



Manipulative Narratives in Socio-Political Social Media: Patterns of Dissemination and Audience Reception

Danylo Filonenko

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine

This article examines manipulative narratives in socio-political social media with a primary focus on the Ukrainian context and a comparative reference to Western research. A manipulative narrative is defined as a recurrent interpretive scenario that simplifies reality, distributes the roles of victim, culprit, and savior, intensifies emotions, and guides audiences toward predetermined political conclusions or behavioral responses. The theoretical framework integrates research on strategic narratives, discourse manipulation, priming, misinformation psychology, media trust, and platform amplification. Special attention is paid to the works of scholars affiliated with the Educational and Scientific Institute of Journalism of Taras Shevchenko National University of Kyiv, whose studies make it possible to connect motivation, cognitive activation, media trust, and contemporary manipulative techniques within one socio-communication perspective. Methodologically, the article combines analytical literature review, comparative analysis, platform analysis, and qualitative case study. The empirical focus includes recent Ukrainian cases circulating through Telegram, TikTok, Meta, and cross-platform networks: the narratives about “U.S. biolabs in Ukraine,” “Bucha as a staged event,” “black transplantology,” and delegitimizing videos about mobilization amplified through synthetic and decontextualized content. The study demonstrates that manipulative narratives are not limited to outright falsehoods. They can be built from true fragments rearranged through false causality, selective emphasis, pseudo-expertise, moral panic, visual proof, and emotional framing. Their dissemination is accelerated by engagement-oriented algorithms, social endorsement metrics, anonymous channels, coordinated amplification, short-video formats, and cross-platform migration. Audience reception is shaped by repetition effects, familiarity, identity filters, priming, emotional arousal, unequal levels of media literacy, and varying degrees of trust in institutions and media. It is *concluded* that the Ukrainian case is not peripheral to Western theory but a crucial field for its verification and development, especially under war conditions. Effective counteraction requires not only post hoc fact-checking but also prebunking, transparent sourcing, visual verification, researcher access to platform data, and platform-specific media literacy strategies.

Keywords: manipulative narratives, social media, disinformation, political communication, Ukraine

Citation: Філоненко Д. (2026). Маніпулятивні наративи в суспільно-політичних соціальних медіа: особливості поширення та сприйняття. *Наукові Записки Інституту Журналістики*, 88(1), 138–149. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2026.88.11>.

Copyright: © 2026 Danylo Filonenko. This is an open-access draft article distributed under the terms of the **Creative Commons Attribution License (CC BY)**. The use, distribution or reproduction in other forms is permitted, provided the original author(s) or licensor are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted if it does not comply with these terms.



Маніпулятивні наративи в суспільно-політичних соціальних медіа: особливості поширення та сприйняття

Данило Філоненко

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна

У статті досліджено маніпулятивні наративи в суспільно-політичних соціальних медіа з пріоритетом українського контексту та порівняльним залученням західного досвіду. Маніпулятивний наратив визначено як повторюваний інтерпретаційний сценарій, що спрощує складну реальність, розподіляє ролі жертви, винуватця і рятівника, емоційно активує аудиторію та підштовхує її до наперед заданих політичних висновків або поведінкових реакцій. Теоретичну рамку сформовано на перетині підходів до стратегічних наративів, дискурсивної маніпуляції, праймінгу, психології дезінформації, медіадовіри та платформної ампліфікації. Окрему увагу приділено працям науковців, пов'язаних із Київською традицією журналістики, що дає змогу поєднати мотиваційний, когнітивний, дискурсивний і платформний виміри аналізу. Методологічно дослідження поєднує аналітичний огляд літератури, порівняльний аналіз, платформний аналіз і якісний case study. Емпіричний блок зосереджено на українських кейсах, що поширювалися через Telegram, TikTok, Meta та міжплатформні мережі: «американські біолабораторії в Україні», «Буча як постановка», «чорна трансплантологія» та наративи делегітимації мобілізації, посилені синтетичним і вирваним із контексту відеоконтентом. Показано, що маніпулятивні наративи не зводяться до відвертої брехні: вони можуть будуватися і на правдивих фрагментах, якщо ті поєднуються через хибну причинність, вибірккову акцентуацію, псевдоекспертність, моральну паніку, візуальну «доказовість» та емоційне фреймування. Їх поширення прискорюють алгоритми, зорієнтовані на залучення, метрики соціального схвалення, анонімні канали, координоване підсилення, формати короткого відео та міжплатформна міграція. Сприйняття аудиторією визначають ефект повторення, знайомості, ідентифікаційні фільтри, праймінг, емоційне збудження, нерівномірний рівень медіаграмотності та відмінності у довірі до медіа й інституцій. Зроблено *висновок*, що український матеріал є не периферійним додатком до західної теорії, а ключовим простором її перевірки та розвитку в умовах війни. Протидія таким наративам потребує не лише фактчекінгу *post factum*, а й *prebunking*-підходів, прозорої атрибуції джерел, верифікації візуалів, доступу дослідників до платформних даних і платформно-адаптованої медіаграмотності.

