

DOI 10.31909/26168774.2023-(61)-3
УДК 004:327.8:94(477)

**THE SOCIAL NETWORKS' NEW TECHNOLOGIES AND THEIR CONSEQUENCES
FOR INFORMATION WARFARE ON HISTORY OF UKRAINE**

**НОВІ ТЕХНОЛОГІЇ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА ЇХ НАСЛІДКИ ДЛЯ
ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОТИСТОЯННЯ НАВКОЛО ІСТОРІЇ УКРАЇНИ**

Кирило Мелєкєстєв

кандидат історичних наук
E-mail: k.melekestsev@donnu.edu.ua
ORCID: 0000-0003-4931-9576
Research ID: AAJ-9727-2020
Scopus: 57852205800
Донецький національний університет
імені Василя Стуса, Україна

Kyrylo Mieliekiestsev

PhD of Historical Science
E-mail: k.melekestsev@donnu.edu.ua
ORCID: 0000-0003-4931-9576
Research ID: AAJ-9727-2020
Scopus: 57852205800
Vasyl' Stus Donetsk National University,
Ukraine

ABSTRACT

The purpose of the article is to highlight the latest opinion-influencing technologies in western social networks, presented in the years 2022–2023, especially on Twitter, which may pose a threat to the interests of the Ukrainian state in the segment of information warfare surrounding the history of Ukraine. The article is focused on determining the key goals of information operations & their expected target audiences, along with explaining what innovative variations of influence technologies have appeared in recent years, as well as finding out which historical narratives are already being disseminated with the help of new technologies. The findings show variations in the message, manner, and source of anti-Ukrainian propaganda, depending on whether the intended audience is Ukrainian or English-speaking. In the first case, information operations are carried out through the messenger Telegram, the social network Facebook, and the video hosting YouTube; they are less focused on historical narratives, and mostly touch on contemporary topics, panic rumors, inciting social tension; they are aimed at people of venerable age and vulnerable economic status. In the second case, due to the English-speaking audience's lacking familiarity with contemporary or historical Ukraine, there is much more room for brash statements about the history of Ukraine, mostly with the use of Twitter, a popular social network amongst the Anglophones for reading world news. The years 2022-2023 demonstrated the vulnerability of the population to information operations using the latest technologies. In the Ukrainian case, representatives of the authorities repeatedly denied the rumors that spread in the Telegram messenger, though innovation here is minimal, rather, the scale of messaging has increased. In the Anglophone case, we are dealing with innovations by the new CEO and owner of Twitter, Elon Musk, which could play a significant role in what exactly counts as «verified information» for the millions of Twitter readers who are used to the old «verified profile» system. Firstly, the new paid «verification» opens the way for odious, extreme «news agencies» to spread reputations with a label, which in the earlier years of Twitter meant verified, officially registered mass media, greatly amplifying anti-Ukrainian voices in the Anglophone information space. Secondly, the CEO's own agenda on using his multi-million audience on Twitter to promote certain narratives on the history of Ukraine, both on his own, and by sharing others' anti-Ukrainian opinions. As for the narratives on the history of Ukraine, which are spread using the above-described latest technologies, the following have been observed: 1) «incorrect teaching of the history»; 2) «rewriting history» (aimed at Ukrainian users); 3) «artificiality of Ukraine's borders»; 3) «historically Russian Crimea before Khrushchev's mistake»; 4) «ethnic Russian

regions in Ukraine»; 5) «Ukrainian Khazar/Jewish historical symbols»; 6) «Ukrainian historical satanic symbols» (for English-speaking users).

Key words: *foreign influence, history of Ukraine, information warfare, social network, Twitter.*

