

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА  
ГРІНЧЕНКА ФАКУЛЬТЕТ ПРАВА ТА МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН**

Кафедра міжнародних відносин

Спеціальність 291 «Міжнародні відносини, суспільні комунікації  
та регіональні студії»

Освітня програма 291.00.01 «Суспільні комунікації»

**БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

на тему:

**СОЦІАЛЬНІ МЕДІА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОЄКТУВАННЯ  
ГЕОПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ**

Студентки 4 курсу  
денної форми навчання  
Лищенко Поліни Андріївни

Науковий керівник:  
доктор політ. наук, доцент,  
професор кафедри міжнародних  
відносин Кондратенко О. Ю.

**Київ – 2026**

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ .....	6
1.1. Стан наукової розробки проблеми та теоретичний дискурс соціальних медіа у міжнародних відносинах .....	6
1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методика дослідження соціальних медіа у системі міжнародних комунікацій .....	13
Висновки до розділу 1 .....	19
РОЗДІЛ 2.СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В СИСТЕМІ ГЕОПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ВИМІРИ .....	20
2.1. Еволюція соціальних медіа як інструменту міжнародної комунікації.....	20
2.2. Механізми реалізації геополітичного впливу через соціальні медіа.....	26
2.3. Соціальні медіа у структурі інформаційних операцій та гібридних стратегій держав.....	32
Висновки до розділу 2 .....	37
РОЗДІЛ 3.ПРАКТИКИ ПРОЄКТУВАННЯ ГЕОПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА У СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ.....	39
3.1. Використання соціальних медіа у зовнішньополітичних стратегіях провідних держав світу.....	39
3.2. Соціальні медіа у системі національної безпеки та зовнішньої політики України .....	47
3.3. Роль соціальних медіа у сучасних конфліктах та кризових ситуаціях.....	51
Висновки до розділу 3 .....	54
ВИСНОВКИ.....	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ.....	59

## ВСТУП

*Актуальність теми* дослідження визначається стрімким розвитком соціальних медіа та їхньою інтеграцією у всі сфери сучасного суспільного, політичного та міжнародного життя. Соціальні медіа вже не обмежуються лише каналами обміну інформацією або інструментами розваг; вони стали ключовим фактором формування громадської думки, геополітичного впливу та комунікаційної стратегії держав у міжнародній політиці. Розвиток цифрових технологій, алгоритмічне управління контентом, глобальна взаємодія користувачів та зростання кількості платформ створюють нові можливості і водночас виклики для зовнішньої політики та національної безпеки держав. Україна, як держава, що перебуває у стані військово-політичного конфлікту, демонструє особливу активність у використанні соціальних медіа для міжнародної комунікації, інформаційного протистояння та формування позитивного іміджу на глобальній арені.

Дослідження також актуалізується трансформацією сучасної системи міжнародних відносин під впливом цифровізації та інформаційних технологій. Соціальні медіа стали важливим інструментом реалізації зовнішньополітичних інтересів держав, розвитку цифрової дипломатії та налагодження ефективної взаємодії між урядами, міжнародними організаціями й громадськістю. Вони забезпечують оперативне поширення інформації, сприяють мобілізації суспільної підтримки та дозволяють формувати міжнародний порядок денний у режимі реального часу. Водночас зростає небезпека поширення дезінформації, фейкових новин, маніпулятивного контенту та інформаційних кампаній, спрямованих на дестабілізацію політичних процесів і вплив на міжнародну громадську думку. У цих умовах особливої ваги набуває дослідження механізмів використання соціальних медіа в міжнародних відносинах, оцінка їхнього впливу на міждержавну взаємодію, політичну комунікацію та забезпечення інформаційної безпеки. Це обумовлює необхідність комплексного наукового

аналізу ролі соціальних медіа як одного з визначальних чинників розвитку сучасних міжнародних відносин та глобального інформаційного простору.

**Об'єктом дослідження** є соціальні медіа як інструмент забезпечення геополітичного впливу.

**Предметом дослідження** є механізми, форми та цифрові показники використання соціальних медіа у міжнародних стратегіях, безпекових та кризових ситуаціях.

**Мета роботи** полягає у комплексному дослідженні ролі соціальних медіа у формуванні міжнародних комунікацій, геополітичного впливу та забезпеченні національної безпеки, а також у визначенні практичних аспектів їх застосування у конфліктах та кризових ситуаціях.

Досягненню мети сприяють такі **завдання дослідження**:

- дослідити стан наукової розробки проблеми та теоретичний дискурс соціальних медіа у міжнародних відносинах;
- охарактеризувати понятійно-категоріальний апарат та методіку дослідження соціальних медіа у системі міжнародних комунікацій;
- проаналізувати еволюцію соціальних медіа як інструменту міжнародної комунікації;
- встановити механізми реалізації геополітичного впливу через соціальні медіа;
- висвітлити роль соціальних медіа у структурі інформаційних операцій та гібридних стратегій держав;
- з'ясувати використання соціальних медіа у зовнішньополітичних стратегіях провідних держав світу;
- визначити функції соціальних медіа у системі національної безпеки та зовнішньої політики України;
- охарактеризувати роль соціальних медіа у сучасних конфліктах та кризових ситуаціях.

**Практичне значення** дослідження полягає у можливості використання отриманих результатів для розробки ефективних стратегій цифрової дипломатії,

інформаційної безпеки та комунікаційного забезпечення у кризових умовах. Теоретичне значення роботи визначається систематизацією сучасних знань про соціальні медіа як інструмент міжнародної комунікації, а також їхні функції у реалізації гібридних стратегій держав та впливу на міжнародний інформаційний порядок.

**Структура роботи** включає вступ, три розділи, висновки до кожного розділу, загальні висновки та список використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 63 сторінки, у роботі опрацьовано понад 48 джерел, у додатках представлено аналітичні таблиці та цифрові дані, що підтверджують результати дослідження.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

#### 1.1. Стан наукової розробки проблеми та теоретичний дискурс соціальних медіа у міжнародних відносинах

Сучасний етап розвитку міжнародних відносин характеризується глибокими трансформаціями комунікаційних процесів, що обумовлено стрімким поширенням цифрових технологій і, зокрема, соціальних медіа. У науковому дискурсі соціальні медіа дедалі частіше розглядаються не лише як інструмент комунікації, але і як самостійний чинник впливу на міжнародно-політичні процеси, формування громадської думки, реалізацію зовнішньої політики та забезпечення національної безпеки. У зв'язку з цим проблема дослідження соціальних медіа у міжнародних відносинах набула міждисциплінарного характеру, поєднуючи підходи політології, міжнародних відносин, соціології, комунікаційних наук та інформаційної безпеки.

У наукових працях українських і зарубіжних дослідників простежується еволюція підходів до розуміння ролі соціальних медіа у міжнародних процесах, що зумовлена як технологічним розвитком, так і змінами у структурі глобального інформаційного середовища. Якщо на початкових етапах соціальні медіа розглядалися переважно як допоміжний інструмент комунікації, то сьогодні вони набули статусу самостійного чинника впливу на міжнародні відносини, здатного формувати політичні процеси, трансформувати дипломатичні практики та впливати на глобальний баланс сил.

Так, на думку Т. Воронової<sup>1</sup>, соціальні мережі спричинили глибинну трансформацію системи соціально-політичної комунікації держави, що проявляється у зміні традиційних вертикальних моделей взаємодії між владою та суспільством на більш відкриті, горизонтальні та інтерактивні форми. Дослідниця підкреслює, що соціальні медіа забезпечують не лише швидке

---

<sup>1</sup> Воронова Т. Трансформація системи соціально-політичної комунікації держави: вплив соціальних (інтернет) мереж. *Grani*. 2023. Т. 26, № 2. С. 84-89.

поширення інформації, а й створюють умови для активної участі громадян у політичних процесах, включаючи обговорення, критику та формування порядку денного. Важливою характеристикою є також здатність соціальних мереж до мобілізації суспільства, що особливо проявляється у кризових ситуаціях або під час політичних трансформацій. У глобальному контексті це означає, що соціальні медіа виходять за межі внутрішньодержавної комунікації та стають інструментом міжнародного впливу, формуючи нові формати взаємодії між державами, міжнародними організаціями та громадськістю.

Подібної позиції дотримується М. В. Павлюх<sup>2</sup>, який наголошує на зростанні ролі соціально-комунікаційних технологій у міжнародних відносинах та їхньому впливі на трансформацію дипломатичної діяльності. На його думку, використання цифрових платформ сприяє формуванню феномену «цифрової дипломатії», яка передбачає активне залучення соціальних медіа до процесу реалізації зовнішньополітичних стратегій. У цьому контексті держави отримують можливість безпосередньо взаємодіяти з міжнародною аудиторією, оминаючи традиційні дипломатичні канали. Це значно підвищує оперативність реагування на міжнародні події, дозволяє швидко формувати офіційну позицію та впливати на інформаційний порядок денний. Крім того, соціальні медіа стають ефективним інструментом формування позитивного іміджу держави, просування національних інтересів та зміцнення її позицій на міжнародній арені.

Розширюючи зазначений підхід, І. Іщенко<sup>3</sup> акцентує увагу на тому, що сучасні міжнародні відносини характеризуються високим рівнем інформаційної взаємозалежності, де інформація перетворюється на стратегічний ресурс, порівнюваний за значущістю з економічними чи військовими ресурсами. У цьому контексті соціальні медіа виступають не лише каналом передачі інформації, а й середовищем, у якому відбувається боротьба за інформаційний

---

<sup>2</sup> Павлюх М. В. Застосування соціально-комунікаційних технологій у міжнародних відносинах. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. 2019. № 4. С. 239-248.

<sup>3</sup> Іщенко І. В. Актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. 17-18 листопада 2023 р., м. Дніпро. Дніпро: ПрінтДім, 2023, 278 с.

вплив. Автор підкреслює, що інформаційний простір стає самостійною ареною міжнародного протистояння, де держави, недержавні актори та інші учасники використовують соціальні мережі для просування власних наративів, дискредитації опонентів та формування вигідного інформаційного середовища.

Важливим аспектом дослідження соціальних медіа є їх використання у стратегічних комунікаціях, які спрямовані на досягнення довгострокових цілей у сфері національної безпеки та міжнародної політики. А. В. Мойсіяха<sup>4</sup> зазначає, що соціальні медіа є невід'ємною складовою стратегічних комунікацій, оскільки вони забезпечують можливість оперативного донесення інформації до широкої міжнародної аудиторії, формування довіри та підтримки, а також протидії дезінформаційним кампаніям. Особливого значення це набуває в умовах гібридних загроз, коли інформаційний компонент стає одним із ключових елементів конфлікту. Соціальні медіа у цьому випадку виконують функцію не лише інформування, а й активного впливу, дозволяючи формувати наративи, які визначають сприйняття подій на міжнародному рівні.

Особливої актуальності набуває дослідження впливу соціальних медіа в умовах воєнного стану, коли інформаційний простір стає одним із ключових вимірів протистояння поряд із військовим, економічним та політичним. У таких умовах соціальні мережі перетворюються на критично важливий інструмент забезпечення комунікації між державою та суспільством, а також канал донесення позиції країни до міжнародної спільноти. А. В. Кожина<sup>5</sup> підкреслює, що соціальні мережі сприяють підвищенню прозорості та підзвітності органів публічної влади, оскільки забезпечують прямий, оперативний і двосторонній зв'язок із громадянами. Це дозволяє не лише інформувати населення про поточну ситуацію, але й формувати довіру до державних інституцій, що є особливо важливим у кризових умовах.

---

<sup>4</sup> Мойсіяха А. В. Використання соціальних медіа в стратегічних комунікаціях для забезпечення національної безпеки України. *Public Management*. 2023. № 3. С. 53-59.

<sup>5</sup> Кожина А. В. Особливості впливу соціальних мереж на прозорість і підзвітність органів публічної влади в умовах дії воєнного стану в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 6. С. 168-177.

Водночас дослідниця акцентує увагу на тому, що поряд із позитивними аспектами використання соціальних медіа в умовах воєнного стану існує низка суттєвих ризиків. Йдеться насамперед про поширення недостовірної інформації, фейків, маніпулятивного контенту та інформаційно-психологічних операцій, які можуть бути спрямовані на дестабілізацію внутрішньої ситуації, підрив довіри до влади та деморалізацію населення. У цьому контексті соціальні медіа стають не лише інструментом комунікації, а й полем інформаційної боротьби, де важливу роль відіграє швидкість реагування, достовірність інформації та ефективність комунікаційних стратегій. Крім того, значну небезпеку становить неконтрольоване поширення чутливої інформації, яка може бути використана противником у військових цілях, що вимагає запровадження чітких правил інформаційної поведінки у цифровому середовищі.

У цьому аспекті соціальні медіа виконують також функцію інструменту міжнародної комунікації, через який формується зовнішній імідж держави. Оперативне висвітлення подій, демонстрація стійкості суспільства, поширення достовірної інформації про перебіг подій дозволяють формувати підтримку міжнародної спільноти, залучати партнерів та зміцнювати позиції держави на міжнародній арені.

І. Дьячук<sup>6</sup> розглядає соціальні медіа як ефективний інструмент цифрового маркетингу, який дозволяє формувати цільові комунікації, сегментувати аудиторію та підвищувати ефективність взаємодії з нею. Особливу увагу дослідниця приділяє можливостям аналізу поведінки користувачів, що відкриває нові перспективи для формування персоналізованих комунікаційних стратегій.

Незважаючи на те, що дослідження зосереджене на університетському середовищі, його результати мають ширше значення для розуміння механізмів комунікації у міжнародному контексті. Зокрема, принципи таргетування, персоналізації та аналізу аудиторії можуть бути використані державами та

---

<sup>6</sup> Дьячук І. Використання соціальних медіа в цифровому маркетингу: тенденції та стратегії в університетському середовищі. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-144>.

міжнародними організаціями для більш ефективного донесення інформації до різних груп міжнародної громадськості. Це дозволяє не лише підвищити ефективність комунікацій, але й формувати більш точний та цілеспрямований інформаційний вплив.

О. О. Кабанова, А. С. Єремєєва та М. І. Ус<sup>7</sup> наголошують на тому, що соціальні медіа забезпечують інтерактивність, персоналізацію та високу швидкість поширення інформації, що робить їх надзвичайно ефективним інструментом впливу у сучасному інформаційному середовищі. Інтерактивність дозволяє встановлювати двосторонній зв'язок між комунікатором та аудиторією, що сприяє формуванню довіри та залученню користувачів до комунікаційного процесу. Персоналізація забезпечує адаптацію повідомлень до потреб і характеристик конкретних аудиторій, що підвищує їхню ефективність. Висока швидкість поширення інформації дозволяє оперативно реагувати на події та формувати інформаційний порядок денний.

У міжнародних відносинах зазначені характеристики соціальних медіа набувають особливого значення. Вони дозволяють державам, міжнародним організаціям та іншим акторам швидко реагувати на зміни у глобальному середовищі, формувати власні наративи та впливати на міжнародну громадську думку. Крім того, соціальні медіа сприяють демократизації міжнародної комунікації, оскільки відкривають доступ до інформаційного простору для широкого кола учасників, включаючи недержавних акторів, громадські організації та окремих громадян.

Методологічні аспекти дослідження соціальних медіа набувають особливої ваги в умовах стрімкої цифровізації комунікаційного простору, що обумовлює необхідність розробки нових підходів до аналізу інформаційних процесів. У цьому контексті важливе місце займають праці Б. Є. Соколова<sup>8</sup>, який здійснює ґрунтовний аналіз цифрового дискурсу у соціальних мережах. На

---

<sup>7</sup> Кабанова О. О., Єремєєва А. С., Ус М. І. Соціальні медіа як інструмент цифрового маркетингу: дослідження сучасних тенденцій та підходів. 2024. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14193877>.