Ключові слова: маніпулятивні наративи, соціальні медіа, дезінформація, політична комунікація, Україна

Соціальні медіа давно перестали бути лише середовищем міжособистісного спілкування і перетворилися на центральну інфраструктуру суспільно-політичної комунікації. Саме тут одночасно циркулюють новини, політичні інтерпретації, коментарі, емоційні реакції, візуальні докази, меми й мобілізаційні заклики. За такої конфігурації

Данило Філоненко  <https://orcid.org/0000-0001-7776-8374>

Цю статтю було опубліковано спочатку онлайн 11 травня 2026 р. Вона є результатом дослідження кандидата наук із соціальних комунікацій, доцента Данила Філоненка, проведеного в межах НДР кафедри друкованих медіа та історії журналістики ННІ журналістики КНУ імені Тараса Шевченка.

Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів. У розробленні дослідження, зборі, аналізі чи інтерпретації даних, у написанні рукопису спонсори участі не брали.

Кореспонденцію щодо цієї статті слід адресувати Данилові Філоненку: danylo.filonenko@gmail.com.



особливого значення набуває не просто неправдива інформація, а її більш складна форма – маніпулятивний наратив, який організовує розрізнені повідомлення у впізнаваний сюжет і пропонує аудиторії готову схему пояснення подій.

У західній літературі близькі за змістом явища описуються через концепти стратегічних наративів, дискурсивної маніпуляції, дезінформаційного порядку та платформної маніпуляції. Дослідники стратегічних наративів наголошують, що історії не тільки відображають реальність, а й задають рамки її сприйняття, формують уявлення про суб'єктів, причини та бажаний результат подій (Miskimmon et al., 2013; Roselle et al., 2014). У критичній дискурсивній традиції маніпуляція розглядається як зловживання символічною владою, коли комунікатор впливає на знання, оцінки та наміри аудиторії через контроль над контекстом і доступом до інтерпретацій (van Dijk, 2006).

Окремий вимір проблеми пов'язаний із цифровою архітектурою поширення. Дослідження показали, що неправдиві новини в онлайн-мережах здатні поширюватися швидше і глибше за правдиві, а сам ефект не зводиться лише до ботів чи технічних аномалій (Vosoughi et al., 2018). Вразливість користувачів зростає під дією метрик соціального схвалення, тобто лайків, поширень та інших сигналів колективного інтересу (Avram et al., 2020). Водночас емоційні та когнітивні механізми сприйняття, зокрема ефект повторення, знайомості, праймінг і дефіцит уваги до точності, пояснюють, чому навіть сумнівний контент набуває високої переконливості (Ecker et al., 2022; Pennycook & Rand, 2021).

Для України ця проблематика має особливу вагу. Повномасштабна війна, висока інтенсивність інформаційних атак, поширення воєнного, політичного і побутового контенту, а також важлива роль Telegram, TikTok і Meta створюють середовище, в якому маніпулятивні наративи циркулюють надзвичайно швидко. У таких умовах аудиторія часто змушена обирати між швидкістю отримання інформації та глибиною її перевірки, а неінституціоналізовані канали можуть конкурувати з професійними редакціями за увагу й довіру.

Теоретично значущим є й те, що українські дослідження дають інструменти для ширшого осмислення проблеми. Віталій Корнєєв і Тетяна Сашук показують, що мотиваційний компонент є принциповим для розуміння комунікаційного впливу, а отже, наратив слід аналізувати не лише як форму повідомлення, а і як механізм актуалізації потреб, страхів і очікувань (Корнєєв & Сашук, 2024). Юрій Гаврилець та Інна Белінська актуалізують теорію праймінгу як основу пояснення прихованих медіаефектів (Havrylets & Bielinska, 2025). Наталія Ващенко описує ядро російських пропагандистських наративів у контексті війни проти України (Ващенко, 2020). Вікторія Шевченко систематизує сучасні різновиди маніпуляцій в онлайн-медіа і соцмережах (Шевченко, 2025), тоді як Вадим Колодійчук пов'язує питання медіадовіри з ширшим полем когнітивного впливу (Колодійчук, 2025). Катерина Горська показує, що специфіка українського сегмента Telegram є не другорядною деталлю, а системною платформною умовою поширення маніпулятивного контенту (Horska, 2025).

