та специфіку комунікації інтернет-ботів, а і є важливою для розуміння сучасної інформаційної війни як лінгвістичного, комунікативного та суспільного феномену.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Адамчук 2023. Адамчук Н., Букіна Н., Шульська Н. Типологічні маркери інформаційно-психологічних операцій (ІПСО) в умовах війни в медіа. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2023. С. 268-273. URL: <https://surl.li/rxivlw>
2. Білоконенко 2012. Білоконенко Л. А. Пейоративна й інвективна лексика в міжособистісному конфлікті. Л. А. Білоконенко. *Філологічні студії: науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету*. 2012. Вип. 7, ч. 2. С. 119–127. URL: <https://surl.li/gydsmn>
3. Вакуленко 2023. Вакуленко А. Політичне маніпулювання в контексті розвитку інформаційного суспільства. *Актуальні питання сучасного соціогуманітарного знання: збірник наукових праць*. 2023. Вип. 4. С. 4–6. URL: <https://surl.li/kyitua>
4. Вербальне маніпулювання в соцмережах. Вербальне маніпулювання в соціальних мережах у Facebook, Instagram, Twitter, Telegram каналах. *Віртуальна реальність: мова, дискурс, комунікація: зб. наук. праць*. С. 8. URL: <https://surl.li/lmrnbn>
5. Вибір змісту висловлювання. Вибір змісту висловлювання як маніпулятивний фактор: змістовно-фактуальна та змістовно-концептуальна інформація. Базові концепти сугестивного висловлювання. С. 533-536. URL: <https://surl.li/soxrhw>
6. Галайчук 2013. Галайчук А.Ю Художні евфемізми та проблеми їх відтворення у перекладі. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2013. Вип. 46 (1). С. 231-239.
7. Герасімчук О. Лінгвальні маркери пропаганди в українських соцмережах. *Всеукраїнська наукова конференція Мовний простір сучасного світу*. С. 63-69. URL: <https://surl.li/qxfvkv>
8. Гізун 2013. Гізун А., Волинська В., Риндюк В., Гнатюк С. Основні параметри для ідентифікації порушника інформаційної безпеки. *Захист інформації*, Том 15, №1, січень-березень 2013. С. 66-74
9. Гоманюк 2024. Гоманюк О., Шуляк Н. Фейкова реальність: використання тролей, ботів, ельфів у гібридній війні. *Розділ II. Суспільні комунікації та*

- мовні універсалії, 2 (19). 2024. С. 99-116. URL: <https://relint.vnu.edu.ua/index.php/relint/article/view/390/358>
10. Гончар 2021. Гончар Г. Система визначення ботів на основі цифрового відбитку пристрою. 2021. С. 8-12. URL: <https://surl.li/nngjuk>
 11. Гребенюк 2019. Гребенюк М., Леонов Б. Проблеми протидії поширенню деструктивної пропаганди та дезінформації напередодні виборів: аналіз досвіду ЄС. Інформація і право. № 2(29)/2019. С. 82-89
 12. Гриньова 2023. Гриньова О., Кісляя А., Чала Л. Нейромережева модель виявлення ботів в соціальних мережах. *Біоніка інтелекту*. 2023. № 1. С. 79–85. URL: <http://bionics.nure.ua/article/view/252451/249709>
 13. Гришин 2024. Гришин М. Маніпулятивні технології у соціальних медіа: основні тактики. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Філологія. Випуск 3(13)*. 2024. С. 17-26. URL: <http://journals.maup.com.ua/index.php/philology/article/view/4429/4739>
 14. Гришко. Гришко Ю. Функціонування поняття окаяніалізм у сучасній лінгвістиці. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки. Випуск 175*. С. 149-152
 15. Демартіно 2020. Демартіно А. Криве дзеркало. Роль соціальних мереж в операції Російської Федерації з анексії Криму. Київ: Саміт-книга, 2020. С. 248.
 16. Демська 2014. Демська О. М. Омонім чи омоніми: лінгвістичний статус багатозначних слів. *Філологічні науки*. 2014. Вип. 37. С. 111–115.
 17. Дем'янчук 2025. Дем'янчук Ю., Яковчук Д. Мова як інструмент російсько-української гібридної війни. *Збірник тез наукової конференції Мова на кордоні*. 2025. С. 171-173. URL: <https://surl.li/izsqnr>
 18. Дисфемізм. Дисфемізм, Дифемізм. *Словник літературознавчих термінів*. URL: <https://onlyart.org.ua/dictionary-literary-terms/dysfemizm-dyfemizm/>
 19. Дмитрук 2011. Дмитрук О. Комплексне застосування маніпулятивних стратегій і тактик в англійських ЗМІ, що освітлюють події в Лівії. *Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики*. Вип. 20. 2011. С. 152-161.
 20. Коваленко 2019. Коваленко А. М., Марченко Т. С. Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англійських ЗМІ. *Науковий вісник МДУ. Серія: Філологія*. 2019. Вип. 38, ч. 1. С. 214-218. URL: http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v38/part_1/55.pdf
 21. Коваль. Коваль Д., Короткий Т., Інформаційна війна Російської Федерації проти України: оцінка міжнародного співтовариства. *Розділ 3. Агресія Російської Федерації проти України*. С. 863-871. URL: <https://surl.lu/mlldzug>