<sup>8</sup> Соколов Б. Е. Цифровий дискурс у соціальних мережах: методологічні виклики дискурс-аналізу. Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія. 2025. № 10. С. 44-48.

думку автора, соціальні медіа формують принципово новий тип дискурсу, який відрізняється від традиційних форм комунікації своєю нелінійністю, фрагментарністю та високою динамічністю. Інформація у соціальних мережах поширюється у вигляді коротких повідомлень, візуальних елементів, мемів, що ускладнює її системний аналіз та інтерпретацію.

Особливу увагу автор приділяє емоційній складовій цифрового дискурсу, яка значною мірою визначає характер сприйняття інформації аудиторією. Високий рівень емоційності повідомлень сприяє їх швидкому поширенню, однак водночас підвищує ризик маніпуляцій та викривлення змісту. У цьому контексті виникає проблема об'єктивності інтерпретації інформації, оскільки емоційно забарвлений контент часто сприймається без критичного осмислення. Це створює серйозні виклики для дослідників, які змушені враховувати не лише зміст повідомлень, але й їхню форму, контекст поширення та реакцію аудиторії.

Значний внесок у розвиток теоретичних підходів до дослідження соціальних комунікацій зробив О. М. Холод<sup>9</sup>, який розглядає еволюцію комунікаційних процесів у широкому історичному та соціальному контексті. Дослідник зазначає, що розвиток соціальних комунікацій відбувається за логікою поступового ускладнення форм взаємодії, що зумовлено як технологічними інноваціями, так і змінами у соціальній структурі суспільства. Перехід від традиційних форм комунікації до цифрових супроводжується зміною способів виробництва, передачі та сприйняття інформації.

Автор підкреслює, що сучасні соціальні медіа слід розглядати як складну багаторівневу систему, яка поєднує технологічні, соціальні та культурні компоненти. Технологічний аспект включає цифрові платформи, алгоритми та інструменти обробки інформації; соціальний – взаємодію між користувачами, формування спільнот та соціальних зв'язків; культурний – цінності, норми та символи, що відображаються у комунікаційному процесі. Такий підхід дозволяє

---

<sup>9</sup> Kholod O. Problems of researching the history of the development of social communication processes and ways to solve them. *Social Communications: Theory and Practice*. 2023. Vol. 15, no. 2. P. 11-31.

більш глибоко зрозуміти природу соціальних медіа та їхній вплив на суспільство і міжнародні відносини.

Важливою методологічною засадою, запропонованою дослідником, є необхідність комплексного аналізу соціальних медіа, який передбачає інтеграцію різних наукових підходів. Це означає, що дослідження соціальних медіа не може обмежуватися лише одним методом або дисципліною, а повинно враховувати багатовимірність цього явища. Такий підхід є особливо актуальним у контексті міжнародних комунікацій, де взаємодіють різні культурні, політичні та інформаційні системи.

Аналіз ролі соціальних мереж у комунікаційних процесах представлений у роботі М. Книша, Л. Бутка та В. Маслак<sup>10</sup>, які акцентують увагу на їхній функції як інструменту організації онлайн-комунікації. Дослідники наголошують, що соціальні мережі забезпечують ефективну взаємодію між різними суб'єктами, створюючи умови для швидкого обміну інформацією, координації дій та формування спільних позицій. Вони підкреслюють, що соціальні мережі сприяють зменшенню комунікаційних бар'єрів, забезпечуючи доступ до інформації незалежно від географічних чи політичних обмежень.

У контексті міжнародних відносин це проявляється у можливості встановлення прямих контактів між державами, міжнародними організаціями та громадськістю. Соціальні медіа дозволяють реалізовувати нові формати взаємодії, які виходять за межі традиційної дипломатії, включаючи публічну дипломатію, цифрову дипломатію та громадську участь у міжнародних процесах. Це сприяє підвищенню відкритості та прозорості міжнародної комунікації, а також залученню ширшого кола акторів до формування міжнародного порядку денного.

Отже, соціальні медіа є важливим чинником сучасних міжнародних відносин, який впливає на комунікаційні процеси, формування політики,

---

<sup>10</sup> Knysh M., Butko L., Maslak V. The Role of Social Networks in Online Communication of the Department of Humanities, Culture and Art: Analysis and Development Prospects. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*. 2025. No. 67. P. 59-72.

забезпечення безпеки та розвиток міжнародної взаємодії. Їхнє дослідження є актуальним і перспективним напрямом наукових досліджень, що потребує подальшого теоретичного осмислення та практичного аналізу.

## **1.2. Понятійно-категоріальний апарат та методика дослідження соціальних медіа у системі міжнародних комунікацій**

Дослідження соціальних медіа у системі міжнародних комунікацій потребує чіткого визначення понятійно-категоріального апарату, який забезпечує теоретичну основу аналізу та дозволяє систематизувати наукові підходи до вивчення цього складного і багатовимірного феномену. У сучасному науковому дискурсі соціальні медіа розглядаються як складова ширшої системи соціальних комунікацій, що інтегрує інформаційні технології, соціальні взаємодії та комунікаційні практики.

На думку Т. І. Братчикової<sup>11</sup>, формування понятійно-категоріального апарату дослідження соціальних онлайн-мереж є одним із ключових завдань сучасної науки, оскільки саме через уточнення базових понять стає можливим адекватне відображення процесів поширення інформації у цифровому середовищі. Дослідниця визначає соціальні медіа як інтерактивні платформи, що забезпечують створення, обмін і поширення контенту між користувачами, підкреслюючи їхню мережеву природу та горизонтальний характер комунікації. Такий підхід дозволяє розглядати соціальні медіа не лише як технічні інструменти, а як соціально-комунікаційні системи, у межах яких формуються нові моделі взаємодії.

Особливу увагу Т. І. Братчикова приділяє уточненню базових категорій, що використовуються у дослідженні соціальних медіа. Зокрема, поняття «інформаційний потік» розглядається як динамічна сукупність повідомлень, що

---

<sup>11</sup> Братчикова Т. І. Понятійно-категоріальний апарат досліджень поширення інформації у соціальних онлайн мережах. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. Вип. 1. С. 29-37.

циркулюють у мережі та характеризуються високою швидкістю оновлення та поширення. Категорія «мережева взаємодія» відображає специфіку комунікацій у цифровому середовищі, де відсутня жорстка ієрархія, а зв'язки між учасниками є гнучкими та багатовекторними. Важливим є також поняття «комунікативний акт», який у соціальних медіа набуває нових форм, включаючи лайки, репости, коментарі та інші способи взаємодії, що виходять за межі традиційної вербальної комунікації. Категорія «віртуальна спільнота» дозволяє охарактеризувати об'єднання користувачів за інтересами, цінностями чи цілями, які функціонують у цифровому просторі та можуть мати значний вплив на формування громадської думки.

Розвиваючи зазначений підхід, В. М. Дрешпак<sup>12</sup> наголошує на необхідності міждисциплінарного підходу до вивчення соціальних комунікацій і медіатехнологій, що зумовлено складністю та багатовимірністю цього явища. На думку автора, соціальні медіа слід розглядати як елемент складної комунікаційної системи, що функціонує на перетині різних наукових галузей, зокрема соціології, політології, інформаційних технологій та медіазнавства. Такий підхід дозволяє враховувати як технічні аспекти функціонування соціальних медіа, так і соціальні, політичні та культурні чинники, що визначають їхній вплив.

Автор підкреслює, що понятійний апарат цієї сфери включає низку ключових категорій, які дозволяють системно описати процеси, що відбуваються у соціальних медіа. Зокрема, поняття «медіасередовище» відображає сукупність умов, у яких здійснюється комунікація, включаючи технологічні платформи, інформаційні ресурси та аудиторію. Категорія «інформаційний простір» характеризує середовище циркуляції інформації, що має глобальний характер і не обмежується територіальними рамками. «Комунікаційна мережа» описує

---

<sup>12</sup> Дрешпак В. М. Соціальні комунікації та медіатехнології у контексті міждисциплінарних досліджень: моногр. Дніпро: УМСФ, 2023. 229 с.

структуру зв'язків між учасниками комунікації, яка у соціальних медіа є децентралізованою та динамічною.

Особливе значення має поняття «цифрова платформа», яке визначає технічну основу функціонування соціальних медіа та забезпечує можливість взаємодії користувачів. Категорія «медіатехнології» охоплює інструменти та методи створення, обробки та поширення інформації, які постійно вдосконалюються та впливають на характер комунікації. Важливим є також поняття «цифрова комунікація», яке характеризується високою швидкістю передачі інформації, інтерактивністю, мультимедійністю та глобальністю. Це означає, що комунікація у соціальних медіа виходить за межі традиційних форм і набуває нових характеристик, що потребують відповідного теоретичного осмислення.

У свою чергу, М. П. Лукашевич та Ф. Ф. Шандор<sup>13</sup> розглядають соціальні комунікації з позицій соціології соціальної роботи, акцентуючи увагу на їх соціальній природі та значенні для функціонування суспільства. На думку дослідників, комунікація є фундаментальним механізмом взаємодії, який забезпечує передачу соціального досвіду, норм, цінностей та моделей поведінки між членами суспільства. У цьому контексті соціальні медіа виступають не лише каналом передачі інформації, а й середовищем, у якому формуються та відтворюються соціальні зв'язки.

З позицій цього підходу соціальні медіа слід розглядати як простір соціалізації, де відбувається формування ідентичностей, соціальних ролей та моделей поведінки. Вони сприяють створенню нових форм соціального капіталу, що базуються на довірі, взаємодії та спільних інтересах користувачів. Водночас соціальні медіа можуть виступати інструментом інтеграції або, навпаки, фрагментації суспільства, залежно від характеру комунікаційних процесів.

---

<sup>13</sup> Лукашевич М.П., Шандор Ф.Ф. Соціологія соціальної роботи: теорія та практика: Підручник. Ужгород: ТОВ «РІК-У», 2018. 232 с.

Особливе значення для формування понятійного апарату мають дослідження у сфері державної комунікації, оскільки саме в цій площині відбувається поєднання теоретичних засад комунікації з практикою їх реалізації у публічному управлінні та міжнародних відносинах. А. В. Баровська<sup>14</sup> зазначає, що комунікація органів державної влади є системою цілеспрямованої, організованої та стратегічно орієнтованої взаємодії з громадськістю, яка здійснюється через різноманітні канали, включаючи традиційні медіа та соціальні платформи. Така комунікація має комплексний характер і спрямована не лише на інформування, але й на формування довіри, забезпечення відкритості влади та залучення громадян до процесів прийняття рішень.

На думку дослідниці, важливими категоріями у цьому контексті є «публічна комунікація», яка передбачає відкритий діалог між владою та суспільством; «державна інформаційна політика», що визначає основні напрями та принципи поширення інформації; «зворотний зв'язок», який забезпечує можливість оцінки ефективності комунікації та врахування позиції громадян; а також «комунікаційна стратегія», що включає планування, організацію та реалізацію комунікаційних заходів. Соціальні медіа у цьому випадку виступають важливим інструментом реалізації державної політики у сфері міжнародних комунікацій, оскільки дозволяють забезпечити оперативне донесення офіційної позиції держави до міжнародної аудиторії, формувати позитивний імідж країни та підтримувати постійний діалог із зовнішніми стейкхолдерами.

У сучасних умовах особливу увагу привертає використання соціальних медіа у кризових комунікаціях, які є невід'ємною складовою системи управління ризиками та загрозами. В. Безуглова<sup>15</sup> підкреслює, що соціальні медіа відіграють ключову роль у забезпеченні оперативного інформування населення під час кризових ситуацій, таких як пандемія, природні катастрофи або воєнні

---

<sup>14</sup> Баровська А. В. Запровадження комунікації органів державної влади : зб. мат-лів наук.-практ. конф. К. Фенікс, 2016. 192 с.

<sup>15</sup> Безуглова В. Соціальні медіа як елемент кризової комунікації в умовах пандемії та повномасштабної війни. Київ, 2023. С. 173-213.

конфлікти. Завдяки своїй швидкості, доступності та широкому охопленню аудиторії вони дозволяють у короткі терміни донести критично важливу інформацію, координувати дії різних суб'єктів та зменшувати рівень невизначеності у суспільстві.

На думку дослідниці, понятійний апарат кризової комунікації включає такі категорії, як «кризова ситуація», що характеризується високим рівнем невизначеності та загрози; «інформаційна загроза», яка пов'язана з можливістю поширення недостовірної або маніпулятивної інформації; «дезінформація», що є одним із ключових викликів сучасного інформаційного середовища; «комунікаційна стійкість», яка відображає здатність системи комунікації протистояти негативним впливам; та «антикризова стратегія», що включає комплекс заходів, спрямованих на мінімізацію негативних наслідків кризових ситуацій.

У цьому контексті соціальні медіа виступають не лише каналом передачі інформації, а й інструментом управління кризами, оскільки дозволяють здійснювати моніторинг інформаційного середовища, оперативно реагувати на зміни ситуації та формувати відповідні комунікаційні стратегії. Водночас їх використання пов'язане з низкою ризиків, зокрема можливістю швидкого поширення панічних настроїв, фейкових новин та інформаційних атак, що потребує розробки ефективних механізмів контролю та протидії.

Важливим напрямом дослідження є правові аспекти функціонування соціальних медіа, які набувають особливого значення в умовах зростання ролі інформації у суспільстві. В. А. Бондаренко та К. І. Вербицька<sup>16</sup> акцентують увагу на понятті «суб'єкти інформаційних відносин», під якими розуміються всі учасники процесу створення, поширення та споживання інформації, включаючи державні органи, медіаорганізації, технологічні платформи та користувачів. Такий підхід дозволяє розглядати інформаційні процеси як складну систему

---

<sup>16</sup> Bondarenko V. A., Verbytska K. I. Theoretical approaches to the concept and essence of underage subjects of information relations in the context of legal communication. *Uzhhorod National University Herald. Series: Law.* 2024. Vol. 2, no. 85. P. 258-263.

взаємодії різних акторів, кожен з яких має свої права, обов'язки та відповідальність.

Понятійно-категоріальний апарат дослідження соціальних медіа у системі міжнародних комунікацій включає широкий спектр понять, що відображають різні аспекти функціонування цього багатовимірного феномену. Його формування є необхідною умовою для системного аналізу сучасних інформаційних процесів, оскільки саме через чітке визначення категорій стає можливим адекватне розуміння ролі соціальних медіа у глобальному середовищі. До основних категорій можна віднести: соціальні медіа, соціальні мережі, цифрова комунікація, інформаційний простір, медіасередовище, комунікаційна мережа, інформаційний потік, віртуальна спільнота, публічна комунікація, кризова комунікація, інформаційна безпека та суб'єкти інформаційних відносин.

Категорії «комунікаційна мережа» та «інформаційний потік» дозволяють аналізувати структуру та динаміку поширення інформації, виявляти закономірності взаємодії між учасниками комунікації та визначати ключові вузли впливу. Поняття «віртуальна спільнота» акцентує увагу на соціальному вимірі комунікації, підкреслюючи роль спільних інтересів, цінностей та ідентичностей у формуванні комунікаційних процесів. «Публічна комунікація» та «кризова комунікація» відображають функціональні аспекти використання соціальних медіа у сфері державного управління та міжнародних відносин, тоді як «інформаційна безпека» і «суб'єкти інформаційних відносин» дозволяють враховувати правові та безпекові аспекти функціонування цифрового середовища.

Додатково слід відзначити зростаючу роль методів аналізу великих даних, які відкривають нові можливості для дослідження соціальних медіа. Вони дозволяють обробляти значні обсяги інформації, виявляти закономірності та тенденції, а також прогнозувати розвиток комунікаційних процесів. Використання таких методів сприяє підвищенню точності досліджень та розширенню їх аналітичного потенціалу.

