

УДК 811.111'42'004.7:[32.019.5(470+571)]

DOI: <https://doi.org/10.31470/2518-7600-2022-17-155-181>

**VERBAL MANIPULATION OF THE «TROLL FACTORY»
IN THE CONTEXT OF THE KREMLIN'S ANTI-
UKRAINIAN PROPAGANDA IN THE ENGLISH
LANGUAGE DISCOURSE OF SOCIAL MEDIA SITES
TIKTOK AND TWITTER**

**ВЕРБАЛЬНЕ МАНІПУЛЮВАННЯ «ФАБРИКИ ТРОЛІВ»
У КОНТЕКСТІ АНТИУКРАЇНСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ
КРЕМЛЯ В АНГЛОМОВНОМУ ДИСКУРСІ
СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТІКТОК ТА TWITTER**

Юлія Молоткіна,

*кандидат філологічних наук
(PhD доктор філософії),
старший викладач кафедри
романо-германських мов і
перекладу*

E-mail:

molotkina.julia@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5245-726X>

Researcher ID: 0000-0002-5245-726X

*Національний університет
біоресурсів і*

природокористування

*України, вул. Героїв Оборони,
15, м. Київ, Україна, 03041*

Yuliia Molotkina,

*Ph.D. in Philology, senior
lecturer of Department of
Romance and Germanic
Languages*

E-mail: molotkina@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5245-726X>

Researcher ID: 0000-0002-5245-726X

*National university of life and
environmental sciences of
Ukraine, 15, Heroiv Oborony
Str., Kyiv, Ukraine, 03041*

ABSTRACT

These days, social media has become a powerful weapon of Russian propaganda in the information component of Russia's

hybrid war against Ukraine. Kremlin Internet trolls use social media to spread Kremlin narratives because they are a common platform for the use of manipulative technologies of verbal influence. Since the beginning of Russia's full-scale invasion of Ukraine, Kremlin trolls have become more active in the English-language segment of social networks. "Troll Factory" uses some of the most popular social networks today – in particular, TikTok and Twitter – to spread Kremlin anti-Ukrainian narratives, which aim to discredit the government and citizens of Ukraine in the eyes of the world. Manipulation is impossible without the use of verbal means of manipulation, so the study of identifying tools and tactics of verbal manipulation used to disseminate anti-Ukrainian narratives is an important task for modern linguistic studies.

The aim of this particular research paper is to analyze the verbal means of manipulative influence used by the Kremlin's "troll factory" to spread anti-Ukrainian narratives in the English-language segment of social media TikTok and Twitter.

To solve the tasks set in the work, the following research methods were used: method of information analysis, method of synthesis, method of continuous sampling, descriptive method.

It has been estimated that Kremlin trolls often use such means of verbal manipulation as substitution of concepts, labeling, panic tactics, information repetition tactics, and such rhetoric method as whataboutism to spread anti-Ukrainian narratives in the English-language segment of TikTok and Twitter.

The identification and analysis of verbal manipulation tools used by the Kremlin's trolls to spread anti-Ukrainian propaganda in the English-language discourse of social networks is an urgent area of research and has a scientific perspective in both the linguistic and communicative-pragmatic aspects of the study. Early detection and analysis of verbal manipulation used by Kremlin trolls to spread anti-Ukrainian propaganda in the English-language discourse of social media is a priority for researchers in the humanities, social sciences and behavioral sciences, as the spread of anti-Ukrainian narratives abroad can undermine the reputation of Ukraine.

Keywords: *information warfare, narratives, virtual communication, verbal manipulation, social media, Internet trolls.*

Постановка проблеми. Кремлівський режим веде свою боротьбу не лише за допомогою артилерійського озброєння, ракетної зброї чи зброї масового ураження. Іншим потужним і не менш цинічним озброєнням РФ є російська (кремлівська) пропаганда – російська державна інформаційна політика, яка поєднує спеціальні інформаційні засоби та конгломерат відповідних державних органів та установ, які під виглядом «суспільного інформування» займаються *психологічною обробкою* населення Російської Федерації. Проте, сьогодні цілком психологічної обробки все частіше стає населення інших країн (Бурлакова, 2014). Говорячи про вплив російської пропаганди, першочергово згадується про її руйнівний вплив на українськомовний інформаційний простір, оскільки антиукраїнську пропаганду в Росії ретельно розробляли з початку 2000-х років (Riabchuk, 2014). Однак розповсюдження російської пропаганди сьогодні є проблемою і у світовому інформаційному просторі. Досліджуючи проблему пропаганди, ПСО та їхнього маніпулятивного впливу, неможливо оминати аспект засобів вербального маніпулятивного впливу, оскільки саме *вербальна* маніпуляція є тим прихованим впливом за допомогою мови на свідомість людини, внаслідок якого адресат здійснює дії, вигідні ініціаторові впливу (Горіна, 2020: 23).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У той час, як маніпулятивні можливості українського мас-медійного дискурсу є достатньо дослідженими, наукових розвідок, спрямованих на аналіз потенції маніпулятивного впливу дискурсу соціальних мереж, в українській лінгвістиці порівняно небагато. Зокрема, дослідженню проблеми вербального маніпулювання в соціальних мережах присвячені праці Горіної Ж.Д. (Горіна, 2020). Дослідженню проблеми мовних засобів реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англійськомовних ЗМІ присвячено праці Коваленко А.М.