22. Кость 2013. Кость Г. Антитеза як стратегія побудови художнього тексту (на матеріалі роману *Le belle chocolatiere* Б. Пекасу-Кембрак). *Іноземна філологія*. 2013. Вип. № 125. С. 70–76.
23. Кузнецова 2016. Кузнецова І., Приходько Є. Особливості перекладу англійських семантичних неологізмів. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія*. 2016. № 25, т. 2. С. 186–188.
24. Кулеба 2022. Кулеба Д. Війна за реальність. Як перемагати у світі фейків, правд і спільнот. Київ : книголав, 2022. С. 384.
25. Курбан 2020. Курбан О. Специфіка створення та функціонування нелегальних локальних соціальних он-лайн мереж. Соціальні інновації та соціальні зміни. *Slovak international scientific journal # 47*. 2020. С. 45-51. URL: https://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/39786/1/O_Kurban_SISJ_3_IJ.pdf
26. Кутуза 2023. Кутуза Н., Тельпіс Д. Дезінформація як складник ІПСО в мегадискурсі: маніпулятивний аспект (на прикладі російсько-української війни періоду повномасштабного вторгнення). *Записки з українського мовознавства*. № 30. 2023. URL: <http://zum.onu.edu.ua/article/view/283887/283078>
27. Левін 2023. Левін О. Використання фейкових акаунтів як інструменту ІПСО під час українсько-російської війни. *Науковий вісник Дніпропетровського державного університету внутрішніх справ*. 2023. № 2. С. 89-94. URL: <https://er.dduvs.edu.ua/bitstream/123456789/12093/1/15.pdf>
28. Левченко 2013. Левченко О. Форми ведення інформаційної боротьби: практичний підхід до понятійного апарату. *Наука і оборона*. 2013. С. 21. URL: <https://surl.li/gmwhkg>
29. Мельниченко 2020. Мельниченко А. Ботоферми як феномен маніпуляції масовою свідомістю. *Соціально-комунікаційні та мистецтвознавчі процеси в аспекті історичного розвитку і сучасності*. 2020. С. 169–173. URL: <https://surl.li/udvxmy>
30. Мойсеєнко 2012. Мойсеєнко С. Метафора та метонімія як лексичні засоби творення образності мови в комп'ютерному дискурсі. *Наукові записки. Серія "Філологічна"*. 2012. Вип. 26. С. 218–221.
31. Молодецька-Гринчук 2017. Молодецька-Гринчук. К. Соціальні боти як інструмент деструктивного інформаційного впливу на акторів соціальних інтернет-сервісів. *Contemporary Innovation Technique of the Engineering Personnel Training for the Mining and Transport Industry*. 2017. С. 442-447. URL: https://okmm.nmu.org.ua/ua/2017/Molodetska_Hrynychuk.pdf
32. Мороз 2020. Мороз О. Боротьба за правду. Як мій дядько переміг брехню. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 160 с.