Отже, понятійно-категоріальний апарат і методика дослідження соціальних медіа формують теоретико-методологічну основу аналізу цього феномену у міжнародних відносинах. Їх подальший розвиток є необхідною умовою для адекватного розуміння сучасних комунікаційних процесів та ефективного використання соціальних медіа у практиці міжнародної взаємодії.

### **Висновки до розділу 1**

Соціальні медіа стали невід'ємною складовою сучасної системи міжнародних комунікацій, суттєво трансформуючи міжнародні відносини. Вони забезпечують перехід від традиційних ієрархічних моделей комунікації до мережових та децентралізованих форм взаємодії, виконуючи інформаційну, комунікаційну, мобілізаційну, іміджеву та безпекову функції. Соціальні медіа слугують інструментом цифрової дипломатії, формування міжнародного іміджу та впливу на громадську думку, водночас виступаючи каналом інформаційного протиборства та гібридних конфліктів через дезінформацію та маніпулятивні технології.

Дослідження показало, що соціальні медіа потребують комплексного наукового аналізу з використанням кількісних та якісних методів, включно з контент-аналізом, дискурс-аналізом, соціологічними опитуваннями та аналізом великих даних. Особливе значення вони мають у кризових і воєнних умовах, забезпечуючи оперативне інформування та координацію дій, одночасно створюючи ризики інформаційної безпеки. Отримані результати формують теоретичну основу для подальшого вивчення практичних аспектів використання соціальних медіа у міжнародних комунікаціях.

## РОЗДІЛ 2

### СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В СИСТЕМІ ГЕОПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ІНСТРУМЕНТАЛЬНІ ВИМІРИ

#### 2.1. Еволюція соціальних медіа як інструменту міжнародної комунікації

Еволюція соціальних медіа як інструменту міжнародної комунікації є складним і багаторівневим процесом, який відображає загальні тенденції розвитку цифрового суспільства, глобалізації інформаційних потоків та трансформації комунікаційних практик. Упродовж останніх двох десятиліть соціальні медіа пройшли шлях від допоміжного засобу онлайн-взаємодії до одного з ключових інструментів міжнародних відносин, що використовується державами, міжнародними організаціями, бізнесом та громадянським суспільством.

На початковому етапі свого розвитку (2000-2010 рр.) соціальні медіа виконували переважно функцію міжособистісної комунікації. Платформи на кшталт Facebook, YouTube та Twitter (нині X) створювали нові можливості для обміну інформацією, однак їх вплив на міжнародні процеси був обмеженим. Проте вже у цей період закладалися основи глобальної цифрової комунікаційної інфраструктури, яка згодом стала визначальним чинником міжнародної взаємодії.

Другий етап (2010-2020 рр.) характеризується стрімким зростанням аудиторії соціальних медіа та їх інтеграцією у політичні та міжнародні процеси. Соціальні мережі почали активно використовуватися для мобілізації громадськості, формування громадської думки та впливу на політичні процеси. Важливим явищем цього періоду стало становлення цифрової дипломатії, коли

держави почали використовувати соціальні медіа для комунікації з міжнародною аудиторією<sup>17</sup>.

Третій етап (2020-дотепер) характеризується перетворенням соціальних медіа на глобальну інфраструктуру міжнародної комунікації, що охоплює більшість населення світу та інтегрується у всі сфери суспільного життя. Сучасні соціальні медіа виконують не лише комунікаційну, але й політичну, економічну, безпекову та культурну функції.

Для більш повного розуміння масштабів цього явища представимо динаміку зростання аудиторії соціальних медіа на рис. 2.1.

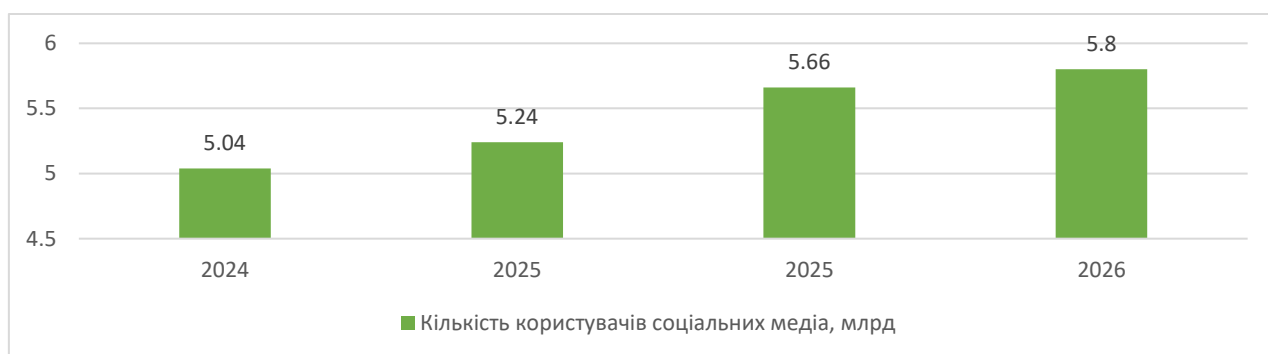


Рис. 2.1. Динаміка зростання кількості користувачів соціальних медіа у світі<sup>18 19 20</sup>

Дані щодо кількості користувачів соціальних медіа за період 2024-2026 роки демонструють стабільну тенденцію до зростання, що свідчить про подальшу інтеграцію цифрових платформ у повсякденне життя глобального населення. У 2024 році кількість користувачів соціальних медіа досягла позначки 5,04 мільярда, що вже становило значну частину населення планети та свідчило про широке поширення цифрових комунікацій. Наступного року, у

<sup>17</sup> Степанець І., Гринюк Д., Савицька Н. Соціальні мережі як інструмент ефективної комунікації між стейкхолдерами туристичної індустрії в кризовий період. Економіка та суспільство. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-36>.

<sup>18</sup> 5 billion social media users. DataReportal - Global Digital Insights. URL: [https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm\\_source](https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm_source).

<sup>19</sup> Internet and social media users in the world 2025. Statista. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.

<sup>20</sup> How Many People Use Social Media (2026 Statistics). DemandSage. URL: [https://www.demandsage.com/social-media-users/?utm\\_source](https://www.demandsage.com/social-media-users/?utm_source).

2025 році, спостерігається помітне зростання до 5,24 мільярда користувачів, що підтверджує як збільшення доступності інтернету, так і посилення ролі соціальних мереж у комунікаційних процесах на глобальному рівні.

Цікавим є той факт, що у другій половині 2025 року кількість користувачів соціальних медіа різко зросла до 5,66 мільярда, що свідчить про активне залучення нових аудиторій і масштабне поширення цифрових платформ у країнах, що розвиваються. Такий стрибок демонструє не лише швидкий приріст користувачів, але й зміцнення впливу соціальних медіа як універсального інструменту комунікації та взаємодії у глобальному інформаційному просторі.

До 2026 року кількість користувачів соціальних медіа досягла 5,8 мільярда, що майже відповідає 70 % світового населення. Це свідчить про те, що соціальні мережі стали невід'ємною складовою сучасного життя, охоплюючи практично всі регіони світу. Зростання аудиторії соціальних медіа забезпечує державам, міжнародним організаціям та комерційним структурам нові можливості для оперативного поширення інформації, формування громадської думки та реалізації цифрової дипломатії.

Соціальні медіа продовжують зміцнювати свої позиції як ключовий канал міжнародної комунікації. Підвищення кількості користувачів прямо впливає на ефективність цифрових комунікацій, сприяє розвитку глобальної взаємодії та інтерактивності у міжнародних процесах. Також зростання аудиторії створює нові виклики, зокрема у сфері контролю за поширенням інформації, захисту даних та протидії дезінформації, що потребує відповідної методологічної та правової бази.

Зростання кількості користувачів безпосередньо впливає на роль соціальних медіа у міжнародних комунікаціях. Вони стають універсальним каналом передачі інформації, який не має географічних обмежень і дозволяє миттєво поширювати повідомлення у глобальному масштабі. Це суттєво змінює характер міжнародної взаємодії, роблячи її більш відкритою, динамічною та інтерактивною.

Окрему увагу слід приділити взаємозв'язку між розвитком інтернету та соціальних медіа, оскільки саме розширення доступу до мережі є основною передумовою їх поширення.

Глобальні показники цифровізації представимо у табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Глобальні показники цифровізації за 2025 рік<sup>21</sup>

Показник	Значення
Кількість інтернет-користувачів	5,56 млрд
Частка інтернет-користувачів	67,9 % населення
Кількість користувачів соціальних медіа	5,24 млрд
Частка користувачів соціальних медіа	63,9 % населення

Наведені дані свідчать про те, що соціальні медіа фактично стали невід'ємною частиною глобального цифрового середовища. Більшість інтернет-користувачів одночасно є користувачами соціальних мереж, що підкреслює їхню центральну роль у сучасній системі комунікації.

Важливим етапом еволюції соціальних медіа стало їх перетворення на інструмент міжнародної політики та дипломатії. Сучасні держави активно використовують соціальні платформи для реалізації зовнішньополітичних стратегій, формування іміджу та комунікації з міжнародною аудиторією. Це явище отримало назву «цифрова дипломатія» і стало одним із ключових напрямів сучасних міжнародних відносин.

Крім того, соціальні медіа відіграють важливу роль у формуванні міжнародної громадської думки. Завдяки високій швидкості поширення інформації вони дозволяють оперативно реагувати на глобальні події, формувати наративи та впливати на сприйняття міжнародних процесів. У цьому контексті соціальні медіа стають інструментом «м'якої сили», що використовується для досягнення політичних цілей без застосування примусу.

<sup>21</sup> Internet and social media users in the world 2025. Statista. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.

Ще одним важливим аспектом еволюції соціальних медіа є їх комерціалізація та інтеграція у глобальну економіку. Соціальні платформи стали ключовим каналом цифрового маркетингу, реклами та електронної комерції. Вони дозволяють компаніям виходити на міжнародні ринки, взаємодіяти з глобальною аудиторією та формувати транснаціональні бренди. За даними досліджень, соціальні мережі відіграють провідну роль у цифровій рекламі та залишаються центральними платформами для просування продуктів і послуг<sup>22</sup>.

Суттєвим фактором розвитку соціальних медіа є мобільні технології. Саме поширення смартфонів забезпечило масовий доступ до соціальних мереж, особливо у країнах, що розвиваються. Наприклад, у таких країнах, як Індія, кількість користувачів соціальних медіа досягла сотень мільйонів, що перетворює ці регіони на ключові центри зростання глобальної цифрової аудиторії<sup>23</sup>.

Водночас еволюція соціальних медіа супроводжується появою низки нових, складних викликів, які потребують системного підходу до аналізу та регулювання. Одним із таких викликів є поширення дезінформації та маніпулятивного контенту, що активно використовуються в інформаційних війнах як інструмент впливу на громадську думку, політичні процеси та міжнародну стабільність. Соціальні мережі, завдяки своїй швидкості та глобальному охопленню, створюють середовище, де фейкова інформація може поширюватися за лічені хвилини, формуючи у аудиторії спотворене сприйняття подій та впливаючи на прийняття рішень як на індивідуальному, так і на державному рівні. У цьому контексті актуальними стають питання цифрової грамотності населення, розвитку алгоритмічних систем модерації контенту та створення міжнародних норм регулювання інформаційного простору.

Не менш важливою проблемою є цифрова нерівність. Незважаючи на постійне зростання кількості користувачів соціальних медіа, понад два мільярди

---

<sup>22</sup> Topic: Social media. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>.

<sup>23</sup> India's vast internet, social media apps market. URL: [https://www.reuters.com/business/media-telecom/indias-vast-internet-social-media-apps-market-2026-01-29/?utm\\_source](https://www.reuters.com/business/media-telecom/indias-vast-internet-social-media-apps-market-2026-01-29/?utm_source).

людей у світі залишаються поза доступом до інтернету, що обмежує їхню можливість брати участь у глобальних комунікаційних процесах. Цей розрив між цифрово включеними та виключеними створює серйозні соціальні та політичні дисбаланси, оскільки доступ до інформації стає однією з ключових умов участі у міжнародному діалозі, економічних процесах та розвитку громадянського суспільства. Тому сучасні дослідження у сфері соціальних медіа дедалі частіше акцентують увагу на необхідності забезпечення рівного доступу до цифрових технологій та інформаційних ресурсів<sup>24</sup>.

Сучасний етап розвитку соціальних медіа характеризується також зміною моделей користування. Зростає популярність відеоконтенту, коротких форматів, інтерактивних сторіз та алгоритмічно керованих стрічок новин, які персоналізуються під інтереси конкретного користувача. Це змінює традиційне сприйняття інформації та формує нові способи взаємодії з аудиторією. Користувачі дедалі більше споживають інформацію через мобільні пристрої та у форматі, що вимагає швидкого реагування та емоційного залучення. У міжнародній комунікації це створює умови, де важливу роль відіграють не лише зміст повідомлень, а й їхня форма, подача та здатність привертати увагу глобальної аудиторії. Відповідно, держави, міжнародні організації та бізнес-структури змушені адаптувати свої комунікаційні стратегії, використовуючи мультимедійні формати, інтерактивні платформи та інструменти аналітики, щоб ефективно впливати на сприйняття та поведінку аудиторії.

Еволюція соціальних медіа як інструменту міжнародної комунікації також відображає загальні трансформації сучасного світу, зокрема посилення взаємозалежності держав та громадян у глобальному інформаційному просторі. Соціальні медіа перетворилися на глобальну комунікаційну інфраструктуру, що забезпечує взаємодію між державними структурами, міжнародними організаціями, громадськими рухами та приватними акторами. Вони формують

---

<sup>24</sup> ITU: 6 Billion Now Online Globally. TV Tech. URL: [https://www.tvtechnology.com/news/itu-6b-now-online-globally?utm\\_source](https://www.tvtechnology.com/news/itu-6b-now-online-globally?utm_source).

інформаційний порядок денний, впливають на політичні рішення, сприяють мобілізації громадської підтримки у критичних ситуаціях та підтримують міжнародну дипломатію у цифровому середовищі. З огляду на це, соціальні медіа стають не лише каналом передачі інформації, а й платформою для активного конструювання глобального дискурсу та здійснення культурного та політичного впливу.

Отже, подальший розвиток соціальних медіа визначатиме характер міжнародної комунікації у майбутньому. Очікується, що ці платформи будуть інтегруватися з технологіями штучного інтелекту, аналітики великих даних та віртуальної реальності, що створить нові можливості для персоналізації та оптимізації комунікаційних процесів, але одночасно підвищить ризики маніпуляцій та втручання у приватність користувачів. Важливо відзначити, що еволюція соціальних медіа вимагає постійного наукового осмислення та розвитку методологій аналізу, які дозволяють оцінювати їхній вплив на міжнародні відносини, політичні процеси та соціальні трансформації. Таким чином, соціальні медіа не лише трансформують способи взаємодії між державами та громадянами, але й стають критично важливим фактором формування глобального інформаційного середовища та майбутнього міжнародного комунікаційного ландшафту.

## **2.2. Механізми реалізації геополітичного впливу через соціальні медіа**

Соціальні медіа впритул увійшли до арсеналу сучасних геополітичних стратегій, перетворившись із каналів міжособистісної комунікації на потужні інструменти міжнародного впливу. Цей процес відбувається через механізми, які дозволяють державам, політичним акторам і мережевим групам формувати наративи, впливати на громадську думку, підсилювати свої регіональні та глобальні позиції, а також маніпулювати інформаційним простором конкурентів. Соціальні медіа стають не лише платформами для обміну контентом, а

складними інфраструктурами, де перетинаються політика, інформаційні війни та дипломатія.

Геополітичний вплив через соціальні медіа реалізується за допомогою декількох взаємопов'язаних механізмів. Перший – це формування та просування інформаційних наративів, які підтримують стратегічні цілі держав чи неурядових акторів. Під час великих міжнародних конфліктів соціальні мережі стають майданчиком для домінування певних меседжів, що мають значний вплив на міжнародну спільноту.