(Коваленко, 2019). Сіденко Н.Г. (Сіденко, 2014), Стасула Н. (Стасула, 2011). Проблему реалізації мовної маніпуляції в політичному дискурсі присвячено дослідження Дяченко О.В. (Дяченко, 2018), Назаренко О.І. (Назаренко, 2021). Вивчення маніпулювання свідомістю за допомогою традиційних медіа було предметом досліджень таких науковців, як Т.А. ван Дейк (Dijk 1995), Р. Дилтс (Dilts 2001) та інших. Вплив соціальних мереж на формування культури особистості зокрема та культури суспільства в цілому досліджувався Дюжевою К.В. (Дюжева, 2016). В українських мовознавчих студіях також наявна бібліографія досліджень, присвячених аналізу маніпулятивного впливу і маніпулятивно маркованих ресурсів мови, зокрема дослідження Шкіцької І.Ю. (Шкіцька, 2012), Бацевича Ф.С. (Бацевич, 2004) та ін. Питання зовнішнього інформаційного впливу та пропагандистської діяльності вивчалися такими вітчизняними та зарубіжними науковцями, що досліджують цей напрям: Bodine-Baron E. (Bodine-Baron, 2018), Магда Є.В. (Магда, 2015), Юськів Х. (Юськів, 2020) ін.

Мета статті – аналіз засобів вербального маніпулювання, які використовуються «фабрикою тролів» Кремля для поширення антиукраїнських наративів в англомовному сегменті одних з найпопулярніших соціальних мереж у світі (TikTok та Twitter). Науково-дослідними завданнями дослідження є: 1) аналіз наративів російської пропаганди в Україні та закордоном; 2) дослідження феномену «Фабрики тролів» та її діяльності в англомовному дискурсі; 3) аналіз можливостей соціальні мережі в контексті вербального маніпулювання; 4) опис та аналіз засобів і тактик вербального маніпулювання виявлених в дописах та коментарях «фабрики тролів» Кремля в англомовному сегменті соціальних мереж TikTok та Twitter.

Відповідно до поставленої мети й завдань у роботі були використані такі методи дослідження : метод аналізу інформації – для аналізу ключових наративів та методів російської пропаганди в англомовному сегменті соціальних

мереж TikTok та Twitter та аналізу засобів вербального маніпулювання в дописах й коментарях кремлівських тролів; метод синтезу – для об'єднання даних, отриманих у результаті аналізу кремлівських наративів та їхньої маніпулятивної потенції; метод суцільної вибірки з дописів та коментарів кремлівських тролів в англomовному дискурсі соціальних мереж TikTok та Twitter; описовий метод із його елементами порівняння, узагальнення та класифікації лінгвістичного матеріалу.

Виклад основного матеріалу. *Наративи та особливості кремлівської пропаганди в Україні та закордоном.* Інформаційна діяльність російської пропаганди має тенденцію до ситуативності та гнучкості. Х. Юськів зазначає, що «кожному наративу надається індивідуальний штрих з огляду на всі його особливості. Немає послідовної моделі, яка може використовуватись для інтерпретації сучасних наративів російських інформаційної війни проти України» (Юськів, 2020: 226). Проте всі наративи російської пропаганди мають на меті досягнення одного завдання – дискредитація влади України, її політики, економіки та культури та громадян не лише в українськомовному, а й у світовому інформаційному просторі.