33. Мороз 2020. Мороз О. Нація овочів? Як інформація змінює мислення і поведінку українців. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. 288 с.
34. Нагорна 2023. Нагорна О. Мова як інструмент маніпуляції: стилістичний аналіз використання лексики у політичному й діловому дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. 2023. С. 64-68. URL: <https://surl.li/aeibfu>
35. Нелюба 2015. Нелюба А., Редько Є. Лексико-словотвірні інновації (2014) : словник / заг. ред. А. Нелюби. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна, Харків. іст.-філол. т-во. Харків. іст.-філол. т-во, 2015. С. 112. URL: <https://surl.li/nwbhwl>
36. Оверчук 2023. Оверчук О. Лінгвістичні засоби маніпулятивного впливу в сучасних медіатекстах. *Сучасні проблеми правового, економічного та соціального розвитку держави*. 2023. С. 148-150. URL: <https://surl.lu/tlsvdt>
37. Овсієнко 2018. Овсієнко І. Метафора в сучасному мовознавстві: тлумачення та класифікація. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Сер.: Філологія. 2018 №32 том 3. С. 105-110. URL: http://vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v32/part_3/31.pdf
38. Патрикаракос 2019. Патрикаракос Д. Війна у 140 знаках. Як соціальні медіа змінюють військовий конфлікт ХХІ століття / Д. Патрикаракос; пер. з англ. Ірина Рудько. Київ : Yakaboo Publishing, 2019. С. 352.
39. Певцов 2014. Певцов Г., Залкін С., Сідченко С., Хударковський К., Гордієнко А. Реалізація підходів інформаційної війни Російською Федерацією в сучасному інформаційному просторі України. *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України*. 2014. № 2(15). С. 10–13.
40. Померанцев 2020. Померанцев П. Це не пропаганда. Подорож на війну проти реальності. / пер. з англ. Оксана Форостина. Київ: Yakaboo Publishing, 2020. С. 288.
41. Почепцов 2015. Почепцов Г. Сучасні інформаційні війни. Київ: Києво-Могилянська академія, 2015. С. 497.
42. Почепцов 2021. Почепцов Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Харків: Віват, 2021. С. 384.
43. Почепцов 2016. Почепцов Г. Сенси і війни: Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах. Київ: Києво-Могилянська академія, 2016. С. 316.
44. Почепцов 2020. Почепцов Г. Фейк. Технології спотворення реальності. Київ: Києво-Могилянська академія, 2020. С. 224.
45. Почепцов 2017. Почепцов Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології ХХІ століття. Київ: Києво-Могилянська академія, 2017. С. 260.

- Пундик 2025. Пундик Т., Слободян В. Мова як засіб маніпуляції у контексті гібридної війни. *Media, війна, свідомість : матеріали міжнар. наук.-практ. конф.* 2025. С. 113–116. URL: <https://surli.cc/nbwxak>
47. Руда 2012. Руда О. Мовне питання як об'єкт маніпулятивних стратегій у сучасному українському політичному дискурсі: монографія. НАН України, Ін-т укр. мови. К., 2012. С. 185. URL: <https://salolj/040d2B2>
48. Сабов 2024. Сабов М. Сучасні проблеми виявлення ботів та фейків у соціальних мережах. *Modern problems of science, education and society.* 2024. С. 311-315. URL: <https://surl.lj/wasrez>
49. Стасюк 2025. Стасюк В., Кириченко А., Дикун В. Мова як інструмент інформаційного впливу у гібридних конфліктах. *Мова. Кордон. 2025: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції.* Львів 2025. С. 124-129. URL: <https://surl.lj/moyslqo>
50. Тарасов 2022. Тарасов. Д. Визначення параметрів профілів учасників ботоферм у соціальних мережах. *XI Міжнародна науково-технічна конференція Інформація, комунікація, суспільство 2022.* 2022. С. 174-175. URL: <https://surl.lj/ljomo>
51. Твердохліб 2023. Твердохліб Ю. Теоретичні підходи до дослідження інформаційно-психологічних операцій. *Публічне право та фінанси.* 2023. № 2. С. 84–90. URL: <https://visnukpfs.dp.ua/index.php/PFS/article/view/983/1404>
52. Требик 2022. Требик Л., Врублевська Є. Цифрові інструменти для пониження рівня поширення дезінформації через соціальні мережі та ЗМІ. *Становлення і розвиток місцевого самоврядування в Україні: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (7 грудня 2022 р.). Хмельницький: ХУУП, 2022.* С. 57–59. URL: <https://surl.lj/hcydzd>
53. Фаріон 2023. Фаріон І. Новоанглїцизми-персонономи в соціокультурному контексті. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Філологія.* 2023. Вип. 72. С. 45–52. URL: <https://surl.lu/zmikov>
54. Чік 2020. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ. *Література та культура Полісся.* Вип. 98. 2020. С. 231–238. URL: <https://litp.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/143/144>