Так, аналіз контенту великих масивів повідомлень під час повномасштабної війни РФ проти України 2022 р. продемонстрував, що проросійські наративи активно поширювалися у глобальному цифровому просторі. За даними EPJ Data Science, зі 349 455 проаналізованих твітів із проросійською підтримкою понад 251 000 ретвітів забезпечили охоплення приблизно 14,4 мільйона користувачів, при цьому значна частина розповсюдження здійснювалася автоматизованими ботами, що створювало ефект масового впливу на аудиторію<sup>25</sup>.

Другий механізм геополітичного впливу через соціальні медіа – це використання лідерів думок та публічних персон, включаючи політичних діячів, блогерів і мікроінфлюенсерів, які формують інформаційні порядки денні. Яскравим прикладом такого впливу стала діяльність Президента України Володимира Зеленського, який ефективно застосовував соціальні платформи для формування позитивного міжнародного наративу про Україну, мобілізації підтримки та залучення міжнародної громадської думки до подій в Україні. У дослідженні з використанням аналізу тексту та соціальних мереж було показано, що через контент на Twitter та реакції під ним він формував глобальний дискурс

---

<sup>25</sup> Geissler D. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. EPJ Data Science. 2023. Vol. 12, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5>.

щодо війни, хоча ефективність такого впливу коливалася у часі (за період конфлікту)<sup>26</sup>.

Третій механізм – це широкомасштабні інформаційні кампанії, що реалізуються через автоматизовані акаунти (боти) та координацію штучних мереж. Такі кампанії не лише поширюють певні наративи, але й створюють ілюзію масової підтримки тієї чи іншої точки зору, маніпулюючи інтересами аудиторії. Наприклад, під час інформаційного протистояння у 2022 р. було виявлено, що значну частину проросійських повідомлень у Twitter поширювали боти, що суттєво посилювало їхнє охоплення та потенційний вплив на публіку.

Геополітичні кампанії у соціальних медіа представимо у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Геополітичні кампанії у соціальних медіа<sup>27</sup>

Конфлікт/кампанія	Повідомлень (кількість)	Охоплення (кількість)	Частка ботів (%)
Російсько-українська війна (проросійські твіти)	349455	14400000	20
Український наратив про війну (Twitter)	58704	2150000	12
Інформаційна кампанія РФ/КНР в США (Maduro case)	175000	8200000	18

Аналіз даних показує, як саме соціальні медіа використовуються як інструмент реалізації геополітичного впливу в умовах сучасних конфліктних ситуацій. На основі конкретних цифрових показників і реальних досліджень можна простежити три ключові механізми впливу та їхні наслідки.

Перший випадок – проросійські повідомлення у Twitter під час повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Зібрані дані свідчать, що 349 455 твітів із проросійським змістом отримали близько 14 400 000 переглядів або взаємодій, що означає значну здатність соціальних медіа мобілізувати аудиторію для просування певних наративів у глобальному цифровому просторі. Також

<sup>26</sup> Wang L., Wang R. Cyber warfare: a study of Zelensky's social media political performance strategies and effects. *Frontiers in Psychology*. 2024. Vol. 15. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1478639>.

<sup>27</sup> Geissler D. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. *EPJ Data Science*. 2023. Vol. 12, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5>.

встановлено, що близько 20 % розповсюджувачів таких повідомлень були ботами, тобто автоматизованими акаунтами, створеними для посилення повідомлень і їхнього поширення. Ці дані підтверджують, що державні та недержавні актори можуть використовувати саме штучні мережі для підсилення геополітичних меседжів та створення ілюзії більшої підтримки або ширшого впливу, ніж він є насправді, що узгоджується з результатами масштабних досліджень щодо російських інформаційних кампаній у соцмережах.

Другий приклад у таблиці – український наратив у Twitter під час того ж конфлікту. Тут значно менший обсяг – 58 704 повідомлення – але вони взаємодіяли з аудиторією щонайменше 2 150 000 разів, при цьому частка ботів була нижчою – 12 %. Це свідчить про те, що українські меседжі отримували більше органічної підтримки живих користувачів, які поширювали, коментували та взаємодіяли з повідомленнями. Такий механізм впливу відрізняється від першого саме якісною взаємодією: замість масового залучення автоматизованих акаунтів більшу роль відіграли реальні користувачі, що підсилює довіру до інформації та сприяє формуванню стабільного міжнародного наративу. Це відповідає висновкам низки досліджень, згідно з якими українські цифрові комунікації були більш органічними і менш залежними від автоматизації, що сприяло ефективнішому залученню міжнародної аудиторії<sup>28</sup>.

Третій приклад – інформаційні кампанії, пов'язані з діяльністю РФ і КНР у США (у контексті кейсу «Maduro»), де дані оцінені приблизно: 175 000 повідомлень поширювалися з охопленням близько 8 200 000 користувачів, причому частка ботів становила близько 18 %. Цей приклад також ілюструє, як геополітичні актори можуть цілеспрямовано впливати на думки певних міжнародних спільнот через соціальні платформи, використовуючи як живі акаунти, так і автоматизовані сітки. Такий підхід дозволяє не лише просувати власні наративи, але й створювати враження широкої підтримки певних ідей

---

<sup>28</sup> Marigliano R., Ng L. H. X., Carley K. M. Analyzing digital propaganda and conflict rhetoric: a study on Russia's bot-driven campaigns and counter-narratives during the Ukraine crisis. *Social Network Analysis and Mining*. 2024. Vol. 14, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1007/s13278-024-01322-w>.

серед цільових груп у ключових країнах, що є елементом геополітичної стратегії впливу.

Загалом аналіз даних показує, що соціальні медіа сьогодні є не просто каналом передачі інформації, а динамічним інструментом геополітичного впливу, де зміст повідомлень, їхня кількість, охоплення та структура поширення визначають високий потенціал для формування міжнародних наративів. Боти й автоматизовані мережі відіграють важливу, але не домінуючу роль, особливо коли йдеться про розповсюдження проросійських або інших пропагандистських наративів. У той же час живі користувачі та органічні взаємодії сприяють створенню більш довірливих та сталих цифрових кампаній, які можуть впливати на сприйняття глобальних подій у довгостроковій перспективі.

Ще одним важливим аспектом є зміна ролі мовних та культурних бар'єрів у цифровому середовищі. Результати дослідження, що порівнювало наративи на китайській платформі Weibo зі світовими медіа, показали, що значна частина контенту, який циркулював на цій платформі під час війни, була асоційована з російськими новинними сайтами. Це свідчить про те, що геополітичні наративи можуть поширюватися не лише всередині окремої мовної спільноти, але й перетинати мовні бар'єри, формуючи унікальні культурні контексти та впливаючи на громадську думку у різних регіонах<sup>29</sup>.

Окрім формальних державних кампаній, соціальні медіа також стають майданчиком для непрямих впливів через співпрацю з приватними технологічними компаніями та аналітичними сервісами, що можуть надавати інформацію або автоматизовані інструменти аналізу даних. Цей механізм впливу особливо характерний для сучасних стратегій, де цифрові платформи та мейнстрімні соцмережі взаємодіють із політичними зацікавленими сторонами.

Значну роль у геополітичних комунікаціях відіграють також кампанії конкуруючих держав. Так, окремі дослідження зафіксували діяльність

---

<sup>29</sup> Hanley H. W. A., Lu Y., Pan J. Across the firewall: Foreign media's role in shaping Chinese social media narratives on the Russo-Ukrainian War. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2024. Vol. 122, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1073/pnas.2420607122>.

китайських кампаній, які намагалися впливати на американську громадську думку, використовуючи соціальні мережі для просування певних меседжів. Ці кампанії спрямовані не лише на прямий політичний вплив, а й на формування сприятливих уявлень про зовнішню політику Китаю, підсилюючи стратегії м'якої сили та створюючи альтернативні наративи у публічному просторі<sup>30</sup>.

Разом із цим, соціальні медіа використовуються не лише для просування позитивних або нейтральних наративів, а й у контексті «постправдових» кампаній та емоційних впливів. Дослідження сучасного глобального політичного дискурсу показують, що алгоритмічно керовані стрічки новин можуть підсилювати емоційно забарвлені повідомлення, що сприяє поляризації думок та спрощенню складних політичних тем до чорно-білих наративів, що, у свою чергу, сприяє насильницьким конфліктам та посилює геополітичну напругу<sup>31</sup>.

Серед механізмів впливу також важливо виділити так звані «мікроінфлюенсерські» комунікації, які виникли під час кризових ситуацій. Мікроінфлюенсери, що мають значний рівень довіри серед локальних спільнот, можуть за короткий термін залучати велику аудиторію до певних повідомлень чи подій. Наприклад, у контексті війни в Україні окремі мікроінфлюенсери суттєво підсилювали міжнародний резонанс подій, добиваючись більш персоналізованої уваги до глобальної аудиторії та формуючи підтримку на рівні емоційного залучення.

Таким чином, ці механізми демонструють, що сучасна геополітична комунікація через соціальні медіа набуває мультиструктурного характеру, де держави та недержавні актори використовують ці інструменти для просування власних інтересів, часто у рамках складних інформаційних операцій. Геополітичний вплив у цифровому середовищі виходить за межі простих

---

<sup>30</sup> Beyond Hybrid War: How China Exploits Social Media to Sway American Opinion. Recorded Future. Advanced Cyber Threat Intelligence. Recorded Future. URL: [https://www.recordedfuture.com/research/china-social-media-operations?utm\\_source](https://www.recordedfuture.com/research/china-social-media-operations?utm_source).

<sup>31</sup> Внучко С. Соціальні мережі в глобальній політичній взаємодії: виклики фейків, маніпуляцій і постправди у цифрову добу. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління. 2025. № 2(78). С. 34-40.

інформаційних повідомлень та переростає у складні стратегії, що поєднують технології, психологію цільової аудиторії, алгоритмічні системи та масові комунікації. Їх подальший розвиток буде визначати не лише майбутнє соціальних медіа, а й загальний характер міжнародних відносин у цифрову добу.

### 2.3. Соціальні медіа у структурі інформаційних операцій та гібридних стратегій держав

Сучасні соціальні медіа відіграють вирішальну роль у реалізації інформаційних операцій (information operations – IO) і гібридних стратегій держав, стаючи основним полігоном для просування політичних, ідеологічних та стратегічних наративів у глобальному інформаційному просторі. У контексті сучасних конфліктів і дипломатичних протистоянь саме соціальні медіа дозволяють державам ефективно транслювати меседжі, маніпулювати даними, формувати громадську думку та впливати на міжнародні рішення з мінімальними часовими і територіальними обмеженнями.

Показники впливу соціальних медіа у інформаційних операціях представимо у табл. 2.3.

Таблиця 2.3

#### Показники впливу соціальних медіа у інформаційних операціях<sup>32</sup>

Кампанія/операція	Повідомлень у соцмережах	Охоплення аудиторії	Частка ботів/фейкових акаунтів (%)
Російська пропаганда під час вторгнення в Україну (Twitter)	349455	14400000	2028
Російська локальна Telegram операція цифрова окупація	316000	3600	100
AI генеровані дезінформаційні пости про Україну	5780	1350000	2823
Facebook/Twitter пропаганда дезінформації (загальний набір)	10000000	50000000	815

<sup>32</sup> Pierri F. Propaganda and Misinformation on Facebook and Twitter during the Russian Invasion of Ukraine. WebSci '23: 15th ACM Web Science Conference 2023, Austin TX USA. New York, NY, USA, 2023. URL: <https://doi.org/10.1145/3578503.3583597>.

Соціальні медіа у межах інформаційних операцій використовуються державними акторами та аффілійованими групами навіть у локальних конфліктах, оскільки вони дозволяють масштабно і приховано впливати на психологічний стан суспільства, штовхаючи сприйняття певних подій у бажаному напрямі. Аналіз конкретних цифрових даних показує, що систематичне застосування цієї тактики має кілька характерних рис.

По-перше, соціальні медіа дозволяють створювати масові потоки повідомлень з необхідною такою тематикою. Так, під час російського вторгнення в Україну протягом 2022 року на Twitter було зібрано 349 455 твітів із проросійським контентом, які отримали близько 14 400 000 переглядів. При цьому значна частка акаунтів, що розповсюджували ці повідомлення, була автоматизована – близько 20,28 %, що підсилювало швидкість їх поширення в інформаційному просторі. Такий масштаб свідчить про те, що соціальні мережі використовуються для потужних і скоординованих кампаній, здатних формувати та транслювати наративи на міжнародну аудиторію у реальному часі<sup>33</sup>.

По-друге, платформи, що мають більш відкриту та менш модеровану структуру, такі як Telegram, можуть використовуватися для локальних операцій гібридного впливу, які безпосередньо спрямовані на внутрішню аудиторію або регіональні спільноти. Зокрема, у захоплених російськими силами регіонах України виявлено щонайменше 316 000 повідомлень, поширених понад 3 600 фейкових/проксі-акаунтів, що мали за мету створити ілюзію підтримки окупації та підірвати довіру населення до уряду. Такі дії в інформаційному просторі виконують функцію цифрової окупації, коли контроль над інформаційним середовищем є невід’ємною складовою контролю над територією<sup>34</sup>.

Ще один механізм полягає у застосуванні штучного інтелекту для генерування і масштабування впливу. За даними аналітичних компаній,

---

<sup>33</sup> Geissler D. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. EPJ Data Science. 2023. Vol. 12, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5>.

<sup>34</sup> How Russia targets Ukrainians' hearts and minds through their phones. Verifying Device. URL: [https://www.thetimes.com/world/russia-ukraine-war/article/russia-targets-ukrainians-phones-29zl8fb3v?utm\\_source](https://www.thetimes.com/world/russia-ukraine-war/article/russia-targets-ukrainians-phones-29zl8fb3v?utm_source)

щонайменше 5 780 постів, що були пов'язані з дезінформацією щодо України, були згенеровані або підсилені AI-технологіями, при цьому вони отримали орієнтовно 1 350 000 переглядів. Близько 23 % таких постів були орієнтовані на мовні аудиторії, наприклад французькомовні секції, що свідчить про стратегічний вибір мовних груп для посилення впливу на громадську думку в конкретних країнах НАТО.

Також важливо зазначити, що великі соціальні платформи, такі як Facebook і Twitter, виявили дуже значну кількість пропагандистського та недостовірного контенту під час конфліктів. За результатами досліджень, близько 8-15 % із великого набору проаналізованих постів, що містили посилення на пропагандистські або недостовірні джерела, були видалені або модеровані платформами. Це вказує на те, що лише невелика частина такої інформації була обмежена, а решта продовжувала циркулювати, сприяючи підтримці гібридних стратегій державних акторів<sup>35</sup>.

Соціальні медіа виступають не лише каналом поширення контенту, але й цілісною структурою, що формує контекст політичного та соціального дискурсу на глобальному рівні. Завдяки своїй архітектурі – мережевій, інтерактивній і алгоритмічній – ці платформи здатні об'єднувати інформаційні потоки з різних мовних, культурних і географічних сегментів, створюючи мультикультурні наративи, які поширюються значно швидше, ніж у традиційних медіа. При цьому соціальні мережі не лише віддзеркалюють суспільні настрої, але й активно формують їх, виступаючи середовищем, в якому різні актори можуть формувати, транслювати, адаптувати та зміцнювати повідомлення з геополітичним забарвленням.

Це перетворює соціальні мережі на складну інформаційну екосистему, де гібридні стратегії держав поєднують масову пропаганду із цілеспрямованим впливом на певні соціальні групи та регіони. У цій екосистемі державні акції з

---

<sup>35</sup> Pierri F. Propaganda and Misinformation on Facebook and Twitter during the Russian Invasion of Ukraine. WebSci '23: 15th ACM Web Science Conference 2023, Austin TX USA. New York, NY, USA, 2023. URL: <https://doi.org/10.1145/3578503.3583597>.