Мета статті – визначити особливості конструювання, поширення та сприйняття маніпулятивних наративів у суспільно-політичних соціальних медіа, зіставивши західний досвід із українським матеріалом та надавши перевагу саме українському контексту. Для досягнення мети поставлено такі завдання: 1) окреслити теоретичні підходи до кваліфікації маніпулятивного наративу; 2) виявити ключові платформні механіки його поширення; 3) проаналізувати чинники аудиторного сприйняття; 4) зіставити західні та українські кейси; 5) сформулювати практичні висновки для журналістики та медіаполітики.



Метод

Стаття має характер аналітико-синтетичного дослідження з елементами порівняльного case study. Методологічну основу становлять аналітичний огляд наукової літератури, порівняльний аналіз, платформний аналіз, а також елементи наративного й дискурс-аналізу. Така комбінація методів дає змогу одночасно розглянути зміст маніпулятивних повідомлень, їх каналізування через архітектуру платформ та рецептивні механізми аудиторії.

До корпусу джерел увійшли англomовні й україномовні праці 2013–2025 років із комунікаційних студій, політичної психології, platform studies та досліджень дезінформації. Перевагу надано рецензованим статтям, монографіям та офіційним аналітичним звітам, а для українського блоку – також працям науковців, пов’язаних із Навчально-науковим інститутом журналістики. Додатково враховано аналітичні матеріали щодо функціонування Telegram, короткого відео та синтетичного контенту в умовах російсько-української війни.

Емпіричний фокус зосереджено на чотирьох показових українських кейсах, які репрезентують різні типи маніпулятивних наративів: «американські біолабораторії в Україні», «Буча як постановка», «чорна трансплантологія» та делегітимаційні сюжети про «наси́льницьку мобілізацію», посилені вирваними з контексту або синтетично згенерованими відеофрагментами. Для порівняння використано західні дослідження про виборчі дезінформаційні каскади, image-based misinformation у Facebook, а також звіти про координовані платформи маніпуляції.

Одиницями аналізу виступали: а) наративне ядро повідомлення; б) типовий емоційний тригер; в) платформна механіка ампліфікації; г) очікуваний когнітивний або поведінковий ефект. Обмеження дослідження полягають у відсутності власного великого computational dataset і в тому, що стаття не претендує на вичерпну репрезентацію всіх платформ. Натомість запропонований дизайн дає змогу виявити відтворювані закономірності, достатні для концептуалізації проблеми та для підготовки подальших емпіричних розвідок.

Результати та обговорення

Результати дослідження доцільно розглядати у взаємопов’язаних площинах: як теоретичне уточнення поняття маніпулятивного наративу, як опис платформних механік його циркуляції та як аналіз аудиторних умов сприйняття. Такий порядок дозволяє показати, що маніпулятивний ефект виникає не в одній точці, а формується послідовністю переходів – від інтерпретації події до її нормалізації в інформаційному середовищі.

Теоретичне визначення маніпулятивного наративу

У цій статті маніпулятивний наратив визначається як повторюваний інтерпретаційний сценарій, що не просто описує подію, а задає її причинно-наслідкову рамку, розподіляє ролі жертви, винуватця й рятівника, емоційно заряджає повідомлення та спрямовує аудиторію до наперед заданого висновку. Такий підхід дозволяє відмежувати маніпулятивний наратив від поодинокого фейку. Фейк може бути елементом наративу, але не є його обов’язковою умовою: наратив може будуватися і з правдивих фрагментів, якщо вони поєднані через хибну причинність, вибірково акцентуацію або псевдологічне пояснення (van Dijk, 2006; Miskimmon et al., 2013).