55. Шемчук 2019. Шемчук В. Концептуальні підходи до розуміння інформаційної війни в сучасному світі. *Юридичний часопис Національного університету «Одеська юридична академія»*. 2019. № 30(69). С. 29–35. URL: <https://surl.li/nswzsd>
56. Шмаленко 2023. Шмаленко Ю. Використання інформаційно-психологічних операцій (ІПСО). У сучасній війні в Україні. *Актуальні проблеми сучасного соціогуманітарного знання*. № 4(6). 2023. С. 226–230. URL: <https://surl.li/xqlzbm>
57. Юзова 2020. Юзова. І. Аналіз організації та ведення інформаційно-психологічних операцій при веденні гібридної війни. *Збірник наукових праць Харківського національного університету Повітряних Сил*, 2020, 2(64). С. 40-44.
58. Юшков 2021. Юшков А.Г. Загрозливі тенденції використання ботоферм на шкоду державним інтересам України: механізми запобігання та протидії. *Інформація і право*. 2021. № 3(38). С. 90–98.
59. Addawood 2019. Addawood A., Badawy A., Lerman K., Ferrara E. Linguistic Cues to Deception: Identifying Political Trolls on Social Media. *Proceedings of the Thirteenth International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2019)*. С. 15–25. URL: <https://ojs.aaai.org/index.php/ICWSM/article/view/3205/3073>
60. Brazzoli 2020. Brazzoli M. Future prospects of information warfare and particularly psychological operations. *South African Army Vision 2020. Security Challenges Shaping the Future South African Army*. 2020. С. 217-232. URL: <https://surl.li/lisjgv>
61. Field Manual 3-05. 301 2003. Field Manual 3-05.301. Psychological Operations Tactics, Techniques, and Procedures. 2003 URL: <https://irp.fas.org/doddir/army/fm3-05-301.pdf>
62. Fuller 1993. Fuller J. The Foundations of the Science of War. 1993. С. 334. URL: <https://surl.li/cczikw>
63. GCSE English Definition. URL: <https://www.savemyexams.com/glossary/gcse/english-language/irony-definition/>

64. Khazhomia 2025. Khazhomia S. Using Trolls and Bots in Social Media: Propagandistic Influence on Public Opinion: A Literature Review. 2025. URL: <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/19234>
65. Klečková 2022. Klečková A. The Role of Cyber “Elves Against Russian Information Operations. 2022. C. 1-17. URL: <https://surl.li/gtduiy>
66. Libicki 1995. Libicki M. What is information Warfare? *National Defence University*. 1995. C. 104. URL: <https://apps.dtic.mil/sti/tr/pdf/ADA367662.pdf>
67. Lysenko 2023. Lysenko S., Marukhovskiy O., Krap A., Illiuschenko S., Pochapska O. The Analysis of World Information Warfare and Information Security in the Context of the Russian-Ukrainian War. *Studies in Media and Communication*. 2023. C. 150-158. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/marukhovskiy_0009.pdf
68. NATO 2007. NATO. Allied joint doctrine for psychological operations. 2007 URL: https://info.publicintelligence.net/NATO-PSYOPS.pdf?utm_source=chatgpt.com
69. Nurul 2023. Nurul A., Djatmika D., Sumarlam S., Diah K. Hedge Markers: A Study of Politeness and Gender in Media Interaction. *International journal of society, culture & language IGSCCL*. 2023. C. 226-241. URL: https://www.ijsccl.com/article_705298_d656f9404f66c1f1df4c1c474afd95ec.pdf
70. Polkovnichenko 2013. Polkovnichenko Y. Neologisms in modern English. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2013. № 12 (271), ч. I. C. 83–88.
71. Shulska. Shulska N., Kostusiak N., Mitlosh A., Pavlyuk I., Polyvach M., Mudryk A., Sushkova O. Information and psychological operations (IPSO) as a discovery of false narratives in the conditions of military conflict in the media. *Journal of interdisciplinary research*. C. 156-162. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/22192/1/A_23.pdf
72. Urman 2025. Urman A., Makhortykh M. Trolls, bots and everyone else: the analysis of multilingual social media manipulation campaigns on Twitter during