просування власних наративів часто здійснюються одночасно на кількох мовах і в кількох культурних контекстах, що дозволяє створювати уявлення про універсальність або «нормальність» певної точки зору. Наприклад, у міжнародних конфліктах значну частину контенту формують не лише офіційні акаунти державних установ, а й численні послідовники, волонтери, симпатички або, навпаки, опоненти, що разом створюють складний ландшафт інформаційних впливів<sup>36</sup>.

Дуже типовою практикою для таких кампаній є використання маси автоматизованих акаунтів – так званих ботів – які імітують поведінку реальних користувачів, взаємодіють із живими акаунтами, репостіють повідомлення й «розганяють» певні меседжі в стрічках новин. Боти не лише збільшують кількість публікацій і репостів, але й створюють ілюзію широкої підтримки певних ідей або настроїв. Це дає змогу посилювати видимість стратегічних меседжів, долати алгоритмічні фільтри платформ та маніпулювати системами рекомендацій, які в багатьох соцмережах працюють за принципом популярності та залучення. Таким чином, навіть обмежена за обсягом кампанія може набрати «сніжний ком» у вигляді значної кількості взаємодій, що посилює її охоплення і вплив.

Ця здатність до масштабування – одна з головних причин, чому соціальні медіа стали центральним інструментом у гібридних стратегіях державних акторів. Особливо це проявляється у випадках, коли держави прагнуть вплинути на політичні процеси у третіх країнах, наприклад, під час виборчих кампаній або соціальних протестів. Аналіз діяльності таких акторів показує, що вони використовують фейкові акаунти та скоординовані мережі для маніпулювання інформацією щодо ключових політичних подій за межами власного регіону. Це може включати створення та поширення контенту, який дискредитує

---

<sup>36</sup> Geissler D. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. EPJ Data Science. 2023. Vol. 12, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5>.

демократичні інститути, посилює політичні розколи або формує сприятливий політичний клімат для реалізації власних геополітичних інтересів.

Важливо зазначити, що такі кампанії не обмежуються прямою пропагандою. Часто вони включають цілеспрямовані дії, спрямовані на зниження довіри до існуючих політичних систем, посилення недовіри до медіа, дискредитацію опозиційних груп чи окремих кандидатів та формування емоційних реакцій, що підсилюють соціальні розколи. У цьому сенсі соціальні медіа служать не лише ланцюгом передачі інформації, а середовищем, у якому актуалізується, конструюється і локалізується політичний та соціальний дискурс з усіма його емоційними та когнітивними складовими<sup>37</sup>.

Цей феномен не є суто теоретичним. У кількох відомих випадках дослідники і журналісти зафіксували великомасштабні кампанії впливу, спрямовані на вибори або громадські настрої у Західній Європі чи США, де використовувалися мережі ботів, фейкові акаунти та координація між різними платформами. Ці кампанії мали на меті не лише поширити певні меседжі, але й створити відчуття «масової підтримки» або, навпаки, «широкої критики» тих політичних акторів чи ідей, які були предметом уваги. Аналіз таких кампаній показав, що значна частина повідомлень мала спільні характеристики: повторювані наративи, узгоджений час публікації, множинність форматів (текст, відео, зображення) та високий рівень координації між акаунтами, що свідчить про організований характер впливу.

У результаті соціальні медіа сьогодні стали не лише інструментом поширення контенту, а й повноцінною структурною складовою сучасних інформаційних операцій, де поєднуються технічні можливості платформ, алгоритмічні механізми поширення, стратегічні меседжі геополітичних акторів і поведінка мільярдів користувачів. Це означає, що ефективне реагування на зловмисний інформаційний вплив потребує не лише розуміння контенту, але й

---

<sup>37</sup> Geissler D. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. EPJ Data Science. 2023. Vol. 12, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5>.

аналізу мережевої поведінки, алгоритмів, що впливають на розповсюдження, та взаємодії між різними сегментами аудиторії<sup>38</sup>.

З огляду на це, важливими напрямками практичної діяльності стають розробка аналітичних систем моніторингу, здатних виявляти координацію ботів, алгоритмічні фільтри, що обмежують поширення недостовірної інформації, і механізми фактчекінгу, які не лише визначають неправдиву інформацію, а й оперативно подають коректні дані широкій аудиторії. Крім того, міжнародна співпраця у сфері інформаційної безпеки стає критично важливою, оскільки зловмисні практики впливу часто мають транснаціональний характер та виходять за межі юрисдикції однієї держави.

Отже, в цілому соціальні медіа сьогодні є не тільки цифровим майданчиком для спілкування, а й середовищем, у якому формуються, поширюються та фіксуються сучасні інформаційні війни, гібридні стратегії держав і глобальні політичні дискурси. Це вимагає від аналітиків, політиків і технологічних платформ розвинених інструментів аналізу, адаптивних стратегій захисту, а також розуміння того, що соціальні медіа, будучи відкритим простором для мільйонів користувачів, одночасно є потужним інструментом політичного та інформаційного впливу, який може слугувати як інтересам відкритого суспільства, так і сценаріям зловмисного втручання.

## **Висновки до розділу 2**

Другий розділ дослідження демонструє, що соціальні медіа стали ключовим інструментом міжнародної комунікації та гібридних стратегій держав. Аналіз еволюції соціальних платформ показав, що зростання кількості користувачів та розвиток алгоритмічно керованих форматів контенту суттєво розширюють можливості держав і міжнародних акторів для оперативного

---

<sup>38</sup> Geissler D. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. EPJ Data Science. 2023. Vol. 12, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5>.

впливу на глобальну аудиторію. Зокрема, сучасні соціальні мережі виконують не лише функцію каналів поширення інформації, а й створюють складну інформаційну екосистему, що об'єднує мультикультурні та багатомовні наративи, формує порядок денний міжнародних комунікацій і дозволяє здійснювати цілеспрямовану мобілізацію аудиторії.

Практичний аналіз цифрових даних підтвердив активне використання соціальних медіа у геополітичних кампаніях та інформаційних операціях. Було зафіксовано значну роль автоматизованих акаунтів (ботів) та координованих мереж у підсиленні видимості стратегічних меседжів, що дозволяє державам маніпулювати інформаційним простором і формувати сприятливі умови для реалізації власних геополітичних цілей. Дослідження конкретних кампаній, зокрема під час російсько-українського конфлікту та глобальних інформаційних операцій, показало, що соціальні медіа використовуються не лише для пропаганди, а й для створення ілюзії широкої підтримки, дискредитації опонентів та маніпулювання міжнародною громадською думкою.

## РОЗДІЛ 3

### ПРАКТИКИ ПРОЄКТУВАННЯ ГЕОПОЛІТИЧНОГО ВПЛИВУ ЧЕРЕЗ СОЦІАЛЬНІ МЕДІА У СУЧАСНИХ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИНАХ

#### 3.1. Використання соціальних медіа у зовнішньополітичних стратегіях провідних держав світу

У ХХІ столітті соціальні медіа перетворилися на один із ключових інструментів реалізації зовнішньої політики провідних держав світу. Держави використовують цифрові платформи не лише для комунікації з власними громадянами, але й для формування зовнішнього іміджу, просування національних інтересів, кризової комунікації, а також безпосереднього спілкування з міжнародною аудиторією. Це явище отримало назву цифрової дипломатії – нового покоління дипломатичного інструментарію, що інтегрує соціальні мережі в систему традиційних зовнішньополітичних комунікацій.

Цифрова дипломатія забезпечує державам можливість безпосереднього контакту з аудиторіями по всьому світу: це включає промоцію політики та культури, а також реагування на глобальні кризи у реальному часі. Соціальні медіа платформи, такі як X (колишній Twitter), Facebook, Instagram, YouTube та інші, стали ареною публічної дипломатії, де зухвалі меседжі, офіційні повідомлення і навіть персональні виступи лідерів держав формують міжнародну дискусію<sup>39</sup>.

Стратегічне використання соціальних медіа провідними державами спрямоване на досягнення різноманітних зовнішньополітичних цілей, що охоплюють широкий спектр комунікаційних і дипломатичних завдань. По-перше, соціальні мережі дозволяють державам встановлювати прямий контакт із міжнародними аудиторіями, забезпечуючи обмін інформацією про політичну позицію, поточну політику, культурні цінності та суспільно важливі події. Це

---

<sup>39</sup> Twiplomacy Study. Diplo Resource. Diplo. URL: [https://www.diplomacy.edu/resource/twiplomacy-study-2015/?utm\\_source](https://www.diplomacy.edu/resource/twiplomacy-study-2015/?utm_source).

створює можливість формувати безпосереднє сприйняття держави серед глобальної спільноти без посередництва традиційних медіа. По-друге, соціальні медіа виступають інструментом формування позитивного іміджу держави, що дозволяє підсилювати її бренд на міжнародній арені через механізми soft power, демонструючи культурну, економічну та політичну привабливість.

Масштаб використання соціальних медіа у зовнішній політиці провідних держав представимо у табл. 3.1.

Таблиця 3.1

Соціальні медіа у зовнішньополітичній комунікації: цифрові показники присутності лідерів і дипломатичних інституцій за 2023-2025 роки<sup>40</sup>

Рік	Кількість акаунтів світових лідерів та МЗС у X (Twitter)	% країн ООН з присутністю у X	Загальна аудиторія X (followers, млн)	Кількість Facebook акаунтів лідерів/МЗС	Загальна Facebook аудиторія (followers, млн)
2023	2390	98	870	2620	430
2024	2540	99	920	2780	460
2025	2730	99	975	2910	495

У 2023-2025 роках соціальні медіа стали ще важливішими інструментами зовнішньополітичних стратегій провідних держав. Світові лідери і дипломатичні інституції не лише підтримують присутність на ключових цифрових платформах, а й активно розширюють її масштаб для досягнення стратегічних зовнішньополітичних цілей.

У 2023 році значна частина дипломатичного корпусу вже мала активні акаунти в X (Twitter) та Facebook, що свідчить про глобальну імплементацію цифрової дипломатії як елемента офіційних зовнішньополітичних комунікацій. Так, понад 98 % країн ООН мали представництва або через акаунти лідерів, або через МЗС на платформі X, що підтверджує майже всеохопну цифрову присутність у глобальному просторі. У 2023 році сумарна аудиторія акаунтів світових лідерів у X досягала близько 870 млн підписників, а у Facebook офіційні

<sup>40</sup> Lessons from the 2024 social media rankings of World Leaders. URL: [https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm\\_source](https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm_source).

сторінки дипломатії охоплювали орієнтовно 430 млн користувачів по всьому світу. Це відображало потужну глобальну аудиторію, до якої держави могли прямувати своїми зовнішньополітичними меседжами.

На 2024 рік тенденція зростання лише посилилася, що відображено в таблиці. Кількість дипломатичних акаунтів світових лідерів і МЗС у X виросла до 2540, а загальна аудиторія таких акаунтів – до 920 млн підписників; водночас у Facebook число офіційних дипломатичних сторінок збільшилося до 2780 із загальною аудиторією близько 460 млн. Така динаміка свідчить про широке впровадження цифрових комунікаційних практик у зовнішній політиці: державні інституції не лише підтримують свої акаунти, а й нарощують їхню активність через пости, комунікації з міжнародними спільнотами та публічні цифрові кампанії<sup>41</sup>.

У 2025 році соціальні медіа залишаються одним із найважливіших каналів зовнішньополітичної комунікації. Загальна кількість дипломатичних акаунтів у X зросла до 2730, а загальна аудиторія наближалася до 975 млн підписників. Це вказує на те, що майже кожна держава активно використовує соціальні платформи для просування своїх зовнішньополітичних позицій, навіть тих, які раніше були менш представлені в цифровому середовищі. Аналогічно й офіційні Facebook-сторінки держав продовжували розширювати свою аудиторію до 495 млн користувачів, що уможлиблює нарощування soft power в глобальному масштабі.

Такий тренд можна пояснити тим, що нейтралізація традиційних каналів дипломатії у цифрову еру стає одним із ресурсів, яким держави прагнуть максимізувати свій вплив. Соціальні медіа дозволяють не лише миттєво реагувати на міжнародні події, а й активно формувати зовнішньополітичний наратив, який резонує з глобальною аудиторією.

---

<sup>41</sup> Lessons from the 2024 social media rankings of World Leaders. URL: [https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm\\_source](https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm_source).

Інтеграція таких цифрових стратегій у зовнішню політику передбачає роботу з величезними групами користувачів соціальних платформ. Наприклад, акаунти окремих світових лідерів, як Прем'єр-міністр Індії, мали на своїх сторінках сотні мільйонів підписників, що формує значний базис для просування державних посилів (за даними рейтингів соціальних медіа)<sup>42</sup>.

Популярні соціальні медіа-акаунти провідних світових лідерів представимо на рис. 3.1-3.3.

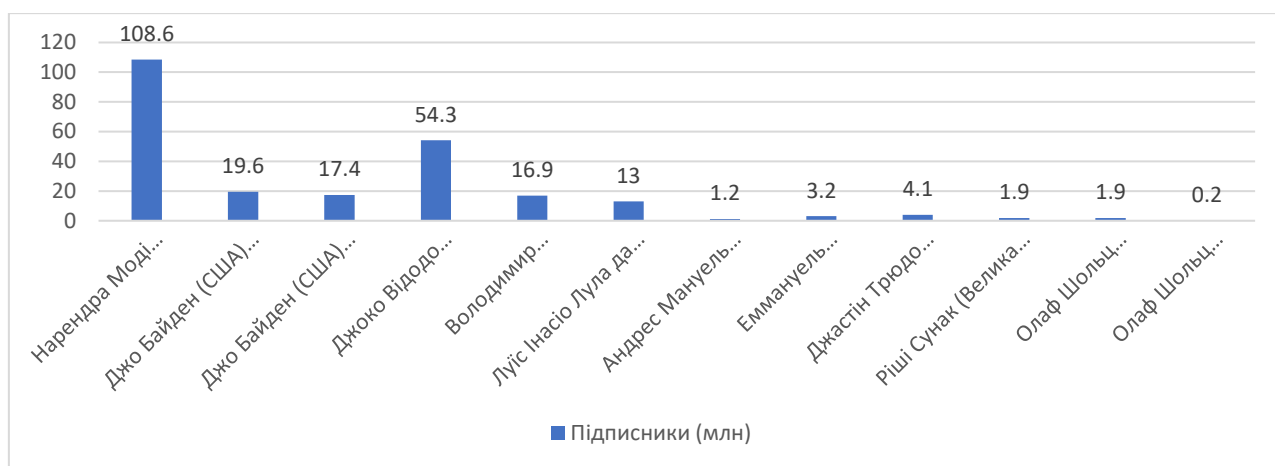


Рис. 3.1. Instagram акаунти провідних світових лідерів<sup>43 44 45</sup>

Дані показують, що Instagram є однією з найпотужніших платформ для цифрової дипломатії та просування зовнішньополітичних цілей провідних держав світу. Найбільшу аудиторію має Прем'єр-міністр Індії Нарендра Моді, який на одному лише особистому акаунті має понад 108 мільйонів підписників, що робить його цифровий канал одним із найвпливовіших у світі. Значна аудиторія також спостерігається у президента США Джо Байдена та президента

<sup>42</sup> Lessons from the 2024 social media rankings of World Leaders. URL: [https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm\\_source](https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm_source).

<sup>43</sup> PM Modi becomes first world leader to cross 100 million Instagram followers | India News - The Times of India. The Times of India. URL: [https://timesofindia.indiatimes.com/india/pm-modi-becomes-first-world-leader-to-cross-100-million-instagram-followers/articleshow/128798704.cms?utm\\_source](https://timesofindia.indiatimes.com/india/pm-modi-becomes-first-world-leader-to-cross-100-million-instagram-followers/articleshow/128798704.cms?utm_source).