Саме тому поняття маніпулятивного наративу є продуктивним для аналізу соціальних медіа. Воно дозволяє охопити тексти, зображення, короткі відео, скріншоти, мему, псевдоінсайди, фрагменти документів і коментарі «експертів» як частини однієї



інтерпретаційної машини. Дезінформаційний порядок у цифровому середовищі функціонує не тільки через неправду, а й через підміну критеріїв оцінки та руйнування спільних підстав довіри до інституцій (Bennett & Livingston, 2018).

З позиції соціально-комунікаційного підходу важливо також враховувати мотиваційний вимір. Корнєєв і Сашук доводять, що комунікаційний вплив слід розуміти у зв'язку з мотиваційними механізмами, а отже, маніпулятивний наратив працює не лише як опис світу, а як інструмент актуалізації тривоги, страху, образи, уявлення про несправедливість або потреби в належності та безпеці (Корнєєв & Сашук, 2024). У свою чергу праймінг, про який пишуть Гаврилець і Белінська, пояснює, як через повторювані сигнали медіа активують готові асоціації та критерії оцінювання, роблячи певні інтерпретації більш доступними для свідомості (Havrylets & Bielinska, 2025).

Отже, маніпулятивний наратив слід розглядати на перетині щонайменше трьох рівнів: дискурсивного, когнітивного і платформного. На дискурсивному рівні він структурує значення; на когнітивному – активує асоціації, евристики та емоції; на платформному – пристосовується до алгоритмів, форматів і сигналів соціального схвалення. Саме така тривимірна модель дає змогу пояснити, чому деякі сюжети повертаються хвилями і відтворюються у різних медіаформах без істотної втрати переконливості.

Типи маніпулятивних наративів

Узагальнення західних та українських досліджень дає підстави виділити кілька стійких типів маніпулятивних наративів. Делегітимаційний наратив підриває довіру до інституцій, медіа, військових або експертів. Конспірологічний пояснює події через змови. Наратив хибної причинності пов'язує факти, між якими немає доведеного причинно-наслідкового зв'язку. Наратив моральної паніки апелює до загрози дітям, здоров'ю, релігії, нації або моральному порядку. Псевдорациональний наратив імітує аналітичність через цифри, посилання на документи та псевдоекспертів. Візуально-доказовий наратив спирається на силу зображення або відео, створюючи враження безпосереднього свідчення. Окрему групу становлять віктимізаційні та інверсійні наративи, коли агресор подається жертвою, а жертва – винуватцем.

Український матеріал показує, що ці типи рідко існують ізольовано. У більшості випадків ідеться про комбінацію двох або трьох логік одночасно. Наприклад, конспірологічний сюжет про «біолабораторії» водночас делегітимує західне партнерство, а наратив про «чорну трансплантологію» поєднує моральну паніку з псевдорациональними посиланнями на нібито документи та «свідчення». Саме гібридність робить такі конструкції особливо живучими.

Таблиця 1. Класифікація типів маніпулятивних наративів

Тип наративу	Наративне ядро	Типові прийоми	Очікуваний ефект
Делегітимаційний	«Інституції, медіа або влада не заслуговують на довіру»	узагальнення, моральна дискредитація, псевдоінсайд	ерозія довіри
Конспірологічний	«Подіями керує прихована сила»	таємні змови, недоведені зв'язки, псевдонаука	тривога, пошук ворога



Тип наративу	Наративне ядро	Типові прийоми	Очікуваний ефект
Хибної причинності	«Окремий факт доводить загальну закономірність»	cherry-picking, виривання з контексту, post hoc	спрощення складності
Моральної паніки	«Загроза вже поруч і вона стосується кожного»	шокові образи, імперативний тон, апеляція до дітей/здоров'я	реактивне поширення
Псевдорациональний	«Є документи, цифри, експерти, тому це правда»	маніпуляція статистикою, підміна експертності	легітимація хибі
Візуально-доказовий	«Фото або відео говорить само за себе»	скріншоти, монтаж, deepfake, обрізаний кадр	зниження критичності
Інверсійний віктимізаційний	«Агресор є жертвою, а жертва – винуватцем»	моральна інверсія, перевертання ролей	розмивання відповідальності

Джерело: узагальнено автором на основі праць T. van Dijk, A. Miskimmon, L. Roselle, B. Шевченко та сучасних досліджень цифрової дезінформації.