Постановка проблеми. В умовах повномасштабної російсько-української війни одним із фронтів інформаційного протистояння стає історія України, яка, як і будь-яка історія у використанні гравців міжнародних відносин, містить у собі підґрунтя для легітимізації «історичної тягlosti» та територіальних претензій. Багато було написано про інтереси Москви щодо просування наративів про історію України, а саме того, що це за наративи та їх змісту. Але що стосується технологій того «як» просувати ці наративи, то європейські історики переважно орієнтуються на російськомовний простір. Між тим, в англomовному просторі просувалися і просуваються розповіді щодо історії України, які прямо впливають на її сприйняття масами людей, що дізнаються про світ у Інтернет-джерелах, особливо у соціальних мережах. Останні роки, пов'язані з повномасштабним російським вторгненням в Україну, відзначилися низкою змін у технологіях західних соціальних мереж, особливо в Twitter, який у попередні роки став важливим вузлом представництва держслужбовців, політиків, компаній, новинних агенцій, особливо серед англomовної аудиторії. Зміни, які ці технології можуть привнести до дискурсу, дозволивши новітні зовнішні впливи на сприйняття історії України, вимагають визначення, розкриваючи процеси, які залишаються «закулісними» для багатьох українців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Історіографія з теми інформаційного протистояння у вимір соціальних мереж в Інтернеті навколо історії України ґрунтується на двох аспектах: по-перше, які пропагандистські наративи щодо історії України є ключовими, по-друге, як саме історичний дискурс представлений у соціальних мережах. Перший з цих аспектів найбільш активно досліджується українськими авторами. У 2019 р. дослідники-історики Я. Грицак, К. Галушко, Я. Примаченко, Г. Єфіменко, С. Громенко, І. Гоменюк, О. Люк, О. Сороцинська, А. Кадельник зробили аналіз ключових наративів російської історичної пропаганди про Україну на той момент та свої коментарі до цих розповідей українських істориків. Ними було визначено шість наративів, що були виявлені в рамках аналізу російського сегменту Інтернету, який проводився за допомогою нейронних мереж та інших методів машинного навчання. Як вважають автори, ці описи демонструють як Москва «переосмислює українську історію, щоб виправдовувати свою військову агресію». Варто уваги те, що досліджені матеріали були перекладені й англійською мовою (Hrytsak Y. et al, 2019). Віддаючи повагу новітнім методам та ґрунтовності дослідження істориків, які не лише визначили, але й зробили доступними для англomовних читачів інформацію про ключові московські наративи про історію України, зазначимо, також, що хоча дослідження допомагає «ловити» промосковські розповіді в англomовних ЗМІ, воно ґрунтувалося на даних російськомовного сегменту мережі Інтернет, тим часом як в англomовному сегменті поширюються нові, видозмінені тези, орієнтовані на англomовні аудиторії.

Другий аспект є менш дослідженим в Україні, проте існують роботи, зацікавленні у значенні соціальних мереж для наукових досліджень. У 2015 р. історик О. Юркова виокремила соціальні мережі як «справді унікальне і специфічне історичне джерело, що поєднало у собі практично всі типи раніше відомих нам історичних джерел (письмові, кіно-фото-фонодокументи, етнографічні, лінгвістичні тощо). Головне не загубити його, збираймо/ фіксуймо якнайбільше» (Юркова, 2015). Сконцентрувавшись на Facebook, вона продемонструвала інформаційний потенціал дописів у соцмережах як історичного джерела. Щодо питання про те, як саме можуть використовуватися соціальні мережі для впливу на читача, варто приділити уваги роботам зарубіжних авторів останніх 2-х років. У нещодавній статті французької теоретики, політекономіст Харіс Папаєвангелу та історик і дослідник інтернет-технологій Нікос Смірнаїос, прийшли до висновків, що вторгнення російської

армії на територію України у 2022 р. продемонструвало значну важливість соціальних мереж як засобів інформаційної політики держави, при чому це стосується як сторони держави-агресора, так і союзників України. Як він зазначив: «Хоча власники мереж виявилися корисними для влади західних країн в її спробах протидіяти пропаганді, яка підтримується Росією, це коштуватиме значної ціни з точки зору обмеження свободи вираження думок і плюралізму інформації, доступної європейським громадянам, створюючи потенційно небезпечний прецедент. Платформи також виявилися легкою мішенню для Росії для подальшого придушення інакомислення на підконтрольній території. Ці заходи загрожують створенням двох окремих і відокремлених публічних сфер, що сприяє зростанню взаємної недовіри... Більш «правдивий» контент ніколи не перевершить дезінформацію, і платформи це знали, інакше вони взагалі не мали б політики щодо вмісту дописів... Тим не менш, не можна не запитати, що б робили ці платформи, якби їм довелося діяти проти когось, хто не був таким відверто зловмисним. Наразі сила, якою вони володіють, є реальною, як і здатність урядів чи небезпечних акторів використовувати її...» (Papaevangelou & Smyrnaioi, 2022). Походжуючись щодо ролі держав як ключових зацікавлених сторін в інформаційному протистоянні навколо історії, варто зазначити, що нинішні умови в мережі Інтернет ускладнюють можливість відрізнити контрольованих державою суб'єктів від повністю незалежних агентів, проте саме «порядок денний» власників мереж, їхні інтереси потребують подальшого дослідження, особливо коли в новій ситуації вони відрізняються від інтересів, декларованих теперішньою адміністрацією Сполучених Штатів, де зареєстрована компанія.