Війна, яка ведеться проти України ведеться є «гібридною» за формою, «асиметричною» за змістом (Юськів, 2020: 226). Магда Є.В. у своїй книзі «Гібридна війна: вижити і перемогти» визначає гібридну війну як «прагнення однієї держави нав'язати іншій (іншим) свою політичну волю шляхом комплексу заходів політичного, економічного, інформаційного характеру і без оголошення війни відповідно до норм міжнародного права» (Магда, 2015: 4). Інформаційна складова відіграє ключову роль в гібридній війні Російської Федерації, оскільки головним в арсеналі політики Кремля є саме *викривлення реальності та деструктивна пропаганда* (НА СБУ, 2021: 4). Тому *російську пропаганду* необхідно відрізнити від *класичної пропаганди*, оскільки головною відмінністю кремлівської пропаганди від класичної є те, що мета російської

пропаганди полягає не в *переконанні* (як в класичній пропаганді), а в *забрудненні* інформаційного поля та розповсюдженні паніки, страху, ненависті та апатії (Померанцев, 2015).

Створені Кремлем фейки й перекручування інформації про Україну вирізняються особливою абсурдністю та емоційністю (Юськів, 2020: 226). Абсурдність, брехливість, цинізм та апелювання до емоціогенних зон свідомості є найхарактернішими ознаками кремлівської пропагандистської машини. Згідно дослідження Центру протидії дезінформації при РНБО України, присвяченому проведенню аналогії пропагандистських підходів фашистів у другій світовій війні та сучасних рашистів у війні проти України, Путін є відданим прихильником і послідовником рейхміністра народної освіти і пропаганди третього рейху Йозефа Геббельса, одним із головних постулатів якого було твердження, що «чим неймовірніша брехня, тим легше в неї повірять» (Духовний Фронт України, 2022).

Задля досягнення своїх політичних і військових цілей Росія використовує асиметричну та інформаційну діяльність, які включають в себе обман, інформаційно-психологічні операції, соціальні медіа, пропаганда на базі супутникового телебачення та старі методи радянського типу (Lange-Ionatamišvili, 2014). ЗМІ та соціальні мережі відіграють одну з найголовніших ролей у гібридній війні Росії проти України, стаючи справжньою зброєю та механізмом маніпулятивного впливу на різні категорії населення країн всього світу.

Аналіз вербального маніпулювання «фабрики тролів» Кремля неможливий без розуміння завдань й наративів російської пропаганди в Україні та закордоном. Х. Юськів зазначає, що завданням сучасних наративів російської пропаганди в Україні є дискредитація влади України, її політики, економіки, культури, а кінцевою метою є дестабілізація України в психологічному плані та просування переконання, що Україна є «державою, що не відбулася».

Дослідниця виокремлює наступні найголовніші та найпоширеніші наративи антиукраїнської російської пропаганди в Україні: «Україна – держава, що не відбулася», «Українці потребують нового уряду», «Україна – країна хаосу та радикалів», «Українські військовослужбовці – злочинці», «НАТО бореться в Україні», «Русофобська Україна», «Антисемітська Україна», «Вбивство інакомислення та відсутність свободи слова в Україні», «Україна порушує Мінські угоди» (Юськів, 2020: 228-230). Схожі антиукраїнські наративи російської пропаганди простежуються і в англomовному дискурсі мас-медіа та соціальних мереж. Найпоширенішими з них на момент написання цієї статті є: «Україна – це не держава, а частина Росії», «Зеленський – це нацист та маріонетка НАТО», «Україна – країна нацистів та вбивць», «Україна має біологічні лабораторії, які розробляють біологічну зброю», «На Донбас напала Україна, а не Росія», «Зеленський – це клоун, а не президент», «Війна в Україні не настільки жахлива, як війни в Африці, Близькому Сході тощо, тому про війну в Україні не варто говорити».

Розповсюдження вищенаведених наративів є перш за все наслідком діяльності так званої *Фабрики тролів*, яка фінансується Кремлем. Використання тролів, закупка ботоферм, які «розганяють» російські фейки про війну в Україні в українському та світовому інформаційному просторі – все це є частиною гібридної війни РФ, метою якої є інформаційний вплив (інформаційні та психологічні операції та дії із введення в оману) для домінування в інформаційному протиборстві на стратегічному, оперативному і тактичному рівнях (Савченко-Галушко, 2021).