Платформні механіки поширення: західний і український контексти

Західні дослідження переконливо показують, що успіх маніпулятивних наративів не можна пояснити лише ідеологією або браком фактологічної точності. Значну роль відіграє сама архітектура уваги. У соціальних мережах перевагу отримує контент, який стимулює взаємодію, викликає емоцію, спрощує складність і піддається швидкому репосту. Саме тому платформи часто винагороджують не найбільш верифіковані, а найбільш реактивні повідомлення. До цього додаються метрики соціального схвалення, які виконують роль евристики: те, що вже привернуло увагу багатьох, сприймається як більш важливе або більш правдоподібне (Avram et al., 2020).

Ще один чинник – зростання ролі візуального контенту. Дослідження image-based misinformation на Facebook засвідчило, що значний обсяг політично оманливого контенту існує саме поза форматом посилання на сумнівний сайт; фотографії, меми, картки, колажі та відеофрагменти формують окремих пласт маніпулятивної комунікації (Yang et al., 2023). Це особливо важливо для середовищ, у яких користувач читає не повний текст, а лише перше враження від візуалу.

Український контекст відрізняється тим, що тут платформні механіки накладаються на воєнну терміновість і безпекову невизначеність. Telegram відіграє роль вузла, де поєднуються функції новинної стрічки, анонімного каналу, агрегатора чуток і оперативного сповіщення. Горська показує, що значна частина популярних українських Telegram-каналів має анонімну або непрозору власність, а це послаблює механізми суспільної відповідальності та ускладнює правове регулювання (Horska, 2025). Саме тому Telegram



нерідко стає стартовим майданчиком для вкиду, який потім мігрує до TikTok, Facebook, Instagram Reels, YouTube Shorts або X.

TikTok, своєю чергою, посилює вплив короткого емоційного відео. Тут переважає логіка не аргументу, а афекту та впізнаваного патерна. Вирваний із контексту ролик, підкріплений музикою, підписом і повтором у різних акаунтах, може виконувати функцію «доказу» навіть без пояснювального тексту. Meta-платформи дають інше середовище: тут маніпуляція часто подається у формі картинок із цитатами, каруселей, локальних груп і сторінок, де наратив закріплюється через коментарі, суперечки та локальне соціальне схвалення. Отже, українська інформаційна екосистема є не просто копією західної, а її більш загостреним варіантом, у якому міжплатформна циркуляція поєднується з війною та анонімністю.

Таблиця 2. Механіки поширення маніпулятивних наративів: Захід vs Україна

Вимір	Західний досвід	Український контекст
Платформне ядро	Facebook, X, YouTube, TikTok; акцент на виборах, поляризації та культурних війнах	Telegram, TikTok, Meta, YouTube; поєднання новинного, воєнного та побутового контенту
Пусковий чинник	engagement-логіка, політична конкуренція, кризи довіри	війна, безпекова невизначеність, потреба в оперативності
Підсилення	алгоритмічна рекомендація, координована неавтентична поведінка, image-based misinformation	анонімні канали, мережі репосту, міжплатформна міграція, коротке відео
Слабке місце аудиторії	партійна ідентичність, низька salience точності, інформаційна перевтома	тривога, високий темп споживання новин, довіра до неформальних каналів
Контрзаходи	fact-checking, accuracy nudges, prebunking, прозорість платформ	платформно-адаптована медіаграмотність, верифікація візуалів, протоколи роботи з Telegram і коротким відео

Джерело: узагальнено автором за матеріалами західних емпіричних досліджень та українських розвідок про Telegram, медіадовіру і платформну регуляцію.

Українські кейси маніпулятивних наративів

Наратив про «американські біолабораторії в Україні» є показовим прикладом довготривалої конспірологічної конструкції. Його сила полягає в тому, що він паразитує на реальних елементах міжнародної співпраці у сфері біобезпеки, але переозначає їх як частину прихованої військово-біологічної змови. У такому сюжеті працює одночасно кілька механізмів: конспірологічне пояснення, антизахідна рамка, псевдонаукова лексика, натяк на глобальну загрозу та моральна тривога. Ващенко ще у 2020 році показувала, що подібні російські наративи будуються на впливовених концептах і сильних емоціях (Ващенко, 2020); натомість у період повномасштабної війни ця логіка лише посилилася.



Кейс «Буча як постановка» демонструє інверсійний тип маніпуляції, коли задокументований злочин перетворюється на доказ вини жертви або на фальшивку, нібито створену для дискредитації агресора. Такі наративи апелюють до псевдоверифікації: збільшених стоп-кадрів, повторів окремих секунд відео, запитань у стилі «чому тут тінь не така» чи «чому тіло рухнуло». Їхня логіка не полягає у доведенні, а в засіванні сумніву. Навіть коли твердження швидко спростовується, сам сюжет працює на розмивання моральної ясності та на створення видимості «рівновіддалених версій».