Мета статті – висвітлити новітні технології впливу у західних соціальних мережах, представлені останніми роками, особливо мережі Twitter, що можуть становити загрозу інтересам української держави в інформаційному протистоянні щодо історії України.

Серед **завдань статті**: визначити ключові цілі інформаційних операцій (очікувані аудиторії); пояснити, які варіації технологій впливу з'явилися із новаціями в соцмережах останніх років; виявити, які історичні наративи вже зараз розповсюджуються з допомогою нових технологій.

Виклад основного матеріалу. Серед завдань інформаційно-психологічних операцій, щодо найрізноманітніших інформаційних приводів, є охоплення якомога більшої аудиторії. Проте реакція різних аудиторій на подану інформацію буде різнитися в залежності від її наповнення, відповідності цього наповнення упередженості, світогляду, кругозору людей. Також велику роль грає мовний фактор. Просто кажучи, україномовним людям, обізнаним з теперішнім і минулим України, можна «годувати» одну пропаганду, а іномовним, які про Україну дізналися з останнього випуску новин, – іншу. Це стосується й пропаганди щодо історії України. Українські інституції, такі як Київський міжнародний інститут соціології, Інститут соціології НАН України, Internews Ukraine досліджували рівень довіри українського населення до різних джерел інформації, ставлення населення до медіа та споживання різних типів медіа. Відповідно до цих досліджень показує, що серед медіа, з яких українці дізнаються новини, лідирують Facebook (43%), YouTube (25%) і Telegram (20%). Проте такі дослідження розкривають вподобання саме української аудиторії («Відбувся вебінар», 2022). У випадку з англійською аудиторією ситуація інакша: користувачі мережі Інтернет у значній кількості отримують інформацію про світові новини з соціальної мережі Twitter, навіть ті, хто самі не зареєстровані у цій мережі (Rosentiel et al, 2015). Саме англійська аудиторія може стати найбільш вразливою до інформаційних впливів щодо формування ідеї про історію України, які розвертаються із новими технологіями у соцмережі Twitter.

Які соціальні та вікові категорії найбільш вразливі до інформаційних впливів? Хоча новітні зарубіжні дослідження свідчать, що думка про те, що люди поважного віку є більш сприйнятливими до неправдивої інформації в ЗМІ загалом, є помилковою (Pehlivanoglu et al, 2022), все ж варто зазначити про видимість проблем, пов'язаних із

пенсіонерами (як за віком, так і за іншими особливостями), які стають жертвами інформаційних атак. Інформаційні атаки, націлені на пенсіонерів, помічали українські урядовці та місцеві представники під час гібридної війни Кремля проти України. У міських радах повідомили, що пенсіонери запитують про чутки, які вони читали в месенджерах і соцмережах або чули від сусідів, які десь прочитали, про відмову в державних і комунальних послугах, якщо вони не переведуть свої пенсійні рахунки в 2020 році («У Львівській мерії», 2020). На 2022 рік припадає серія випадків, коли пенсіонери скаржилися владі на чутки про відмову в послугах, які вони бачили в мережі, зокрема в московських ЗМІ. Українські ЗМІ повідомляли про представників влади і самоуправління, які розвінчували чутки про відмову надавати послуги і продовжувати виплату пенсій біженцям (Бойко, 2023), програми підтримки ООН, які надають перевагу молодим людям, а не літнім громадянам («ЦПД спростував фейки», 2022), дефіцит товарів широкого вжитку й продуктів («Фейк У Києві», 2022), тривожні політичні та історичні наративи (Ілюк, 2023). Останнє явище може здатися найменш реалістичним. Врешті, як саме соціальні мережі в Інтернеті можуть використовуватися для поширення історичних наративів (або фальшивої інформації про історичні наративи), коли вивчення історії є тривалим процесом, в основному пов'язаним для більшості людей із шкільною освітою? У мережі Інтернет у так звану «епоху постправди» це може відбуватися через поширення агентами впливу інформації, яка «викриває, як вчать історію діти», або «доносить правду, про яку вам не розповідають ті, хто тримає владу». Інформація може поширюватися як у вигляді наративів окремих тематичних блогів, так і як коментарі до популярних новин, блогів, інших сторінок, у випадку яких неможливо відрізнити пересічного користувача від навмисного агента впливу. В залежності від мовного, соціального, вікового бар'єру зміст інформації може змінюватися: від довгих текстів про «справжню історію» до швидких коментарів із «влучними» зображеннями та апеляцією до тієї чи іншої характеристики очікуваного читача: упереджень, ностальгії, релігійних сповідань, регіонального походження (Mieliekiestsev, 2020).