<sup>44</sup> Світові лідери в соцмережах: у кого найбільше фоловерів. Слово і Діло. URL: [https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/suspilstvo/svitovi-lidery-soczmerezhax-koho-najbilshe-foloveriv?utm\\_source](https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/suspilstvo/svitovi-lidery-soczmerezhax-koho-najbilshe-foloveriv?utm_source).

<sup>45</sup> DigitalDiplomacy Archives. DigiTips. URL: [https://digitips.ch/tag/digitaldiplomacy/?utm\\_source](https://digitips.ch/tag/digitaldiplomacy/?utm_source).

Індонезії Джоко Відодо, що демонструє високий рівень залучення громадськості у ключових державах.

Instagram дозволяє лідерам не лише формувати імідж через візуальний контент, а й оперативно реагувати на міжнародні події, надаючи можливість для м'якого впливу (soft power) на глобальну аудиторію. Менші держави, такі як Мексика та Німеччина, мають менші цифрові аудиторії, проте навіть ці платформи дають можливість досягати сотень тисяч активних користувачів.

Загалом, Instagram залишається ключовим інструментом персоналізованої комунікації, де через фото- та відеоконтент можна формувати позитивний імідж держави та її лідера, одночасно впливаючи на міжнародні наративи та громадську думку.

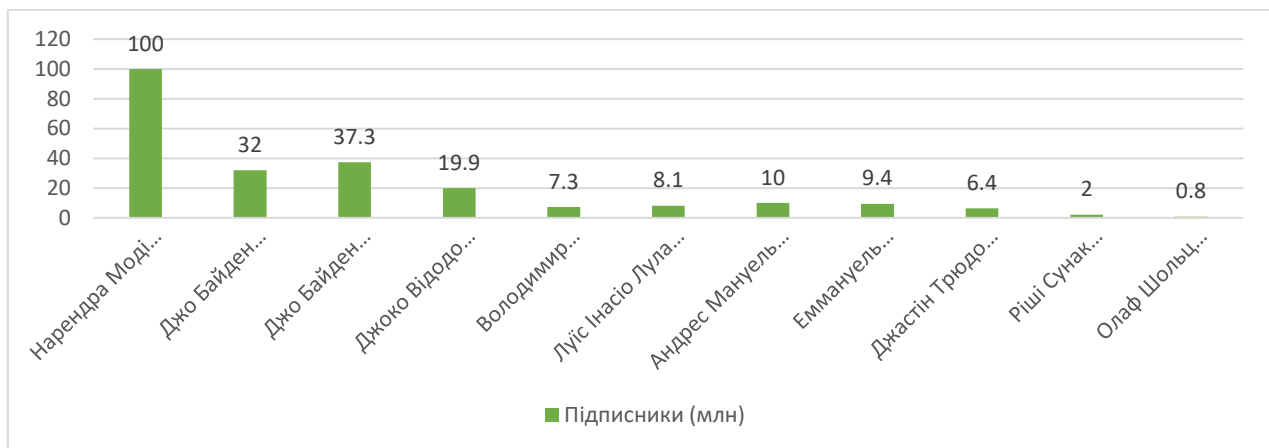


Рис. 3.2. X (Twitter) акаунти провідних світових лідерів<sup>46 47 48</sup>

X (Twitter) демонструє важливість швидкого текстового інформування та оперативного реагування у зовнішньополітичних комунікаціях. Дані таблиці свідчать, що світові лідери активно використовують цю платформу для формування міжнародного дискурсу. Нарендра Моді має понад 100 мільйонів підписників, а Джо Байден – два активних акаунти, що сумарно дає близько 69

<sup>46</sup> Світові лідери в соцмережах: у кого найбільше фоловерів. Слово і Діло.

URL: [https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/suspilstvo/svitovi-lidery-soczmerezhax-koho-najbilshe-foloveriv?utm\\_source](https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/suspilstvo/svitovi-lidery-soczmerezhax-koho-najbilshe-foloveriv?utm_source).

<sup>47</sup> Lessons from the 2024 social media rankings of World Leaders. URL: [https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm\\_source](https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm_source).

<sup>48</sup> Twiplomacy - a global study of world leaders on Twitter - UX Passion. UX Passion. URL: [https://uxpassion.com/portfolio/twiplomacy-global-study-world-leaders-twitter/?utm\\_source](https://uxpassion.com/portfolio/twiplomacy-global-study-world-leaders-twitter/?utm_source).

мільйонів користувачів, які отримують прямі повідомлення про позицію США на міжнародній арені.

X (Twitter) дозволяє швидко охоплювати міжнародну аудиторію і здійснювати пряму комунікацію з громадянами інших держав, що робить її ефективним інструментом цифрової дипломатії. Крім того, платформа активно використовується для кризових комунікацій та поширення офіційних заяв, що особливо важливо під час конфліктів та кризових ситуацій.

Менші держави, такі як Німеччина чи Велика Британія, мають значно меншу кількість підписників, проте їхні акаунти служать як додатковий канал для поширення важливих повідомлень, включаючи офіційні заяви МЗС та лідерів. Підсумовуючи, X (Twitter) забезпечує широку видимість та оперативність у зовнішньополітичних комунікаціях, що робить її стратегічно важливою для світових лідерів.

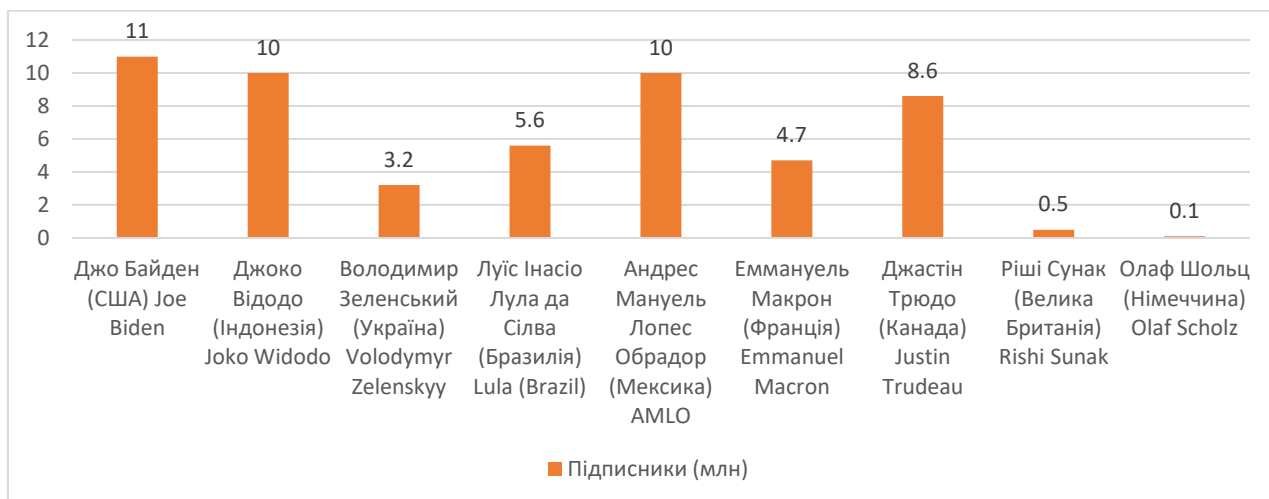


Рис. 3.3. Facebook акаунти провідних світових лідерів<sup>49 50 51</sup>

<sup>49</sup> Світові лідери в соцмережах: у кого найбільше фоловерів. Слово і Діло. URL: [https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/susplstvo/svitovi-lidery-socmerezha-koho-najbilshe-foloveriv?utm\\_source](https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/susplstvo/svitovi-lidery-socmerezha-koho-najbilshe-foloveriv?utm_source).

<sup>50</sup> Twiplomacy Study. Diplo Resource. Diplo. URL: [https://www.diplomacy.edu/resource/twiplomacy-study-2015/?utm\\_source](https://www.diplomacy.edu/resource/twiplomacy-study-2015/?utm_source).

<sup>51</sup> Байден чи Зеленський: у кого найбільша кількість підписників серед світових лідерів. URL: [https://mmr.ua/news/trends/bajden-chy-zelenskiy-u-kogo-najbilsha-kilkist-pidpysnykiv-sered-svitovyh-lideriv?utm\\_source](https://mmr.ua/news/trends/bajden-chy-zelenskiy-u-kogo-najbilsha-kilkist-pidpysnykiv-sered-svitovyh-lideriv?utm_source).

Facebook залишається платформою з великою охоплювальною аудиторією, особливо серед користувачів старших вікових груп, що робить її важливою для просування зовнішньополітичних наративів на різні сегменти населення. Лідери великих держав, таких як Джо Байден, Джоко Відодо та Луїс Інасіо Лула да Сілва, мають десятки мільйонів підписників на офіційних сторінках, що дозволяє їм вести прямий контакт з аудиторією та формувати імідж держави.

Аналіз показує, що Facebook дозволяє більш детально представляти контент, включаючи текстові публікації, відео та фото, що робить її платформою для комплексної цифрової дипломатії. Водночас, відносно невелика кількість підписників у лідерів Німеччини та Великої Британії свідчить про відносну популярність інших платформ серед європейської аудиторії, зокрема X та Instagram.

Сполучені Штати були одними із перших держав, які офіційно включили цифрову стратегію у склад зовнішньої політики. Конституцію цифрової дипломатії започатковано через створення спеціальних структур у Державному департаменті США на початку 2000-х років, що надалі еволюціонувало у використання широкого спектру інструментів соціальних медіа (YouTube, Facebook, X) для просування політики та комунікації з міжнародними аудиторіями.

Станом на 2024 рік США розглядають «кібер-дипломатію» як механізм доповнення традиційних дипломатичних засобів, використовуючи соціальні мережі для зміцнення зв'язків із цільовими групами, просування ідей демократії, прав людини та участі у глобальному інформаційному просторі<sup>52</sup>.

Китай представляє інший варіант цифрової дипломатії – синхронне використання соціальних медіа і глобальних платформ для просування зовнішньополітичних наративів. У сучасній практиці китайські дипломати

---

<sup>52</sup> United States cyber-diplomacy - Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/United\\_States\\_cyber-diplomacy?utm\\_source](https://en.wikipedia.org/wiki/United_States_cyber-diplomacy?utm_source).

активно публікують тисячі повідомлень у соцмережах, спрямованих на просування міжнародних проєктів, культурних платформ і економічних ініціатив, зокрема в Африці та інших регіонах.

Дослідження показують, що короткі повідомлення дипломатії КНР сприяють формуванню позитивних уявлень серед підписників у різних регіонах світу, зокрема в Африці, де китайські дипломатичні акаунти активно комунікують про партнерства та спільний розвиток<sup>53</sup>.

Практика так званої Twiplomacy (дипломатія через Twitter/X) стала центральним елементом у зовнішньополітичних стратегіях багатьох держав. Це явище охоплює використання акаунтів глав держав, міністрів закордонних справ та дипломатичних інституцій для прямого обміну повідомленнями з міжнародною аудиторією. У 2018 році BCW визначила 951 акаунт світових лідерів і дипломатичних інституцій у Twiplomacy, що охоплювали 187 країн світу з 485 млн підписників на X і 311 млн лайків у Facebook дипломатичних сторінок.

Такі цифрові дані демонструють, що соціальні медіа стали невід'ємною платформою зовнішньої комунікації, де лідери держав і МЗС реалізують власні стратегії soft power, просувають власні позиції у міжнародних питаннях, реагують на кризи та формують міжнародне суспільне сприйняття<sup>54</sup>.

Використання соціальних медіа для зовнішньої політики супроводжується складнощами, такими як маніпуляції інформацією, дезінформаційні кампанії, необхідність адаптації контенту для різних культурних та мовних сегментів, а також ризики втручання іноземних акторів у національні дискурси. Це означає, що цифрова дипломатія не лише розширює комунікаційні можливості держав, але й ставить нові завдання щодо захисту інформаційного простору та управління міжнародними наративами.

---

<sup>53</sup> Exposure effects to China's digital diplomacy in Africa: perceptions, engagement, and the role of education as a soft power tool - Humanities and Social Sciences Communications. Nature. URL: [https://www.nature.com/articles/s41599-026-06853-5?utm\\_source](https://www.nature.com/articles/s41599-026-06853-5?utm_source).

<sup>54</sup> Twiplomacy Study. Diplo Resource. Diplo. URL: [https://www.diplomacy.edu/resource/twiplomacy-study-2015/?utm\\_source](https://www.diplomacy.edu/resource/twiplomacy-study-2015/?utm_source).

Аналіз даних щодо використання соціальних медіа провідними державами світу підтверджує, що цифрова дипломатія стала невід’ємною частиною сучасної зовнішньополітичної стратегії. Через соціальні мережі державні інституції та лідери реалізують широкий спектр зовнішньополітичних цілей: від оперативного інформування міжнародної спільноти до просування культурних наративів та soft power під час глобальних криз. Статистика Twiplomacy демонструє, що практично всі країни світу мають присутність у ключових мережах, а обсяги аудиторій лідерів і дипломатичних акаунтів у сотні мільйонів підписників вказують на стратегічне значення цифрової комунікації у зовнішній політиці.

Таким чином, соціальні медіа не лише доповнюють, але й змінюють сам характер дипломатичної взаємодії у глобальному інформаційному просторі, створюючи нову форму державної комунікації – цифрову дипломатію.

### **3.2. Соціальні медіа у системі національної безпеки та зовнішньої політики України**

В умовах повномасштабної війни, що триває з 24 лютого 2022 року, соціальні медіа стали не лише платформою для обміну інформацією, а й ключовим елементом національної безпеки та зовнішньополітичних комунікацій України. Якщо раніше традиційні ЗМІ мали домінуюче значення у формуванні інформаційного простору, то сьогодні соціальні мережі і месенджери визначають основні канали отримання новин, оперативного обміну даними та взаємодії між державними інституціями та громадянами. Це зумовлено як технологічними змінами у сфері комунікацій, так і потребами військового часу, коли швидкість поширення інформації, доступність у режимі реального часу та здатність охопити широку аудиторію стають критично важливими для стратегічних цілей держави та безпеки суспільства.

Соціальні медіа відіграють подвійно важливу роль для України: з одного боку, вони слугують інструментом внутрішньої інформаційної стабільності та

побудови суспільної згуртованості, а з іншого – є каналом публічної дипломатії та зовнішньої політичної комунікації на міжнародній арені. Такі платформи, як Telegram, YouTube, Facebook, Instagram та інші, стали майданчиками, де українські державні органи, громадські організації та окремі громадяни формують наративи, що впливають на позиціонування України у світі<sup>55</sup>.

Поведінка українців у споживанні новин різко змінилася після початку повномасштабного вторгнення. За даними соціологічних досліджень, близько 77,9 % громадян України у 2023 році використовували соціальні мережі як основне джерело новин, що наочно відображає зміну медіаспоживчих моделей у кризових умовах. У 2025 році 75 % українців повідомили, що отримують інформацію через месенджери (Telegram, Viber та інші), а 60 % використовують Facebook, Instagram або інші соціальні мережі для отримання новин. Такі дані свідчать про те, що соціальні платформи зміцнили своє значення, витіснивши традиційне телебачення для багатьох вікових груп українського населення<sup>56</sup>.

Основні соціальні мережі за часткою користувачів, що отримують новини в Україні представимо на рис. 3.4.