Наратив про «чорну трансплантологію» належить до повідомлень моральної паніки. Його ядро – уявлення про торгівлю органами, дітей чи військових жертв як «ресурс», який нібито приховують міжнародні мережі. Такий сюжет особливо ефективний, бо поєднує сильну емоцію відризи з псевдодокументальністю. Він не вимагає складної аргументації: достатньо візуалу, заголовка і кількох нібито «свідчень». Унаслідок цього медичні й гуманітарні теми інструменталізуються для формування недовіри до українських і західних інституцій.

Нарешті, делегітимаційні сюжети про «наси́льницьку мобілізацію» і «тотальне безправ'я» ілюструють перехід до гібридної моделі, в якій вирвані з контексту реальні відео поєднуються із синтетично згенерованими або стилізованими роликами. Тут удар спрямований не тільки на внутрішню українську аудиторію, а й на зовнішнього спостерігача – передусім у європейському інформаційному просторі. Маніпуляція працює через серіалізацію: окремі ролики можуть бути різними, але вони збираються в один повторюваний сюжет про нібито нелегітимність української оборонної політики.

У всіх чотирьох випадках можна побачити одну спільну рису: наратив не живе в одному повідомленні. Він відтворюється серією адаптованих версій, які змінюють форму, але зберігають інтерпретаційне ядро. Саме завдяки цій серійності він переживає спростування і повертається в новому форматі – як мем, як скриншот, як «думка блогера», як коротке відео, як нібито аналітичний допис або як емоційний репост у локальній спільноті.

Таблиця 3. Українські кейси маніпулятивних наративів

Кейс	Наративне ядро	Канали формати /	Очікуваний ефект
«Американські біолабораторії в Україні»	конспірологічне тлумачення реальної міжнародної співпраці як військово-біологічної змови	Telegram, сайти, відеокomentarі, псевдоекспертні дописи	антизахідна тривога, делегітимація партнерств
«Буча постановка» як	інверсія відповідальності за документований воєнний злочин	соцмережі, стоп-кадри, псевдоверифікаційні треди, короткі відео	посів сумніву, моральна релятивізація
«Чорна трансплантологія»	моральна паніка навколо медицини, дітей і жертв війни	Telegram, Facebook, клікбейтні зображення, псевдосвідчення	емоційний шок, недовіра до інституцій



Кейс	Наративне ядро	Канали формати /	Очікуваний ефект
«Насильницька мобілізація» / синтетичні відео	делегітимація української оборонної політики через вирваний із контексту та AI-посилений контент	TikTok, X, Telegram, Reels, короткі ролики	демобілізаційний ефект усередині країни та репутаційні втрати назовні

Джерело: систематизація автора за матеріалами академічних і верифікаційних джерел.

Рисунок 1. Модель поширення маніпулятивного наративу



Побудовано на основі синтезу наратологічного, когнітивного та платформного підходів.

Сприйняття аудиторією: когнітивні, емоційні та довірчі чинники

Західні дослідження психології дезінформації переконливо показують, що сприйнятливість до маніпулятивних наративів не можна пояснити лише політичною упередженістю. Серед ключових чинників – ефект повторення, коли знайоме твердження здається правдоподібнішим; ефект легкості обробки, коли проста форма створює враження достовірності; емоційне збудження, яке знижує увагу до перевірки; а також низька помітність під час рішення «поширити чи ні» (Ecker et al., 2022; Pennycook & Rand, 2021; Pennycook et al., 2022).

Для українського випадку ці механізми посилюються війною. В умовах тривоги, постійних ризиків і високої інформаційної втоми аудиторія частіше покладається на швидкі евристики. Якщо повідомлення узгоджується з уже наявними страхами або з груповою ідентичністю, його шанси на прийняття зростають. Праймінг у цьому разі працює як механізм активації готових інтерпретацій: достатньо одного сигналу – слова, образу, маркера – щоб подальший матеріал сприймався у потрібній рамці (Havrylets & Bielinska, 2025).