Вкрай проблематичним аспектом інтернет-виміру інформаційного протистояння було і залишається широке поле для маніпуляцій. Із запевненнями органів державної влади про необхідність «довіряти лише офіційним джерелам» у кризових випадках агенти інформаційного впливу працювали над популяризацією «альтернативних» медіа, «прихованої» правди, культивуванням недовіри до «мейнстріму» у порівнянні з анонімними мікро- та макроінфлюенсерами, що призводило до перемінних успіхів (Mieliekiestsev, 2020). Найпопулярніша серед представників влади, громадянського суспільства, політиків і медіа платформа, соціальна мережа Twitter, опинилася у центрі дискусій про сутність і необхідність верифікації після купівлі компанії мільярдером І. Маском у 2022 р. – під гаслом «боротьби із ботами» І. Маск самовладно вирішив поміняти статус-кво у підвладному йому масивному полі інформаційного протистояння. Раніше верифікація облікових записів державних діячів, медіа, зірок інших відбувалася шляхом надання підтверджувальних даних про те, що профіль дійсно веде та сама особа, або її легальні представники. Відповідно, користувачам було легко відстежувати офіційні записи від пародійних, анонімних інфлюенсерів – і останні будували імідж навколо цієї анонімності. За рішенням І. Маска, верифікація стала означати готовність сплачувати певну суму грошей, надаючи можливість багатьом раніше «крайнім» платформам отримати «верифікацію», ставши в один ряд з авторитетними ЗМІ. Випадки з попереднім викриттям у Twitter у 2018 р. «облікового запису Республіканської партії в Теннессі», який виявився під управлінням з Москви, тепер неможливі через нову політику «верифікації за гроші» (Moynihan, 2022).

Проблема актуалізувалася надалі у 2023 р., коли І. Маск оголосив, що лише «платні» облікові записи отримують можливість брати участь в опитуваннях у соцмережі, а також з'являтися серед рекомендацій для користувачів. Це може якісно змінити попередню

картину інформаційного впливу, з отриманням раніше «крайніми» агентами впливу значно вищої статусності, із можливістю полишити ряди «мікроінфлюенсерів» («Участь в опитуваннях», 2023). Прикладом такого запису є DailyNoah, чия назва і логотип мімікрує під відомі західні ЗМІ, з отриманням «верифікації» назбирав майже двадцять тисяч читачів з підпискою (при охопленні постів на більше ніж 150 тисяч переглядів), більшість постів якого стосуються консервативного та реакційного порядку денного в США, але також торкаються Україну як союзницю «ліберального та прогресивного порядку денного» в США. Такий «верифікований» запис поширює й інформаційні атаки проти історії України. До популярного в російськомовному середовищі мережі Інтернет штампу про «Тризуб як хозарську тамгу» додається ще один аспект, орієнтований на американського глядача. Крім подання «хозарського символу» (з антисемітською конотацією) приєднується нібито «символ Молоха», давнього фінікійського божества, що фігурує в теоріях змови американських правих як символ «сатанинської еліти» (DailyNoah.com, 2023; Kilander, 2022; Carlson, 2021: 36-37). Таке звернення до історії України, побудова зв'язків між нею та американськими пострахами з категорії «Satanic Panic» може значно легше налаштувати консервативні маси проти України і проукраїнської політики теперішньої американської адміністрації ніж абстрактні згадки про «слабку державу» та «історично російські території» (категорії, які за бажанням можна використати щодо інших тривалих американських союзників). І тепер за \$7 подібні наративи можна розповсюджувати на Twitter під виглядом «верифікованих» ЗМІ – хоча нинішня назва «синьої галки» біля профілю офіційно називається «Twitter Blue», керівництво компанії на чолі з І. Маском продовжує говорити про процес отримання платного статусу як «верифікацію» («Участь в опитуваннях», 2023).