Діяльність «Фабрики тролів» в англomовному дискурсі соціальних мереж. У травні 2022 р. МЗС Британії заявило, що Росія використовує так звану «фабрику тролів» для поширення в соціальних мережах дезінформації про війну в Україні та політиків певних країн, серед яких Велика Британія та Південна Африка. За даними МЗС Великої Британії,

кремлівська дезінформаційна кампанія спрямована на маніпуляцію міжнародною громадською думкою стосовно вторгнення в Україну, посилення її підтримки та залучення нових симпатиків (Армія Inform, 2022). Слід роботи фабрики тролів виявили у восьми соціальних мережах, зокрема у Telegram, Twitter, Facebook і TikTok. Окрім фейків спрямованих на дискредитацію України, ціллю дезінформаційної кампанії фабрики тролів є також британські міністри та інші світові лідери (Топчій, 2022).

Фабрика тролів (інша назви *Тролі з Ольгіна, ольгінські тролі* чи *кремлеботи*) – це користувачі-провокатори (тролі), які за оплату, знаходячись у спеціально обладнаних офісах, пишуть дописи та коментарі під новинами інтернет-видань та/або в соціальних мережах з метою розповсюдження російської пропаганди. Фабрика тролів використовує не лише російські інтернет-ресурси, але й інтернет-ресурси України, Європи, США задля висвітлення подій з вигідної для російської пропаганди точки зору та формування громадської думки щодо них (Вільна Енциклопедія). Офіційна назва Фабрики тролів – *Агентство Інтернет-досліджень* (рос. *Агентство интернет-исследований*), започаткована другом Путіна Євгеном Пригожиним (також відомий в ЗМІ під прізвиськом «кухар Путіна»). «Агенство Інтернет-досліджень», офіс якого знаходиться в Ольгіно (історичний район Санкт-Петербурга, який входить до Приморського району міста), наймає платних блогерів, які щодня працюють під підробленими іменами, й очевидно, без трудового договору. Їхня робота полягає в тому, щоб вихваляти Путіна та засуджувати опозицію на форумах, у соціальних мережах та на форумах національних та міжнародних ЗМІ (Mejias, 2017: 1034).

Діяльність тролів Кремля особливо активізувалася з початку повномасштабного воєнного вторгнення РФ в Україну 24 лютого 2022 р., проте, про існування «Агенства Інтернет-досліджень» стало відомо ще в 2013 р. (Mejias, 2017: 1034). Пол Родерік Грегорі у своїй статті ‘Putin’s New Weapon in The

Ukraine Propaganda War: Internet Trolls' для видання Forbes зазначив, що в 2014 р. кожен троль мав щодня публікувати 50 новинних статей і підтримувати шість облікових записів у Facebook і десять у Twitter з 50 твітами на день (Gregory, 2014).

Окрім антиукраїнської пропаганди, іншим завданням кремлеботів є втручання в інформаційний простір інших країн задля лобювання інтересів Росії. Так, «Агентство» Пригожина звинувачують у втручанні в президентські вибори США в 2016 р. У січні 2017 р. розвідка США оприлюднила звіт про російську кампанію впливу, замовлену росіянами. Головною площадкою роботи кремлівських тролів були соціальні мережі Twitter і Facebook (Bodine-Baron, 2018: 9). Очолуваний республіканцями комітет з розвідки Сенату США також підтвердив висновки американських спецслужб про втручання Росії в президентські вибори 2016 р. на користь Дональда Трампа, який симпатизує Путіну (DW, 2020). Втручання також включало в себе кіберармію блогерів, які створюють і поширюють пропаганду і дезінформацію для американського електорату на Facebook, Twitter, Youtube і в інших соціальних мережах. Компанія Facebook оголосила, що компанія «Інтернет-дослідницьке агентство» (воно ж «Агенство інтернет-дослідження», або «Фабрика тролей»), яка базується в Санкт-Петербурзі, витратила близько 100 тис. доларів на рекламу в соцмережі. 470 ботів написало 80 тис. постів, які стосувалися теми американських виборів. «Фейки» також розмістили близько 120 тис. публікацій в Instagram. Соцмережа Twitter виявила близько 50 тис. так званих «кремлеботів». Фейки поширювані кремлівськими троями стосувалися переважно однієї з претендентів на посаду президента Хілларі Клінтон. Одним з найпопулярніших фейків стала чутка, згідно з якою Клінтон фінансувала таємну мережу педофілів. Згідно цієї теорії, педофіли ховалися під прикриттям мережі ресторанів швидкого харчування Commet Ping Pong. Незважаючи на абсурдність цього фейку, ця історія призвела до трагедії – наслідком підбурювання американських громадян

проти Клінтон та мережі Commet Ping Pong став збройний напад на один з ресторанів мережі (Пашинська, 2018).