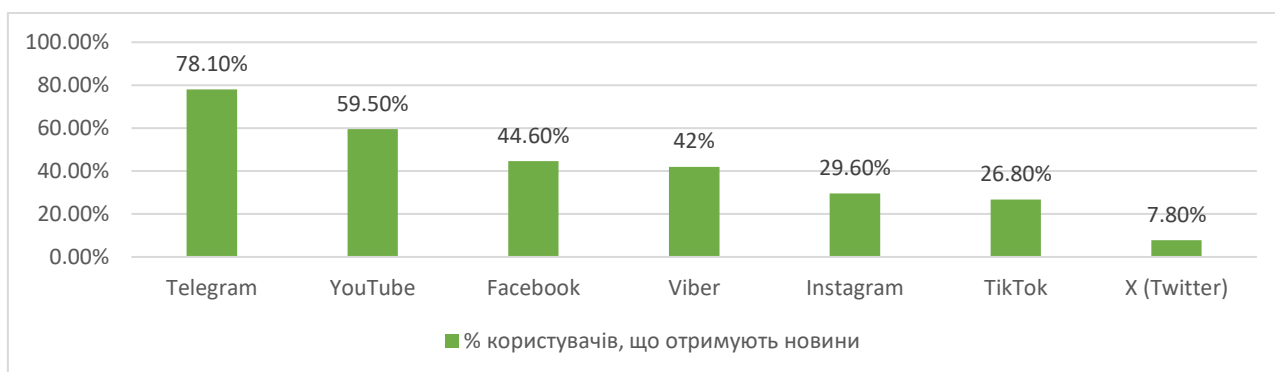


Рис. 3.4. Основні соціальні мережі за часткою користувачів, що отримують новини в Україні<sup>57</sup>

<sup>55</sup> Social media's impact on the Ukrainian news and publishing space after the full-scale invasion. URL: [https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2023/08/Social-medias-impact-on-the-Ukrainian-news-and-publishing-space-after-the-full-scale-invasion.pdf?utm\\_source](https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2023/08/Social-medias-impact-on-the-Ukrainian-news-and-publishing-space-after-the-full-scale-invasion.pdf?utm_source).

<sup>56</sup> Горон Д. 75% українців отримують інформацію через месенджери, - дослідження Gradus. ms.detector.media. URL: [https://ms.detector.media/internet/post/38603/2025-11-06-75-ukraintsiv-otrymuyut-informatsiyu-cherez-mesendzhery-doslidzhennya-gradus/?utm\\_source](https://ms.detector.media/internet/post/38603/2025-11-06-75-ukraintsiv-otrymuyut-informatsiyu-cherez-mesendzhery-doslidzhennya-gradus/?utm_source).

<sup>57</sup> Telegram, YouTube чи TikTok: звідки українці дізнаються новини. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: [https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3890827-telegram-youtube-ci-tiktok-zvidki-ukrainci-diznautsa-novini.html?utm\\_source](https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3890827-telegram-youtube-ci-tiktok-zvidki-ukrainci-diznautsa-novini.html?utm_source).

Така структура використання соцмереж говорить про те, що Telegram є беззаперечним лідером у формуванні інформаційного порядку денного – понад три чверті українців вказують його як основне джерело новин. Водночас відеоплатформу YouTube і Facebook називають важливими джерелами контенту майже для половини населення, що відображає тенденцію до мультимодального споживання інформації.

У контексті національної безпеки соціальні медіа виступають не лише як платформи обміну новинами, а й як поле інформаційної війни, де відбувається протистояння між українськими державними комунікаціями та інформаційними атаками з боку противника. Наукові дослідження вказують на те, що соціальні мережі можуть бути використані як інструмент інформаційних атак (в тому числі інформаційно-психологічних операцій), що становлять загрозу національній безпеці. Ворожі спецслужби та координовані мережі маніпулюють повідомленнями, таргетують аудиторію, створюють фейкові акаунти та впливають на суспільні настрої, що потребує розробки ефективних засобів протидії.

У цьому контексті важливо зазначити, що державні органи України активно працюють над підвищенням інформаційної безпеки, впровадженням алгоритмічного моніторингу та розробкою правових механізмів протидії дезінформації. Зокрема, вже ведеться робота над законодавчими ініціативами щодо регулювання соціальних платформ як суб'єктів медіа, що зобов'язані розкривати дані про власників і фінансування та протидіяти поширенню дестабілізуючого контенту<sup>58</sup>.

Важливість соціальних медіа як інструментів зовнішньої політики України зростає ще й через їх здатність здійснювати публічну дипломатію, просування національного іміджу та позиціонування держави на міжнародній арені. Офіційні акаунти Міністерства закордонних справ України, Президента та інших високих

---

<sup>58</sup> Савлюк М. Важливість інформаційної безпеки в соціальних мережах для загальнонаціональної безпеки: безпековий вимір України. Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія. 2024. № 18. С. 300-309.

посадових осіб активно використовують Telegram, Facebook, X та Instagram для поширення офіційних заяв, роз'яснень політичних рішень та реакцій на міжнародні події. Ці канали дозволяють українським дипломатам і політичним лідерам бути почутими безпосередньо, що має велике значення в умовах змагання інформаційних наративів з боку агресора.

Разом із перевагами, соціальні медіа породжують і значні ризики для національної безпеки. Швидкість поширення контенту у соцмережах створює умови для легкого розповсюдження дезінформації, маніпуляцій та фейків, які можуть дестабілізувати суспільство, підірвати довіру до інституцій та сприяти розколу соціальних груп. Це особливо критично під час війни, коли такі інформаційні атаки спрямовані на зниження морального духу населення, введення в оману щодо дій українських сил оборони та розпалювання внутрішніх протиріч.

Ще одним викликом є розбалансування доступу до інформації: анонімність Telegram, низький рівень модерації контенту та велика кількість неофіційних каналів створюють інформаційні «бульбашки», де перевірена інформація змішується з недостовірними меседжами. Це підсилює потребу у розвитку механізмів фактчеку, цифрової грамотності населення та співпраці з міжнародними платформами для захисту інформаційного простору<sup>59</sup>.

Отже, соціальні медіа в Україні сьогодні є невід'ємною частиною національної безпеки та зовнішньої політики. Вони впливають на поведінку громадян, формування інформаційного порядку денного, дозволяють державним інституціям оперативно комунікувати з міжнародною спільнотою, а також стають ареною інформаційної боротьби у гібридній війні. Частка українців, що використовують соцмережі як головне джерело новин, постійно залишається високою, а особливо домінує Telegram. Разом із тим, ризики дезінформації, маніпуляцій і інформаційних атак вимагають від держави активної політики

---

<sup>59</sup> Client Challenge. Le Monde.fr - Actualités et Infos en France et dans le monde. URL: [https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/04/18/ukrainian-authorities-are-worried-about-online-disinformation\\_6668838\\_4.html?utm\\_source](https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/04/18/ukrainian-authorities-are-worried-about-online-disinformation_6668838_4.html?utm_source).

протидії, цифрового моніторингу та правового регулювання цифрового середовища для захисту національних інтересів і безпеки.

### **3.3. Роль соціальних медіа у сучасних конфліктах та кризових ситуаціях**

Соціальні медіа сьогодні є невід'ємною складовою сучасних конфліктів та кризових ситуацій. Вони відіграють роль не лише каналів для висвітлення подій, а й активного інструменту впливу на громадську думку, міжнародне сприйняття та мобілізацію ресурсів. В умовах конфлікту соціальні медіа формують своєрідне інформаційне поле, у якому взаємодіють державні інституції, неурядові організації, громадські активісти та окремі користувачі. Через соціальні платформи учасники конфліктів мають можливість не лише поширювати інформацію про свої дії, а й формувати наративи, які відображають позиції сторін та сприяють залученню міжнародної уваги. Це особливо важливо у глобалізованому світі, де цифрові платформи дозволяють миттєво поширювати повідомлення мільйонам користувачів у різних країнах.

У сучасних конфліктах соціальні медіа виконують багаторівневі функції, які охоплюють інформаційне повідомлення про події, документування порушень прав людини, мобілізацію гуманітарної допомоги, поширення наративів та боротьбу за увагу міжнародної спільноти. При цьому вони одночасно можуть бути інструментом пропаганди і дезінформації, що значно впливає на соціальну атмосферу і моральне налаштування населення. Вчені відзначають, що соціальні медіа у конфліктних умовах здатні значно підсилювати інформаційні хвилі та сприяти швидкому поширенню як правдивих даних, так і неправдивих повідомлень, що може впливати на хід конфлікту та міжнародну оцінку подій<sup>60</sup>.

Цифрові платформи, такі як Telegram, X (колишній Twitter), Facebook та Instagram, стали основними каналами оперативного поширення інформації. У

---

<sup>60</sup> Starodubcev A. Social media in the Russian-Ukrainian conflict, 2022-2025. Journal of Political Research. 2026. Vol. 9, no. 4. P. 70-86.

випадку війни в Україні вони продемонстрували унікальну здатність збирати та розповсюджувати дані у режимі реального часу, забезпечуючи доступ громадськості та міжнародних організацій до перевіреної та неперевіреної інформації. Telegram, наприклад, став платформою для документування порушень прав людини та координування гуманітарної допомоги, у той час як X активно використовувався для формування наративів і висвітлення оперативних новин на міжнародному рівні.

Для демонстрації масштабу присутності та активності соціальних медіа у конфліктних ситуаціях можна розглянути цифрові показники поширення контенту. Дослідження аналізували десятки мільйонів постів у X і Facebook, серед яких значна частка була пов'язана з пропагандою та дезінформацією. Так, оцінки показують, що від 8 до 15 % контенту у зазначених платформах містили посилання на джерела, що поширюють пропагандистські матеріали. Вибірка Telegram каналів, які документують порушення прав людини, налічувала понад 2,3 млн постів, що демонструє обсяги активності користувачів і значення цієї платформи для інформаційної координації та збору даних.

Основні показники ролі соціальних медіа у конфлікті представимо у табл. 3.2.

Таблиця 3.2

#### Основні показники ролі соціальних медіа у конфлікті<sup>61</sup>

Показник	Значення
Досліджених постів у Twitter, Facebook щодо пропаганди та дезінформації (2022, Росія-Україна)	10 млн постів
Частка постів, що містили пропагандистські джерела	8-15 %
Оцінка активності Telegram каналів	2,3 млн постів
Загальна кількість постів для аналізу мобілізації ресурсів	64 млн постів
Швидкість поширення фейкових новин порівняно з фактами	6 разів швидше

Аналіз даних показує, що соціальні медіа є середовищем інтенсивної комунікаційної активності під час конфліктів. Мільйони контентних одиниць у

<sup>61</sup> Pierri F. Propaganda and Misinformation on Facebook and Twitter during the Russian Invasion of Ukraine. WebSci '23: 15th ACM Web Science Conference 2023, Austin TX USA. New York, NY, USA, 2023. URL: <https://doi.org/10.1145/3578503.3583597>.

Telegram, X, Facebook і Instagram формують інформаційний простір, де одночасно поширюються фактичні дані та неправдиві повідомлення, що може мати серйозні наслідки для громадської думки та міжнародного сприйняття конфлікту.

Приклади платформ і форматів впливу соцмедіа у конфліктах представимо у табл. 3.3.

Таблиця 3.3

### Приклади платформ і форматів впливу соцмедіа у конфліктах

Платформа	Роль у конфлікті	Основний формат впливу
Telegram	Оперативне поширення інформації, документування прав людини, координація допомоги	Канали, боти, групи
X (Twitter)	Формування наративів, оперативні повідомлення, коментарі подій	Твіти, хештеги
Facebook	Мобілізація ресурсів, групова взаємодія	Пости, групи
Instagram	Візуальні свідчення конфлікту, сторіз	Фото, відео, сторіз
YouTube	Довготермінові наративи, документальні відео	Відео, прямі трансляції

Ці дані демонструють різнопланову функціональність соціальних медіа у конфліктах. Кожна платформа має специфічний формат, який дозволяє досягати різних цілей: від документування та мобілізації до формування міжнародного наративу та інформаційної підтримки.

Однією з ключових проблем є поширення дезінформації та пропаганди. Соціальні медіа дозволяють значно швидше поширювати неправдиві повідомлення порівняно з фактами, що створює ризики радикалізації та дезорієнтації користувачів. Водночас платформи дають можливість відстежувати порушення, координувати гуманітарну допомогу та оперативно повідомляти про кризові події, що робить їх незамінними в умовах конфліктів.

У випадку війни в Україні соціальні медіа продемонстрували унікальні функції. Завдяки платформам як Telegram та X громадяни могли оперативно повідомляти про події на фронті, координувати дії та документувати порушення прав людини, створюючи масиви відкритих даних для міжнародних організацій та правозахисних структур. Одночасно платформи слугували полем

інформаційної війни, де сторони конфлікту поширювали відео, коментарі та меми, намагаючись впливати на світову громадську думку.

Соціальні медіа у конфліктних умовах одночасно можуть виконувати позитивні та негативні функції. З одного боку, вони мобілізують ресурси, документують порушення та дозволяють поширювати перевірену інформацію, з іншого – сприяють поширенню фейків, маніпуляцій та поляризації суспільства. Важливим завданням держав і міжнародних організацій є розробка стратегій реагування на дезінформацію, підвищення медіаграмотності та створення механізмів моніторингу інформаційного простору<sup>62</sup>.

Таким чином, соціальні медіа стали невід’ємною складовою сучасних конфліктів, відіграючи одночасно роль інструмента інформаційної координації та поле боротьби за контроль над наративами. Їхнє використання формує нову якість комунікації у кризових ситуаціях, де швидкість, охоплення та формат контенту визначають ефективність інформаційної взаємодії, міжнародне сприйняття та хід дипломатичних процесів.

### **Висновки до розділу 3**

Проведений аналіз ролі соціальних медіа у сучасних міжнародних відносинах та кризових ситуаціях показав, що ці платформи стали ключовим інструментом зовнішньої політики провідних держав та елементом національної безпеки. Соціальні медіа забезпечують прямий канал комунікації з міжнародною аудиторією, дозволяючи державам оперативно донести свою позицію, підсилувати бренд країни та формувати стратегічні наративи. Дані про присутність світових лідерів та дипломатичних інституцій у соціальних мережах демонструють величезний цифровий потенціал цих платформ. Так, загальна аудиторія акаунтів світових лідерів у X, Facebook та Instagram вимірюється

---

<sup>62</sup> The Impact of Misinformation on Social Media in the Context of Natural Disasters: Narrative Review. JMIR Infodemiology. URL: [https://infodemiology.jmir.org/2025/1/e70413?utm\\_source](https://infodemiology.jmir.org/2025/1/e70413?utm_source).

сотнями мільйонів користувачів, що відкриває державам можливості для цифрової дипломатії та просування зовнішньополітичних цілей.

У контексті України дослідження показали, що соціальні медіа є невід'ємним інструментом забезпечення національної безпеки. Через платформи Telegram, X, Facebook та Instagram відбувається поширення офіційних заяв, мобілізація ресурсів, донесення інформації про військові події та гуманітарну допомогу. Одночасно соціальні медіа виступають полем інформаційної війни, де противник застосовує фейкові акаунти, автоматизовані боти та дезінформаційні кампанії для дискредитації та деморалізації населення. Цифрові дані демонструють, що частка ботів у проросійських кампаніях у X та Telegram сягала 20-30 %, а кількість повідомлень та охоплення аудиторії вимірювалася десятками мільйонів.

Особливе значення соціальні медіа мають у сучасних конфліктах та кризових ситуаціях. Вони дозволяють не лише поширювати інформацію про події, а й формувати міжнародні наративи, документувати порушення прав людини, координувати дії громадських організацій та мобілізувати гуманітарну допомогу. Платформи функціонують як складні інформаційні екосистеми, де одночасно відбувається поширення достовірного контенту та дезінформації.