Окрім того, що нововведення в одній з найбільших соціальних мереж дозволяють отримати статусність раніше ігнорованим суб'єктам інформаційного протистояння, обрання саме Twitter як основної мережі для презентації інформаційної політики державними інституціями, політиками, компаніями, знаменитостями призводить до, по-перше, збільшення статусності самої мережі, а, по-друге, зближенню людей у найрізноманітніших країнах в дискурсі щодо «навколоісторичної» тематики, незалежно від обізнаності в темі. Типова поведінка «селебриті-інфлюенсерів», які обережно просували той чи інший продукт чи наратив в залежності від порад чи навіть прямого контролю PR-відділу поступається безапеляційним, голосним і впевненим твердженнями на багатомільйонну аудиторію. Мова про дискусію щодо історичного минулого і територіальної цілісності спровокованої особистими заявами нового власника Twitter І. Маска, який підхопили політики, політексперти, знаменитості, та й мільйони користувачів у США та низці інших країн. Незважаючи на власну необізнаність у питаннях історії, озброєний Вікіпедією та електоральними мапами України І. Маск розповів про «помилку Хрущова» щодо Криму та території «російської більшості», на що в українському медійному просторі відповіли пропозицією «надіслати книжку з історії України». Але саме заяви мільярдера-власника соцмережі отримали багатомільйонну аудиторію і розголос, донесли до людей, які ніколи не знайомилися з історією України, ідею про те, що та володіє Кримом через «помилку», а цілі регіони бажають приєднатися до Москви, тому там потрібно провести нові, правильні референдуми (Elon Musk, 2022; «Сергій Притула надіслав», 2022).

Висновки. Ключові цілі інформаційних операцій змінюються в залежності від очікуваної аудиторії. Багато залежить від того чи ця аудиторія україномовна чи англomовна. В першому випадку інформаційні операції здійснюються через месенджер Telegram, соцмережу Facebook, відеохостинг YouTube; меншою мірою розкривають історичні наративи, а здебільшого торкаються сучасної тематики, панічних чуток, нагнітання соціальної напруги; орієнтовані на людей поважного віку та вразливого економічного стану. У другому випадку через меншу обізнаність людей з українськими реаліями та

минулим є значно більше маневру для «голосних» заяв про історію України, з використанням популярної для отримання новин у світі соціальної мережі Twitter.

2022–2023 роки продемонстрували вразливість населення до інформаційних операцій за допомогою новітніх технологій. В українському випадку представники влади неодноразово спростовували чутки, які ширилися в месенджері Telegram, викликаючи обурення громадян, залежних від державної допомоги. Проте ці технології самі собою не є новими, збільшилась лише кількість і поширеність інформаційних операцій. В англomовному випадку маємо справу з нововведеннями нового власника Twitter, І. Маска, які можуть зіграти значну роль щодо того, що саме вважається «перевіреною інформацією» для мільйонів читачів Twitter, які звикли до старої системи «перевічених дописів». По-перше, це заміна верифікації справжності офіційних персон, представництв та компаній на платну верифікацію для всіх облікових записів, готових заплатити певну суму: це відкриває шлях для одіозних, крайніх «новинних агенцій» розповсюджувати репутацію з позначкою, яка в попередні роки Twitter означала перевірені, офіційно зареєстровані ЗМІ – таким чином, відбувається посилення антиукраїнських голосів у англomовному інфопросторі. По-друге, це поведінка нового власника мережі, який використовує свій авторитет і багатомільйонну аудиторію для просування певних тез щодо історії України, як від свого імені, так і поширюючи інші дописи у своєму мікроблозі.

Серед пропагандистських наративів щодо історії України, які розповсюджуються шляхом новітніх технологій в останні роки спостерігаються наступні: 1) «неправильне викладання історії України в школі»; 2) «переписування історії» (спрямоване на українських користувачів); 3) «штучність кордонів України»; 4) «історично російський Крим до помилки Хрущова»; 5) «етнічні російські регіони в Україні»; 6) «українська історична символіка хозарська/єврейська»; 7) «українська історична символіка сатанинська» (для англomовних користувачів).