Не менш важливим є чинник довіри до медіа. Колодійчук показує, що в Україні питання довіри дедалі більше слід розглядати не в межах вузької проблеми дезінформації, а як частину ширшого поля когнітивного впливу і цифрової трансформації медіапростору (Колодійчук, 2025). Це означає, що аудиторія оцінює не лише достовірність повідомлення, а й загальну легітимність медіаінституцій, джерела, формату подачі та платформного середовища. У ситуації, коли формальні інституції здаються повільними, а неформальні канали – оперативними, маніпулятивний контент отримує структурну перевагу.



Водночас дослідження інтервенцій свідчать, що вразливість не є фатальною. Підвищення помітності, prebunking-підходи, інюкуляція проти дезінформаційних тактик і своєчасний фактчекінг покращують розбірливість аудиторії, хоча їх ефект залежить від теми, політичної залученості та форми подачі (Walter et al., 2020; Traberg et al., 2022). Для України це означає необхідність переходу від загальної медіаграмотності до платформно-специфічної: окремо для Telegram, окремо для короткого відео, окремо для синтетичних візуальних матеріалів.

Практичні наслідки для журналістики та медіаполітики

Для редакцій ключовим висновком є те, що протидія маніпулятивним наративам не може обмежуватися реактивним спростуванням після вірального поширення. Ефективнішим є сценарій випередження: підготовка пакетів пояснювальних матеріалів до потенційно вразливих тем, візуальні гіди з перевірки фото і відео, прозора атрибуція джерел, а також чітке розмежування факту, оцінки та припущення. Особливо важливо не відтворювати ядро маніпулятивного твердження у сильній позиції заголовка або лід-абзацу.

Для журналістів важливо враховувати, що в цифровому середовищі наративи часто функціонують серійно. Тому спростування одного окремого вкиду не є достатнім, якщо не названо типову тактику: конспірологізацію, підміну причинності, візуальну фальсифікацію, псевдоекспертність або моральну паніку. У цьому сенсі праця Шевченко про різновиди маніпуляцій в онлайн-медіа і соцмережах є особливо корисною для практичної типологізації загроз (Шевченко, 2025).

Для медіаполітики й регуляторних стратегій український досвід вказує на потребу поєднання кількох підходів: підтримки якісних медіа, доступу дослідників до платформних даних, тиску на платформи щодо прозорості рекомендаційних систем і координованої протидії неавтентичним мережам. Випадок Telegram є особливо складним, бо йдеться не лише про ризики, а й про вже сформовану інфраструктуру комунікації з громадянами. Саме тому український підхід має бути не заборонним за замовчуванням, а аналітичним, диференційованим і чутливим до воєнного контексту.

Висновок

Маніпулятивні наративи в суспільно-політичних соціальних медіа становлять не сукупність окремих фейків, а стійкі системи інтерпретації, що працюють на стику дискурсу, когнітивної психології та платформної архітектури. Їхня сила полягає в тому, що вони поєднують емоційно впізнаваний сюжет із техніками селективної подачі фактів, візуальної «доказовості», псевдоекспертності та серійного відтворення в різних форматах.

Західні дослідження пояснюють загальні механізми такої динаміки – швидкі дезінформаційні каскади, роль engagement-метрик, вразливість до повторення і низьку увагу до точності. Проте український матеріал показує граничну інтенсифікацію цих закономірностей у ситуації війни. Центральна роль Telegram, анонімні канали, міжплатформна міграція контенту, короткі відеоформати та інформаційна втома аудиторії створюють середовище, де маніпулятивний наратив легко переходить від маргінального вкиду до нормалізованого сюжету.

Збагачення теоретичної рамки працями науковців дозволяє поєднати західні моделі з українським досвідом не механічно, а концептуально. Мотиваційна перспектива Корнєєва і Сашук, праймінгова рамка Гаврильця і Белінської, дослідження Ващенко про російські наративи, праця Шевченко про типи маніпуляцій, аналіз Колодійчука щодо медіадовіри та розвідка Горської про Telegram-інфраструктуру утворюють цілісне поле для подальших соціально-комунікаційних студій.

Практично це означає, що ефективна протидія маніпулятивним наративам потребує переходу від логіки «спростувати після віральності» до логіки «розпізнати модель до



масового поширення». Для цього потрібні prebunking, прозора атрибуція джерел, системна верифікація візуального контенту, платформа-специфічна медіаграмотність, підтримка якісної журналістики та розширення дослідницького доступу до цифрових платформ. Саме в такому поєднанні редакційної практики, наукового аналізу та медіаполітики вбачається найбільш перспективний напрям подальшої роботи.