Глава комітету Річард Берр навіть назвав втручання з Росії «новим нормальним станом» американської політики. Повідомлялося також про намір Москви домогтися переобрання Дональда Трампа на виборах президента США в листопаді 2020 року, проте ці спроби не були успішними (DW, 2020). У серпні 2017 р. спецпрокурор США Роберт Мюллер почав розслідування «російського сліду» у виборах задля підтвердження інформації про змову Дональда Трампа і Кремля (Пашинська, 2018).

Наведені вище факти є яскравим прикладом того, наскільки діяльність кремлеботів в соціальних мережах є шкідливою не лише для політичних діячів закордоном, а й для цивільних громадян. Водночас, вищезгадані приклади є доказом того, що засоби вербального маніпулювання тролів Кремля є надзвичайно дієвим та ефективним інструментом поширення наративів російської пропаганди.

Соціальні мережі як платформа вербального маніпулювання. Соціальні мережі є новим різновидом дискурсу, де відбувається особливий тип комунікації у віртуальній реальності. Соціальні мережі називають «новими» комунікаціями і науковці цілком обґрунтовано вважають їх однією з найпотужніших сугестивних платформ для застосування маніпулятивних технік, тактик і стратегій вербального впливу. Варто зауважити, що вчені поки не дійшли спільної згоди щодо класифікації технік, визначення різновидів прийомів і засобів вербальної маніпуляції соціальних мереж. Проте, вони погоджуються, що до них належать такі: 1) «підміна понять»; 2) насаджування штампів»; 3) «навішування ярликів»; 4) риторичні запитання, які, з першого погляду, здаються простими, але за умови, коли відповіді наповнити контекстом певного спрямування, цільова аудиторія міркуватиме в потрібному маніпуляторіві напрямі; 5) вибіркового повтор інформації з метою автоматичного

закріплення у свідомості реципієнтів; 6) посилення на чийсь анонімний авторитет для досягнення ефекту правдоподібності; 7) манера «буденної розповіді»; 8) створення асоціацій (Горіна, 2020: 22-23).

Горіна Ж. Д. на підставі наукових напрацювань О. Іссерс, С. Кара-Мурза, Л. Компанцевої та інших й власного аналізу мовних засобів маніпулювання в соціальних мережах виокремлює такі стратегії і тактики сугестії: 1) НЛП (нейролінгвістичне програмування); 2) посилення на авторитет; 3) «читання думок»; 4) «моделювання особистості адресата»; 5) «гра у протинародність»; 6) повторення інформації; 7) тактика нагнітання паніки (Горіна, 2020: 24).

Маніпулятивний вплив соціальних мереж підсилюється також завдяки їхнім технічним можливостям. Інструментарій соціальних мереж дає змогу застосовувати *креолізований текст* – складне текстове утворення, що поєднує вербальні та невербальні елементи (поєднання тексту з графічним зображенням, емотиконами, відео) (Батринчук, 2018). Креолізований текст є ефективним інструментом для поширення будь-яких пропагандистських наративів, оскільки він допомагає привернути увагу цільової аудиторії до необхідної маніпулятору інформації та впливати на свідомість та уяву читачів (Білик, 2022).

Аналіз засобів і тактик вербального маніпулювання «фабрики тролів». Зважаючи на той факт, що соціальні мережі є сприятливим середовищем для маніпуляції свідомістю, кремлеботи просувають наративи антиукраїнської пропаганди і наведені в цьому дослідженні приклади діяльності фабрики тролів в англійському дискурсі соціальних мереж свідчать про надзвичайно високу ефективність використання «нової» комунікації.

Ольгінські тролі просувають антиукраїнські наративи тими ж методами, якими вони розповсюджували фейки в американських соціальних мережах в 2016 р. перед виборами президента США. Для цього вони створюють фейкові акаунти

і прикидаючись громадянами країн Африки, Середнього Сходу, Північної Америки тощо розповсюджують антиукраїнські наративи, які покликані дискредитувати владу України та її громадян.

Варто зауважити, що відрізнити коментар чи допис звичайного користувача соціальної мережі від коментарю чи допису кремлівського троля буває досить проблематично. Проте, дописи та акаунти кремлівських тролів в англомовному сегменті соціальних мереж все ж мають певні характеристики, які дозволяють відрізнити їх від звичайних користувачів: 1) вони мають малу кількість підписників; 2) в своїх дописах вони буквально цитують наративи кремлівської пропаганди; 3) рівень англійської мови в їхніх дописах та коментарях дуже низький, вони допускають грубі граматичні та стилістичні помилки (Анеја, 2018).