ДЖЕРЕЛА І ЛІТЕРАТУРА

Бойко І. РФ вигадала новий фейк про пенсії українців: РНБО спростовує. УНІАН. 2022. 18 липня. URL: <https://www.unian.ua/society/uf-rozpustila-noviy-feyk-pro-pensiji-ukrajinciv-novini-ukrajini-11870646.html>

Відбувся вебінар «Як не стати жертвою інформаційних операцій у соціальних медіа». Львівський національний університет імені Івана Франка. 2022. 2 лютого. URL: <https://lnu.edu.ua/vidbuvsia-vebinar-yak-ne-staty-zhertvoiu-informatsiynykh-operatsiy-u-sotsialnykh-media/>

Ілюк К. Інформаційна війна – це не тільки фейки. DM Media Sapiens. 31 березня. 2022. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplivi/post/29264/2022-03-31-informatsiyna-viyna-tse-ne-tilky-feyky/>

Сергій Притула надіслав Ілону Маску книжку з історії України. LB.ua. 2022. 13 жовтня URL: https://lb.ua/culture/2022/10/13/532495_sergiy_pritula_nadislav_ilonu_masku.html

У Львівській мерії спростували фейк, що пенсіонери не отримають субсидію, якщо не знімуть пенсію з картки. Leopoldis. 2020. 21 квітня. URL: <http://www.leopolis.news/page/20020/10/u-lvivskiy-meri-sprostuvaly-feyk-shcho-pensionery-ne-otrymayut-subsydiyu-yakshcho-ne-znimut-pensiyu-z-kartky>

Участь в опитуваннях у Twitter зможуть брати лише верифіковані користувачі. Detector Media. 2023. 28 березня. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/31517/2023-03-28-uchast-v-opytuvannyakh-u-twitter-zmozhut-braty-lyshe-veryfikovani-korystuvachi/>

Фейк У Києві пенсіонери б'ються за дефіцитний цукор. Disinfo Detector Media. 2022. 14 жовтня URL: <https://disinfo.detector.media/post/u-kyievi-pensionery-biutsia-za-defitsytny-tsukor>

Scientific Bulletin of the Izmil State University of Humanities.
Section Historical Sciences. Issue 61.

ЦПД спростував фейки про грошову допомогу пенсіонерам від ООН. UNIAN. 2022. 10 квітня. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3547121-cpd-sprostuvav-fejki-pro-groshovu-dopomogu-pensioneram-vid-oon.html>

Юркова О. Facebook як новий тип історичного джерела: спроба характеристики та практичні завдання архівування документів. *Спеціальні історичні дисципліни: питання теорії та методики*. 2015. Ч. 25. С. 31-48.

Carlson N. Faith Down the Rabbit Hole: A Critical Rhetorical Interrogation of Q-Anon and Parasitic Christianity. The Keep. 2021. URL: <https://thekeep.eiu.edu/theses/4910/>

DailyNoah.com. Now does it make sense? Twitter. 2023. March 28. URL: <https://twitter.com/DailyNoahNews/status/1640055988488228864>

Hrytsak Y., Halushko K., Prymachenko Ya, Yefimenko H., Hromenko S., Homeniuk I., Yermolenko V., Iliuk O., Sorotsynska O., Kadelnyk A. Re-Vision of history. Russian historical propaganda and Ukraine. ed. by V. Yermolenko. K.I.S. 2019.

Kilander G. Trump shares demon god, child sacrifice conspiracies hours before 2024 announcement. Independent. 2022. November 15. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/donald-trump-announcement-conspiracy-theory-qanon-b2225637.html>

Mieliekiestsev K. The «Post-truth era» and its effects on public perception of Georgian and Ukrainian history. 15th International Silk Road virtual conference. Conference Proceedings (Silk Road 2020). *Road Conferences*. October 09-10. Tbilisi, Georgia, 2020. P. 24-32.

Moynihan D. Three reasons to worry about Elon Musk at Twitter. Can We Still Govern? 2022. November 1. URL: <https://donmoynihan.substack.com/p/three-reasons-to-worry-about-elon>

Musk E. Below is the electoral map of 2012. Blue is the pro-Russia party. Twitter. 2022. October 6. URL: <https://twitter.com/elonmusk/status/1577839258714476544>

Papaevangelou C. & Smyrniaios N. The War in Ukraine Exposes Social Media as a Tool of the State. Tech Policy Press. 2022. March 12. URL: <https://techpolicy.press/the-war-in-ukraine-exposes-social-media-as-a-tool-of-the-state/>

Pehlivanoglu D., Lighthall N. R., Lin T., Chi K. J., Polk R., Perez E., Cahill B. S., & Ebner N. C. Aging in an «infodemic»: The role of analytical reasoning, affect, and news consumption frequency on news veracity detection. *Journal of Experimental Psychology: Applied*. 2022. №28(3). P. 468-485. URL: <https://doi.org/10.1037/xap0000426>

Rosenstiel T., Sonderman J., Loker K., Ivancin M., & Kjarval N. Twitter and the News: How people use the social network to learn about the world. American Press Institute. 2015. September 2. URL: <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/how-people-use-twitter-news/single-page/>