Декларація про генеративний штучний інтелект та технології, що використовують штучний інтелект у процесі написання.

Під час підготовки цієї статті автор використовував інструмент штучного інтелекту – ChatGPT.

Штучний інтелект використовувався для попереднього структурування матеріалу, пошуку напрямів добору наукових джерел, формування чернеткових формулювань окремих фрагментів тексту, а також для технічного доопрацювання і форматування рукопису.

Після використання зазначеного інструменту всі запропоновані формулювання, посилання, фактичні дані та бібліографічні описи були додатково перевірені, відредаговані й остаточно затверджені автором.

Автор несе повну відповідальність за зміст рукопису, коректність цитування, точність фактів, інтерпретацію результатів, наукові висновки та дотримання норм академічної доброчесності.

Використання штучного інтелекту не підміняло авторського дослідження, авторської інтерпретації результатів і остаточного ухвалення всіх змістових рішень у тексті статті.

Посилання

- Avram, M., Micallef, N., Patil, S., & Menczer, F. (2020). Exposure to social engagement metrics increases vulnerability to misinformation. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(5). <https://doi.org/10.37016/mr-2020-033>.
- Bennett, W. L., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122–139. <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>.
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1, 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>.
- Havrylets, Y., & Bielinska, I. (2025). The role of priming theory in the media effects research paradigm. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 86(1), 63–73. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.86.5>.
- Horska, K. (2025). Prospects of regulating media resources on Telegram: Ukrainian experience. *Integrated Communications*, 1(19), 8–16. <https://doi.org/10.28925/2524-2652.2025.11>.
- Miskimmon, A., O'Loughlin, B., & Roselle, L. (2013). Strategic narratives: Communication power and the new world order. Routledge.
- NATO StratCom COE. (2023). Social media manipulation 2022/2023: Assessing the ability of social media companies to combat platform manipulation. NATO Strategic Communications Centre of Excellence.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388–402. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2021.02.007>.
- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G., & Rand, D. G. (2022). Nudging social media toward accuracy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 700(1), 152–164. <https://doi.org/10.1177/00027162221092342>.
- Roselle, L., Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2014). Strategic narrative: A new means to understand soft power. *Media, War & Conflict*, 7(1), 70–84. <https://doi.org/10.1177/1750635213516696>.
- Traberg, C. S., Roozenbeek, J., & van der Linden, S. (2022). Psychological inoculation against misinformation: Current evidence and future directions. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 700(1), 136–151. <https://doi.org/10.1177/00027162221087936>.



- van Dijk, T. A. (2006). Discourse and manipulation. *Discourse & Society*, 17(3), 359–383. <https://doi.org/10.1177/0957926506060250>.
- Vashchenko, N. M. (2020). Головні нарративи сучасної російської пропаганди як впливогенна проблематика в умовах консцієнтальної війни Росії проти України [The Main Narratives of Russian Propaganda as Impact-Generating Issues in Terms of Consciential War of Russia Against Ukraine]. *Scientific Notes of the Institute of Journalism*, 1(76), 180–201. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.76.15>.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>.
- Walter, N., Cohen, J., Holbert, R. L., & Morag, Y. (2020). Fact-checking: A meta-analysis of what works and for whom. *Political Communication*, 37(3), 350–375. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1668894>.
- Yang, Y., Davis, T., & Hindman, M. (2023). Visual misinformation on Facebook. *Journal of Communication*, 73(4), 316–328. <https://doi.org/10.1093/joc/jqac051>.
- Колодійчук, В. (2025). Довіра до медіа в Україні: чинники й тенденції [Trust in media in Ukraine: Factors and trends]. *Наукові Записки Інституту журналістики*, 86(1), 189–199. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2025.86.17>.
- Корнєєв, В., & Сашук, Т. (2024). Концептуальна кваліфікація мотивації в проєктуванні комунікаційних середовищ: ab ovo [Conceptual qualification of motivation in the design of communication environments: ab ovo]. *Наукові Записки Інституту Журналістики*, 85(2), 56–75. <https://doi.org/10.17721/2522-1272.2024.85.5>.
- Шевченко, В. (2025). Різновиди маніпуляцій в онлайн-медіа і соцмережах [Types of manipulations in online media and social networks]. *Образ*, 1(47), 6–18. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1\(47\)-6-18](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-6-18).

Received 19.03.2026
Approved 05.05.2026
Published 11.05.2026