За нашими спостереженнями, з початку повномасштабного воєнного вторгнення РФ в Україну, фабрика тролів найактивніше працює в соціальних мережах TikTok та Twitter, оскільки вони – за даними інтернет-ресурсу Marketer – є одними із провідних соціальних мереж світу сьогодні (Marketer, 2022).

На основі проаналізованих коментарів тролів Кремля з початку повномасштабного вторгнення було виокремлено засоби вербального маніпулювання, якими найчастіше послуговуються кремлівські тролі для поширенні наративів антиукраїнської пропаганди в соціальних мережах TikTok та Twitter. Задля репрезентативності, наведені в цьому дослідженні приклади коментарів та дописів кремлівських тролів не були відредаговані і цитуються дослівно, без цензури та зі збереженням авторської стилістики та граматики. Коваленко А.М. у своєму дослідженні «Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англомовних ЗМІ» класифікує пейоративну лексику як мовний засіб реалізації маніпулятивних стратегій і тактик (Коваленко, 2019: 217). Тому, ми свідомо наводимо приклади з пейоративною лексикою,

оскільки, вживання обсценної лексики також є одним із мовних засобів реалізації маніпулятивного впливу (Горіна, 2020: 217).

«Україна – це не держава, а частина Росії». З 24 лютого 2022 р. в коментарях мережі TikTok під відео про події в Україні, почався різкий наплив коментарів від підозрілих акаунтів. Ці користувачі засуджували опір України, апелюючи тим, що такої країни як Україна фактично не існує, оскільки вона завжди була частиною Російської імперії, тому Росія мала право напасти і «забрати своє». Для поширення цього нарративу, тролі найчастіше використовують засіб вербальної маніпуляції *підміна понять* – коли одне називають іншим. Так, тролі маніпулюють трактуванням перекладу назви *Україна*, стверджуючи, що вона перекладається як *окраїна*, *кордон* або навіть як прикметник *вкрадена*. Напр., “*Bte since you’re so interested in names and historic relevance Ukraine means **border land** (in relation to the Russian empire). Its not a nation*” (TikTok, 06.06.2022); “*my Russian grandpa said Ukraine in Russian literally translates to ‘**stolen**’*” (TikTok, 06.06.2022).

«Зеленський – це клоун, а не президент». За нашими спостереженнями, дискредитація президента України Володимира Зеленського стала однією з головних цілей кремлівських тролів. З 24 лютого 2022 р. в англomовному сегменті соціальних мереж TikTok та Twitter спостерігається наплив образливих коментарів в бік українського президента. Одним із нарративів, який став активно поширюватися троями Кремля в англomовному дискурсі соціальних мереж TikTok та Twitter, є теза про те, що Зеленський – це «клоун, а не президент» через те, що в минулому він був актором та коміком. Тролі просувають цей нарратив задля дискредитації не лише президента, а й усього інституту влади в Україні. Для цього троями найчастіше використовується засіб вербальної маніпуляції навішування ярликів. Напр.: “*gayporn actor clown zelebobo gonna be the lamest CIA tool ever in US history*” (Twitter, 12.06.2022); “*Idk if you and other people know this, but Zelenskiy, before becoming a president, was an **actor. Comedian. Literal***”

clown. *On TV. He also parodied a president on TV. I still can't get over the fact that he is a REAL President of my former country. Ukraine is a literal fucken JOKE*" (Twitter, 11.06.2022); *"Dammit! That little Nazi clown fooled the US & NATO Defense & Intelligence Community!"* (Twitter, 12.06.2022).

«Зеленський – нацист, вбивця та маріонетка НАТО». Російська пропаганда ніколи не керувалася принципами логічності та послідовності, тому цілком очікуваним є те, що її наративи часто не співвідносяться один з одним. Прикладом цього є співіснування фейкового наративу про «клоуна» Володимира Зеленського з іншим наративом антиукраїнської пропаганди, який тролі почали активно поширювати в англомовному сегменті з початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну – теза про те, що Зеленський є жорстоким нацистом, вбивцею та маріонеткою Північноатлантичного Союзу (який теж демонізується кремлівською пропагандою). Кремлівські тролі активно намагаються переконати користувачів в тому, що Володимир Зеленський є нацистом, причетним до вбивств людей в країнах Близького Сходу. Для цього троями найчастіше використовується тактика *повторення інформації* – повтори, які вживаються для концентрації уваги на певних поняттях. Напр., *"This picture show you that there is not a war in Kiev in Ukraine! If not Zelenskiy the Neo Nazi drugged addicted President of Ukrainian wouldn't having over his NAZIS European allies in NATO proxy war against Russia. Nothing good comes out of a NAZI clown ☐ never forget that!"* (Twitter, 16.06.2022); *"selenski could have said since long, even long before the war, Ukraine will be a neutral country & safed thousands of lives..hes a corrupt killer"* (TikTok, 18.03. 2022)