REFERENCES

Carlson N. (2021). Faith Down the Rabbit Hole: A Critical Rhetorical Interrogation of Q-Anon and Parasitic Christianity. The Keep. [in English]. URL: <https://thekeep.eiu.edu/theses/4910/>

Hrytsak Y., Halushko K., Prymachenko Ya, Yefimenko H., Hromenko S., Homeniuk I., Yermolenko V., Iliuk O., Sorotsynska O., Kadelnyk A. (2019). Re-Vision of history. Russian historical propaganda and Ukraine. ed. by V. Yermolenko. K.I.S.

Kilander G. (2022). Trump shares demon god, child sacrifice conspiracies hours before 2024 announcement. Independent. November 15. [in English]. URL: <https://www.independent.co.uk/news/world/americas/us-politics/donald-trump-announcement-conspiracy-theory-qanon-b2225637.html>

Mieliekiestsev K. (2020). The «Post-truth era» and its effects on public perception of Georgian and Ukrainian history. 15th International Silk Road virtual conference. Conference Proceedings (Silk Road 2020). Silk Road Conferences. October 09-10. Tbilisi, Georgia. P. 24-32. [in English].

Moynihan D. (2022). Three reasons to worry about Elon Musk at Twitter. Can We Still Govern? November 1. [in English]. URL: <https://donmoynihan.substack.com/p/three-reasons-to-worry-about-elon>

Musk E. (2022). Below is the electoral map of 2012. Blue is the pro-Russia party. Twitter. October 6. [in English]. URL: <https://twitter.com/elonmusk/status/1577839258714476544>

Papaevangelou C. & Smyrnaio N. (2022). The War in Ukraine Exposes Social Media as a Tool of the State. Tech Policy Press. March 12. [in English]. URL: <https://techpolicy.press/the-war-in-ukraine-exposes-social-media-as-a-tool-of-the-state/>

Pehlivanoglu D., Lighthall N. R., Lin T., Chi K. J., Polk R., Perez E., Cahill B. S., & Ebner N. C. (2022). Aging in an «infodemic»: The role of analytical reasoning, affect, and news consumption frequency on news veracity detection. *Journal of Experimental Psychology: Applied*. № 28(3). P. 468-485. [in English]. URL: <https://doi.org/10.1037/xap0000426>

Rosenstiel T., Sonderman J., Loker K., Ivancin M., & Kjarval N. (2015.). Twitter and the News: How people use the social network to learn about the world. American Press Institute. September 2. [in English]. URL: <https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/survey-research/how-people-use-twitter-news/single-page/>

Boyko I. (2022). RF vyhadala novyi feik pro pensii ukrainsiv: RNBO sprostovuie [The RF have thought up a new fake about the Ukrainians' pensions: the NSDC is debunking it]. UNIAN. June 18. [in Ukrainian]. URL: <https://www.unian.ua/society/uf-rozpustila-noviy-feyk-pro-pensiji-ukrajinciv-novini-ukrajini-11870646.html>

Vidbuvsia vebinar «lak ne staty zhertvoiu informatsiinykh operatsii u sotsialnykh media». (2022). [The webinar «How not to become a victim of information operations in social media» was held] Lvivskiy natsionalnyi universytet imeni Ivana Franka. February 2. [in Ukrainian]. URL: <https://lnu.edu.ua/vidbuvsia-vebinar-yak-ne-staty-zhertvoiu-informatsiinykh-operatsiy-u-sotsialnykh-media/>

Iliuk Ks. (2022). Informatsiina viina – tse ne tilky feiky [Information war – it's not only about fakes]. DM Media Sapiens. March 31. [in Ukrainian]. URL: <https://ms.detector.media/propaganda-ta-vplyvi/post/29264/2022-03-31-informatsiyna-viyna-tse-ne-tilky-feiky/>

Serhii Prytula nadislav Ilonu Masku knyzhku z istorii Ukrainy [Serhiy Prytula sent Elon Musk a book on the history of Ukraine]. (2022). LB.ua. October 13. [in Ukrainian]. URL: https://lb.ua/culture/2022/10/13/532495_serhiy_prytula_nadislav_ilonu_masku.html