## ВИСНОВКИ

Проведене дослідження соціальних медіа у контексті міжнародних комунікацій, зовнішньої політики та національної безпеки дозволяє зробити низку важливих висновків щодо їх ролі та функцій у сучасному світі. По-перше, аналіз стану наукової розробки проблеми свідчить, що соціальні медіа стали об'єктом активного вивчення в сучасній міжнародній науці, однак питання практичного використання цифрових платформ для геополітичного впливу, управління національною безпекою та реалізації зовнішньополітичних стратегій досі потребують систематизації та поглибленого аналізу. Дослідження підтвердило, що соціальні медіа виконують функції не лише інформаційного каналу, а й структурного елементу міжнародної комунікаційної системи, що об'єднує різні аудиторії та впливає на формування глобальних наративів.

Визначення понятійно-категоріального апарату і методики дослідження дозволило уточнити роль соціальних медіа у міжнародних відносинах та у процесі формування державної комунікаційної стратегії. Було підтверджено, що цифрові платформи виконують як органічну роль – поширення контенту реальними користувачами, так і штучну – через автоматизовані акаунти, боти та координовані мережі, що використовуються для посилення стратегічних меседжів і впливу на громадську думку в масштабі держав і регіонів.

Еволюція соціальних медіа у міжнародній комунікації характеризується значним зростанням глобальної аудиторії. Так, у період з 2024 по 2026 рік кількість користувачів соціальних платформ зростає з понад 5 мільярдів до 5,8 мільярдів осіб, що створює безпрецедентні можливості для комунікаційних стратегій держав. При цьому змінюються форми споживання інформації: переважають відеоконтент та короткі формати, що визначає нові підходи до побудови інформаційних кампаній. Водночас зростання цифрової активності супроводжується новими загрозами, такими як дезінформація, кіберризики та інформаційні війни, що підкреслює потребу у комплексному моніторингу та системах протидії дезінформації.

Практичний аналіз механізмів геополітичного впливу через соціальні медіа виявив ефективність використання ботів, фейкових акаунтів та таргетованих кампаній для просування стратегічних наративів. На прикладі конфліктів останніх років, зокрема російсько-української війни та інформаційних кампаній у США, було зафіксовано, що цифрові інструменти дозволяють охоплювати десятки мільйонів користувачів і впливати на формування суспільної думки. Дані свідчать, що у випадку проросійських кампаній у Twitter приблизно 20 % розповсюджувачів були автоматизованими акаунтами, а охоплення перевищувало 14 мільйонів переглядів, що підтверджує значний потенціал соціальних медіа для геополітичного впливу.

Дослідження ролі соціальних медіа у зовнішньополітичних стратегіях провідних держав світу показало, що цифрові платформи використовуються для прямого контакту з міжнародними аудиторіями, формування позитивного іміджу держави, управління міжнародними наративами та реагування на глобальні кризи. Дані по лідерах світу демонструють, що аудиторія деяких акаунтів досягає сотень мільйонів підписників, що робить соціальні медіа потужним інструментом *soft power*.

Використання соціальних медіа у системі національної безпеки та зовнішньої політики України показало, що цифрові платформи стали ключовим каналом міжнародної дипломатії, інструментом інформування партнерів та союзників, а також механізмом протидії російській пропаганді. Показники активності українських дипломатичних та лідерських акаунтів у Twitter, Facebook та Instagram свідчать про значне охоплення аудиторії та високий рівень залучення користувачів.

Нарешті, дослідження ролі соціальних медіа у сучасних конфліктах і кризових ситуаціях підтвердило, що цифрові платформи не лише поширюють інформацію, а й формують оперативну інформаційну ситуацію, сприяють мобілізації громадян, координації дій та протидії дезінформаційним кампаніям. Використання соціальних медіа у кризових умовах дозволяє державам

підвищувати ефективність своєї комунікації, підтримувати легітимність рішень та захищати національні інтереси.

Отже, проведені дослідження свідчать про те, що соціальні медіа стали невід'ємною складовою сучасних міжнародних комунікацій, геополітичного впливу та національної безпеки. Вони виконують комплексну функцію, поєднуючи інформаційний, стратегічний та оперативний вплив на аудиторії, забезпечують реалізацію зовнішньополітичних і безпекових завдань держав та формують нові стандарти взаємодії у глобальному інформаційному просторі. Отримані результати можуть бути використані для розробки стратегій цифрової дипломатії, підготовки аналітичних матеріалів для органів влади та вдосконалення систем протидії дезінформації у національному та міжнародному контексті.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Байден чи Зеленський: у кого найбільша кількість підписників серед світових лідерів. URL: [https://mmr.ua/news/trends/bajden-chy-zelenskiy-u-kogo-najbilsha-kilkist-pidpysnykiv-sered-svitovyh-lideriv?utm\\_source](https://mmr.ua/news/trends/bajden-chy-zelenskiy-u-kogo-najbilsha-kilkist-pidpysnykiv-sered-svitovyh-lideriv?utm_source).
2. Баровська А. В. Запровадження комунікації органів державної влади : зб. мат-лів наук.-практ. конф. К. Фенікс, 2016. 192 с.
3. Безуглова В. Соціальні медіа як елемент кризової комунікації в умовах пандемії та повномасштабної війни. Київ, 2023. С. 173-213.
4. Братчикова Т. І. Понятійно-категоріальний апарат досліджень поширення інформації у соціальних онлайн мережах. Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. Вип. 1. С. 29-37.
5. Внучко С. Соціальні мережі в глобальній політичній взаємодії: виклики фейків, маніпуляцій і постправди у цифрову добу. Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом. Політичні науки та публічне управління. 2025. № 2(78). С. 34-40.
6. Воронова Т. Трансформація системи соціально-політичної комунікації держави: вплив соціальних (інтернет) мереж. Grani. 2023. Т. 26, № 2. С. 84-89.
7. Горон Д. 75% українців отримують інформацію через месенджери, - дослідження Gradus. ms.detector.media. URL: [https://ms.detector.media/internet/post/38603/2025-11-06-75-ukraintsiv-otrymuyut-informatsiyu-cherez-mesendzhery-doslidzhennya-gradus/?utm\\_source](https://ms.detector.media/internet/post/38603/2025-11-06-75-ukraintsiv-otrymuyut-informatsiyu-cherez-mesendzhery-doslidzhennya-gradus/?utm_source).
8. Дрешпак В. М. Соціальні комунікації та медіатехнології у контексті міждисциплінарних досліджень: моногр. Дніпро: УМСФ, 2023. 229 с.
9. Дьячук І. Використання соціальних медіа в цифровому маркетингу: тенденції та стратегії в університетському середовищі. Економіка та суспільство. 2024. № 61. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-144>.

10. Іщенко І. В. Актуальні проблеми сучасних міжнародних відносин. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. 17-18 листопада 2023 р., м. Дніпро. Дніпро: ПрінтДім, 2023, 278 с.
11. Кабанова О. О., Єремєєва А. С., Ус М. І. Соціальні медіа як інструмент цифрового маркетингу: дослідження сучасних тенденцій та підходів. 2024. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14193877>.
12. Кожина А. В. Особливості впливу соціальних мереж на прозорість і підзвітність органів публічної влади в умовах дії воєнного стану в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2025. № 6. С. 168-177.
13. Лукашевич М.П., Шандор Ф.Ф. Соціологія соціальної роботи: теорія та практика: Підручник. Ужгород: ТОВ «РІК-У», 2018. 232 с.
14. Мойсіяха А. В. Використання соціальних медіа в стратегічних комунікаціях для забезпечення національної безпеки України. Public Management. 2023. № 3. С. 53-59.
15. Павлюх М. В. Застосування соціально-комунікаційних технологій у міжнародних відносинах. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. 2019. № 4. С. 239-248.
16. Савлюк М. Важливість інформаційної безпеки в соціальних мережах для загальнонаціональної безпеки: безпековий вимір України. Вісник Прикарпатського університету. Серія: Політологія. 2024. № 18. С. 300-309.
17. Світові лідери в соцмережах: у кого найбільше фоловерів. Слово і Діло. URL: [https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/suspilstvo/svitovi-lidery-soczmerezhax-koho-najbilshe-foloveriv?utm\\_source](https://www.slovoidilo.ua/2023/08/16/infografika/suspilstvo/svitovi-lidery-soczmerezhax-koho-najbilshe-foloveriv?utm_source).
18. Соколов Б. Е. Цифровий дискурс у соціальних мережах: методологічні виклики дискурс-аналізу. Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія. 2025. № 10. С. 44-48.
19. Степанець І., Гринюк Д., Савицька Н. Соціальні мережі як інструмент ефективною комунікації між стейкхолдерами туристичної індустрії в кризовий період. Економіка та суспільство. 2022. № 44. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-36>.

20. 5 billion social media users. DataReportal - Global Digital Insights. URL: [https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm\\_source](https://datareportal.com/reports/digital-2024-deep-dive-5-billion-social-media-users?utm_source).
21. Beyond Hybrid War: How China Exploits Social Media to Sway American Opinion. Recorded Future. Advanced Cyber Threat Intelligence. Recorded Future. URL: [https://www.recordedfuture.com/research/china-social-media-operations?utm\\_source](https://www.recordedfuture.com/research/china-social-media-operations?utm_source).
22. Bondarenko V. A., Verbytska K. I. Theoretical approaches to the concept and essence of underage subjects of information relations in the context of legal communication. *Uzhhorod National University Herald. Series: Law*. 2024. Vol. 2, no. 85. P. 258-263.
23. Client Challenge. *Le Monde.fr - Actualités et Infos en France et dans le monde*. URL: [https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/04/18/ukrainian-authorities-are-worried-about-online-disinformation\\_6668838\\_4.html?utm\\_source](https://www.lemonde.fr/en/international/article/2024/04/18/ukrainian-authorities-are-worried-about-online-disinformation_6668838_4.html?utm_source).
24. DigitalDiplomacy Archives. DigiTips. URL: [https://digitips.ch/tag/digitaldiplomacy/?utm\\_source](https://digitips.ch/tag/digitaldiplomacy/?utm_source).
25. Exposure effects to China's digital diplomacy in Africa: perceptions, engagement, and the role of education as a soft power tool - *Humanities and Social Sciences Communications*. Nature. URL: [https://www.nature.com/articles/s41599-026-06853-5?utm\\_source](https://www.nature.com/articles/s41599-026-06853-5?utm_source).
26. Geissler D. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine. *EPJ Data Science*. 2023. Vol. 12, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5>.
27. Hanley H. W. A., Lu Y., Pan J. Across the firewall: Foreign media's role in shaping Chinese social media narratives on the Russo-Ukrainian War. *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2024. Vol. 122, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1073/pnas.2420607122>.
28. How Many People Use Social Media (2026 Statistics). DemandSage. URL: [https://www.demandsage.com/social-media-users/?utm\\_source](https://www.demandsage.com/social-media-users/?utm_source).

29. How Russia targets Ukrainians' hearts and minds through their phones. Verifying Device. URL: [https://www.thetimes.com/world/russia-ukraine-war/article/russia-targets-ukrainians-phones-29zl8fb3v?utm\\_source](https://www.thetimes.com/world/russia-ukraine-war/article/russia-targets-ukrainians-phones-29zl8fb3v?utm_source).
30. India's vast internet, social media apps market. URL: [https://www.reuters.com/business/media-telecom/indias-vast-internet-social-media-apps-market-2026-01-29/?utm\\_source](https://www.reuters.com/business/media-telecom/indias-vast-internet-social-media-apps-market-2026-01-29/?utm_source).
31. Internet and social media users in the world 2025. Statista. Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>.
32. ITU: 6 Billion Now Online Globally. TV Tech. URL: [https://www.tvtechnology.com/news/itu-6b-now-online-globally?utm\\_source](https://www.tvtechnology.com/news/itu-6b-now-online-globally?utm_source).
33. Kholod O. Problems of researching the history of the development of social communication processes and ways to solve them. *Social Communications: Theory and Practice*. 2023. Vol. 15, no. 2. P. 11-31.
34. Knysh M., Butko L., Maslak V. The Role of Social Networks in Online Communication of the Department of Humanities, Culture and Art: Analysis and Development Prospects. *Visnyk of Kharkiv State Academy of Culture*. 2025. No. 67. P. 59-72.
35. Lessons from the 2024 social media rankings of World Leaders. URL: [https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm\\_source](https://luefkens.medium.com/lessons-from-the-2024-social-media-rankings-of-world-leaders-171bc721e56f?utm_source).
36. Marigliano R., Ng L. H. X., Carley K. M. Analyzing digital propaganda and conflict rhetoric: a study on Russia's bot-driven campaigns and counter-narratives during the Ukraine crisis. *Social Network Analysis and Mining*. 2024. Vol. 14, no. 1. URL: <https://doi.org/10.1007/s13278-024-01322-w>.
37. Pierrri F. Propaganda and Misinformation on Facebook and Twitter during the Russian Invasion of Ukraine. *WebSci '23: 15th ACM Web Science Conference 2023, Austin TX USA. New York, NY, USA, 2023*. URL: <https://doi.org/10.1145/3578503.3583597>.
38. PM Modi becomes first world leader to cross 100 million Instagram followers. *India News - The Times of India*. The Times of India.

URL: [https://timesofindia.indiatimes.com/india/pm-modi-becomes-first-world-leader-to-cross-100-million-instagram-followers/articleshow/128798704.cms?utm\\_source](https://timesofindia.indiatimes.com/india/pm-modi-becomes-first-world-leader-to-cross-100-million-instagram-followers/articleshow/128798704.cms?utm_source).

39. Russian propaganda on social media during the 2022 invasion of Ukraine - EPJ Data Science. SpringerLink. URL: [https://link.springer.com/article/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5?utm\\_source](https://link.springer.com/article/10.1140/epjds/s13688-023-00414-5?utm_source).

40. Social media's impact on the Ukrainian news and publishing space after the full-scale invasion. URL: [https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2023/08/Social-medias-impact-on-the-Ukrainian-news-and-publishing-space-after-the-full-scale-invasion.pdf?utm\\_source](https://cedem.org.ua/wp-content/uploads/2023/08/Social-medias-impact-on-the-Ukrainian-news-and-publishing-space-after-the-full-scale-invasion.pdf?utm_source).

41. Starodubcev A. Social media in the Russian-Ukrainian conflict, 2022-2025. Journal of Political Research. 2026. Vol. 9, no. 4. P. 70-86.

42. Telegram, YouTube чи TikTok: звідки українці дізнаються новини. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: [https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3890827-telegram-youtube-ci-tiktok-zvidki-ukrainci-diznautsa-novini.html?utm\\_source](https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3890827-telegram-youtube-ci-tiktok-zvidki-ukrainci-diznautsa-novini.html?utm_source).

43. The Impact of Misinformation on Social Media in the Context of Natural Disasters: Narrative Review. JMIR Infodemiology. URL: [https://infodemiology.jmir.org/2025/1/e70413?utm\\_source](https://infodemiology.jmir.org/2025/1/e70413?utm_source).

44. Topic: Social media. Statista. URL: <https://www.statista.com/topics/1164/social-networks/>.

45. Twiplomacy - a global study of world leaders on Twitter - UX Passion. UX Passion. URL: [https://uxpassion.com/portfolio/twiplomacy-global-study-world-leaders-twitter/?utm\\_source](https://uxpassion.com/portfolio/twiplomacy-global-study-world-leaders-twitter/?utm_source).

46. Twiplomacy Study. Diplo Resource. Diplo. URL: [https://www.diplomacy.edu/resource/twiplomacy-study-2015/?utm\\_source](https://www.diplomacy.edu/resource/twiplomacy-study-2015/?utm_source).

47. United States cyber-diplomacy - Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/United\\_States\\_cyber-diplomacy?utm\\_source](https://en.wikipedia.org/wiki/United_States_cyber-diplomacy?utm_source).

48. Wang L., Wang R. Cyber warfare: a study of Zelensky's social media political performance strategies and effects. *Frontiers in Psychology*. 2024. Vol. 15. URL: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1478639>.