«Україна – країна нацистів та вбивць». Окрім звинувачень президента України в нацизмі, тролі поширюють наративи про те, що нацистами також є всі громадяни України. Подібно до президента України, тролі звинувачують українців в тому, що вони нібито допомагали НАТО воювати на

Середньому Сході. Для поширення цього фейкового нарративу тролі найчастіше послуговуються такими засобами вербальної маніпуляції як навішування ярликів та підміна понять. Напр., *“if you fund and help Ukraine, it means your supporting killers. They killed people from the countries you mentioned”* (TikTok, 09.04.2022); *“Ukraine is a killer bc of its past it has helped Israel bomb Palestine and usa bomb like all the Middle East country’s”* (TikTok, 06.09.2022).

«Україна має біологічні лабораторії, які розробляють біологічну зброю». Окрім звинувачень влади та громадян України в нацизмі, кремлівські тролі активно поширюють теорій змови (конспірології). Прикладом такої теорії є фейк про функціонування в Україні біолабораторій. Ця теорія з’явилася в березні 2022 р., коли російські чиновники без доказів стверджували, що медичні установи в Україні є «таємними біолабораторіями, фінансованими США», які нібито розробляють біологічну зброю (Robinson, 2022). Для поширення в англomовному сегменті соціальних мереж конспірології про Україну, кремлівські тролі використовують *тактику нагнітання паніки* – один із засобів маніпулювання свідомістю, який має на меті викликати емоції страху (Горіна, 2020: 25). Найчастіше тролі пишуть коментарі про біолабораторії під відео з Володимиром Зеленським. Напр., *“This is from years ago 😊 the picture and footage of him , 9/10 of its old asf mate. Seriously. 🇺🇸 bio labs I’m worried about and most 🇬🇧”* (TikTok, 19.03.2022); *“he has to stay and protect the bio labs”* (TikTok, 18.03.2022).

«На Донбас напала Україна, а не Росія». Російська пропаганда поширює нарратив про те, що в 2014 році Донбас атакували саме українські війська за наказом «фашистської» влади України не лише в українському сегменті соціальних мереж. З березня 2022 р. кремлівські тролі активно поширюють цей фейк в англomовному дискурсі соціальних мереж, застосовуючи *підміну понять*. Напр., *“Wtf u lying. Turchinov ordered air strike on Donbass then Poroshenko continue killing ppl”* (TikTok, 14.04.2022).

Окрім підміни понять, для поширення цього наративу кремлівські тролі застосовують також риторичну тактику *votebaautism* (англ. *whataboutism* чи *whataboutery*) – тактика, яка використовується для того, щоб зупинити обговорення одного питання, змусивши замість нього обговорювати інше та дискредитувати позиції опонента твердженням, що той сам не діє відповідно до цієї позиції, не враховуючи й одночасно не спростовуючи первісні аргументи опонента (Bobb, 2015). Votebaautism не класифікується як засіб вербального маніпулювання, проте кремлівські тролі часто ним послуговуються разом з підміною понять задля того, щоб просувати та «розганяти» наратив про напад України на Донбас в англomовному сегменті соціальних мереж. Напр., *“What about Donbass the last 8 years? Where’s your Shirt for them?”* (TikTok, 17.03).

«Війна в Україні не настільки жахлива як війни в Африці, Середньому Сході тощо, тому про війну в Україні не варто говорити». Votebaautism також застосовується троями Кремля для розповсюдження одного з найпоширеніших сьогодні наративів антиукраїнської пропаганди в англomовному дискурсі соціальних мереж – наратив, який полягає в тому, що війна в Україні не є такою серйозною в порівнянні з війнами в країнах Африки та Середнього Сходу. Цей наратив поширюється троями Кремля перш за все задля зміщення фокусу уваги з проблем українських біженців та війни в Україні, а також для того, щоб налаштувати населення країн Африки та Середнього Сходу проти України. Напр., *“We’re talking about Russia invading ukraine without us caring what americans do to some middle east countries”* (TikTok, 27.02.2022); *“the fact that you all are caring about this Ukraine Russia situation. But what about Palestine?”* (TikTok, 01.03.2022); *“and what about the other countries no one talks about afganistan”* (TikTok, 17.04.2022); *“I respect that but you forgot iraq”* (TikTok, 28.03.2022).