U Lvivskii merii sprostuvaly feik, shcho pensionery ne otrymaiut subsydiu, yakshcho ne znimut pensiiu z kartky. (2020). Leopoldis. April 21. [in Ukrainian]. URL: <http://www.leopolis.news/page/20020/10/u-lvivskiy-meri-sprostuvaly-feyk-shcho-pensionery-ne-otrymayut-subsydiy-u-yakshcho-ne-znimut-pensiyu-z-kartky>

Uchast v opytuvanniakh u Twitter zmozhut braty lyshe veryfikovani korystuvachi (2023). Detector Media. March 28. [in Ukrainian]. URL: <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/31517/2023-03-28-uchast-v-opytuvannyakh-u-twitter-zmozhut-braty-lyshe-veryfikovani-korystuvachi/>

Feik U Kyievi pensionery b'iutsia za defitsytnyi tsukor. (2022). Disinfo Detector Media. October 14. [in Ukrainian]. URL: <https://disinfo.detector.media/post/u-kyievi-pensionery-biutsia-za-defitsytnyi-tsukor>

TsPD sprostav feiky pro hroshovu dopomohu pensioneram vid OON. (2022). UNIAN. August 10. [in Ukrainian]. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3547121-cpd-sprostav-fejki-pro-groshovu-dopomogu-pensioneram-vid-oon.html>

Yurkova O. (2015). Facebook yak novyi typ istorychnoho dzherela: sproba kharakterystyky ta praktychni zavdannia arkhivuvannia dokumentiv [Facebook as a new type of historical source: attempted characterization and practical tasks of document archiving]. *Spetsialni istorychni dystsypliny: pytannia teorii ta metodyky*. Issue 25. P. 31-48. [in Ukrainian].

DailyNoah.com. (2023). Now does it make sense? Twitter. March 28. [in English]. URL: <https://twitter.com/DailyNoahNews/status/1640055988488228864>

АНОТАЦІЯ

У статті висвітлюються новітні технології впливу у соціальних мережах, що використовувалися у 2022–2023 рр., особливо в мережі Twitter та можуть становити загрозу інтересам української держави в інформаційному протистоянні щодо історії України. Отримані результати свідчать про варіації змісту, способу та джерел розповсюдження антиукраїнської пропаганди залежно від того, на україномовну чи англomовну аудиторію переслідують суб'єкти інформаційного протистояння. У першому випадку інформаційні операції здійснюються через месенджер Telegram, соціальну мережу Facebook, відеохостинг YouTube; були орієнтовані на історичні наративи, а здебільшого торкалися гострих проблем сучасності, панічних чуток, розпалювання соціальної напруги; орієнтувалися на людей поважного віку та вразливих за економічним становищем. У другому випадку, через недостатню обізнаність англomовної аудиторії з сучасним чи минулим України, у пропагандистів більше простору для зухвалих висловлювань про історію України, переважно з використанням Twitter, популярної соціальної мережі для знайомства зі світовими новинами серед англomовних. 2022 – 2023 роки продемонстрували вразливість населення до інформаційних операцій з використанням новітніх технологій. В україномовному середовищі представники влади неодноразово спростовували чулки, які поширювалися в месенджері Telegram, хоча інновації спостерігаються мінімальні, скоріше збільшився масштаб поширення повідомлень. У випадку англomовному випадку ми маємо справу з інноваціями нового власника Twitter Ілона Маска, які можуть якісно змінити, що саме вважається «перевіреною інформацією» для мільйонів читачів Twitter, які звикли до старого поняття про «перевірені профілі». По-перше, нова платна «верифікація» відкриває широкі можливості одіозним, радикальним «інформаційним агентствам» поширювати пропаганду з ярликом, який у попередні роки існування Twitter означав перевірене, офіційно зареєстроване ЗМІ, і це значно посилить антиукраїнські голоси в англomовному інформаційному просторі. По-друге, особисті інтереси генерального директора щодо використання своєї багатомільйонної аудиторії в Twitter для просування певних поглядів щодо історії України, як власних, так і шляхом поширення антиукраїнських точок зору інших користувачів. Щодо наративів з історії України, які поширюються за допомогою вищеписаних новітніх технологій, то були спостережені такі: 1) «неправильне виховання історії України в школі»; 2) «переписування історії» (націлено на українських користувачів); 3) «штучність кордонів України»; 3) «історично російський Крим до помилки Хрущова»; 4) «етнічні російські регіони в Україні»; 5) «українська історична символіка хозарська/єврейська»; 6) «українська історична символіка сатанинська» (на англomовних користувачів).

Ключові слова: зовнішні впливи, історія України, інформаційне протистояння, соціальна мережа, Twitter.