- 2019 elections in Ukraine. *East European Politics*. 2025. С. 97-116. URL: <https://surl.li/wxobrp>
73. Ventre 2009. Ventre D. "Information Warfare. Wiley. London. 2009. URL: <https://surl.li/busprw>
74. Woolley 2017. Woolley S., Guilbeault D. Computational Propaganda in the United States of America: Manufacturing Consensus Online. *Working Paper No. 2017.5*. С. 28. URL: <https://surl.li/lazsev>

Електронні ресурси:

75. Мислово. Словник "Мислово". Слово "майданутий". URL: <https://myslovo.com/?dictionary=майданутий>
76. Botometer. Botometer. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=GDMIKZPPRpc>
77. CD. Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/uk/dictionary/english/war>
78. CD. Cambridge dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/uk/dictionary/english/information>
79. Detector Media. Detector Media. URL: <https://go.detector.media/about/>
80. Digital Forensic Research Lab. Digital Forensic Research Lab (DFRLab, Atlantic Council). URL: <https://www.atlanticcouncil.org/issue/disinformation/>
81. EU DisinfoLab. EU DisinfoLab. URL: <https://www.disinfo.eu/about-us/>
82. Social bots. Social bots: in the battle for interpretative sovereignty in the information war. URL: <https://surl.li/odkint>
83. StopFake. StopFake. URL: <https://www.stopfake.org/uk/pro-nas/>
84. Wampler. Wampler B. AI among us: Social media users struggle to identify AI bots during political discourse. 2024. URL: <https://surli.cc/pvmhpt>
85. What is a bot? What is a bot? | Bot definition. URL: <https://www.cloudflare.com/learning/bots/what-is-a-bot/>
86. What is a bot. What is a bot: types and functions. URL: <https://www.ionos.co.uk/digitalguide/online-marketing/online-sales/what-is-a-bot/>

87. VoxCheck. VoxCheck. URL: <https://voxukraine.org/voxcheck>

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ НАЗВ ДЖЕРЕЛ ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. СУМ I: 12. Словник української мови: В 11 томах. Київ: Наук. думка, 1970-1980. Слово “автомат”. URL: <https://sum.in.ua/s/avtomat>
2. СУМ I – 669. Словник української мови: В 11 томах. Київ: Наук. думка, 1970-1980. Слово “війна”. URL: <https://sum.in.ua/s/vijna>
3. СУМ IV – 42. Словник української мови: В 11 томах. Київ: Наук. думка, 1970-1980. Слово “інформація”. URL: <https://sum.in.ua/s/informacija>
4. СУМ II: 275. Словник української мови: В 11 томах. Київ : Наук. думка, 1970-1980. Слово “диктатор”. URL: <https://sum.in.ua/s/dyktator>
5. СУМ III: 529. Словник української мови: В 11 томах. Київ : Наук. думка, 1970-1980. Слово “здаватися”. URL: <https://sum.in.ua/s/zdavatsja>
6. СУМ III: 664. Словник української мови: В 11 томах. Київ : Наук. думка, 1970-1980. Слово “знищувати”. URL: <https://sum.in.ua/s/znyshhuvaty>
7. СУМ IV: 189. Словник української мови: В 11 томах. Київ : Наук. думка, 1970-1980. Слово “клоун”. URL: <https://sum.in.ua/s/kloun>
8. СУМ V: 37. Словник української мови: В 11 томах. Київ : Наук. думка, 1970-1980. Слово “навмисно”. URL: <https://sum.in.ua/s/navmysno>
9. СУМ V: 331. Словник української мови: В 11 томах. Київ : Наук. думка, 1970-1980. Слово “нелегальний”. URL: <https://sum.in.ua/s/neleghaljniy>
10. СУМ X: 172. Словник української мови: В 11 томах. Київ : Наук. думка, 1970-1980. Слово “той”. URL: <https://sum.in.ua/s/toj>

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

ІПВ – інформаційно-психологічний вплив

ІПСО – інформаційно психологічна операція

СУМ – словник української мови

CD – Cambridge Dictionary

ДОДАТКИ

Додаток 1

База даних коментарів інтернет-ботів

Покликання: <https://surl.li/qsoewr>

Додаток 2


Таблиця




Кількісний розподіл коментарів інтернет-ботів за різними темами:

Тематика	Кількість коментарів
Політика (внутрішня і зовнішня)	59
Мобілізація	18
Війна	90
Мовна проблема	7
Релігійно-духовні наративи	5

Додаток 3

Приклади повідомлень (коментарів) інтернет-ботів

 **asrtt577**
спочатку бусифікують потім тримають як рабів заставивши працювати за копійки якщо людина може працювати закордоном і заробляти в рази більше ... 😂


1 д. Відповісти   9 



Додаток 4

 **61319sss**
Була ж справжня незалежність до той пори як мадануті привели кровавий американський мір!

1 д. Відповісти  10 

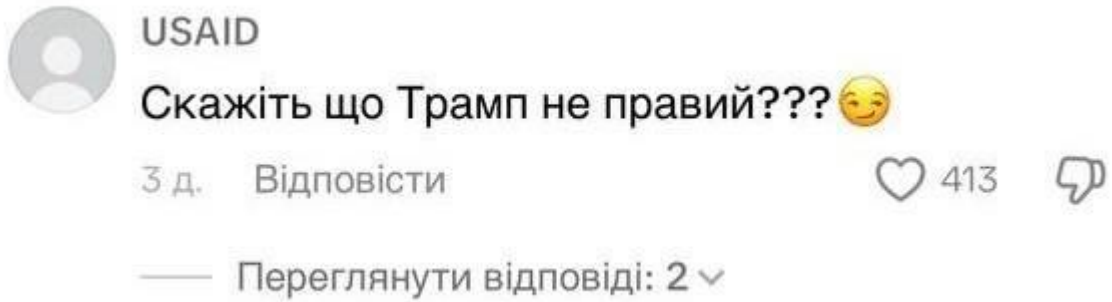
Додаток 5

 **Надежда Иващенко**
Нема і 4%.Вибори як можна скоріше.

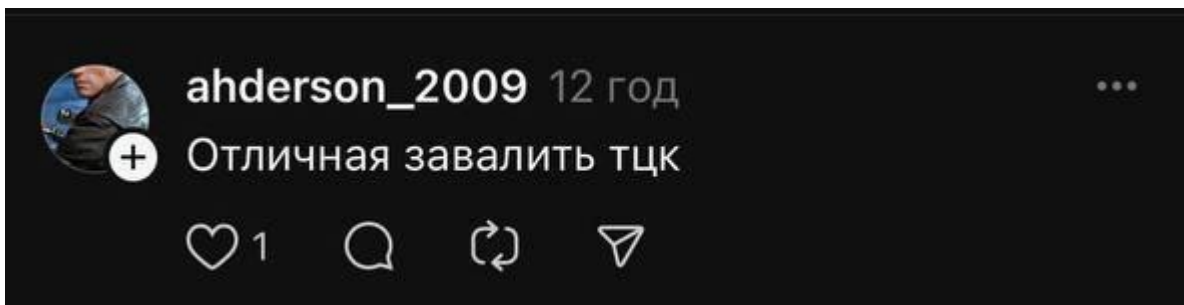
7 год. Відповісти  71 

— Перевірити відповіді 1

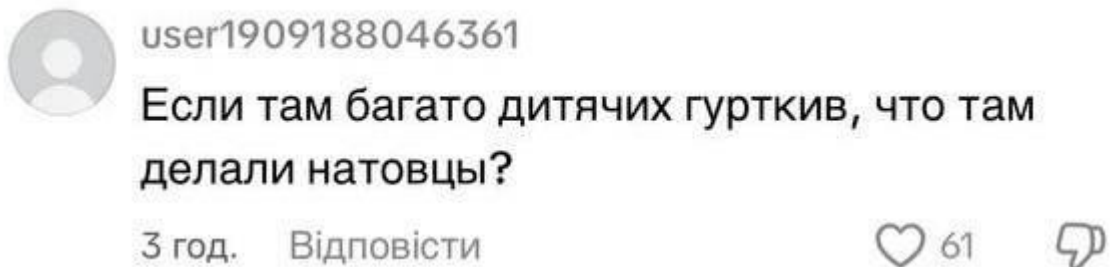
Додаток 6



Додаток 7



Додаток 8



Додаток 9