Варто зазначити, що цей наратив поширюється не лише троями Кремля. Подібні коментарі також пишуть реальні жителі країн Африки та Середнього Сходу. Вони не приховують свого обурення щодо допомоги українцям та уваги світової спільноти до війни в Україні, оскільки вони вважають, що весь світ співчуває українцям та переймається їхніми проблемами через те, що українці «білі». Проте, вважаємо, що подібне упереджене та досить часто вороже ставлення є наслідком російської пропаганди, адже вона досить поширена в цих країнах. Також вотебаутизм в контексті цього наративу став активно застосовуватися в мережах TikTok та Twitter саме з початком повномасштабного вторгнення РФ в Україну, тому цілком ймовірним є те, що першими цей наратив почали поширювати саме кремлівські тролі і вже потім він був підхоплений реальними жителями цих країн.

Висновки. В умовах гібридної війни соціальні мережі стають справжнім полем бою і кремлівські тролі виконують функції найманців в інформаційній складовій гібридної війни РФ проти України. Ольгінські тролі активно поширюють кремлівські наративи в медіа-дискурсі й особливо вони активізували свою діяльність в соціальних мережах, оскільки вони є сприятливою платформою для застосування маніпулятивних технологій вербального впливу і, як наслідок, маніпулювання масовою свідомістю. Діяльність «фабрики тролів» не обмежується українським сегментом соціальних мереж – з початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну ольгінські тролі активізувалися в англомовному сегменті соціальних мереж. Тролі з Ольгіно поширюють кремлівські наративи в англомовному дискурсі соціальних мереж задля створення відповідного медійного тла та легімітизації своїх дій. Їхня діяльність в англомовному сегменті соціальних мереж TikTok та Twitter також спрямована на дискредитацію влади та громадян України. Мова є потужним інструментом маніпулювання, відповідно просування антиукраїнських наративів кремлівської пропаганди

неможливе без застосування засобів, тактик та стратегій вербального маніпулювання. У ході нашого дослідження було встановлено, що для поширення антиукраїнських наративів в англомовному сегменті соціальних мереж TikTok та Twitter кремлівські тролі сьогодні найчастіше застосовують такі засоби вербальної маніпуляції як підміна понять, навішування ярликів, тактика нагнітання паніки, тактика повторення інформації, а також такий риторичний прийом як вотебаутизм. Незважаючи на абсурдність цих наративів, завдяки вдалому поєднанню засобів й тактик вербальної маніпуляції, троям досить ефективно вдається поширювати антиукраїнську пропаганду.

Вищезазначені фактори обумовлюють актуальність та перспективність дослідження, виявлення та аналізу мовних засобів, стратегій і тактик вербального маніпулювання, які застосовуються троями Кремля для поширення антиукраїнської пропаганди в англомовному дискурсі соціальних мереж, оскільки вони можуть підірвати довіру до громадян та влади України, що в подальшому може нести загрозу для дипломатичних відносин України з країнами, які її підтримують. Перспективами подальших досліджень у цьому напрямку є аналіз вже існуючих та нових наративів антиукраїнської пропаганди в англомовному сегменті соціальних мереж; класифікації засобів вербального маніпулювання, які застосовуються кремлівськими троями для їх поширення.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Aneja A. Ifraimova S. How to spot a Russian Troll. *Times*. 11.05.2018. URL: <https://cutt.ly/cKK6Izg>.
2. Bobb D. Understanding Whataboutery. *Outlook*. 5.11.2015. URL: <https://cutt.ly/KKK6FeR>.
3. Bodine-Baron E., Helmus T. C., Radin A., Treyger E. *Countering Russian Social Media Influence*. Rand Corporation, 2018. 86 p.

4. Dijk T. A. Power and the news media. Political Communication and Action. Hampton Press, 1995. 26 p.
5. Dilts R. B. Sleight of Mouth: The Magic of Conversational Belief Change. California : Meta Publications, 2001. 330 p.
6. DW. У Сенаті підтвердили висновки про втручання РФ у вибори. 22.04.2020. URL: <https://cutt.ly/GKmo4gh>.
7. Gregory P R. Putin's new weapon in the Ukraine propaganda war: internet trolls. *Forbes*. 2014. URL: <https://cutt.ly/tKK6bho>.
8. Lange-Ionatamišvili E. Analysis of Russia's information campaign against Ukraine. *NATO Strategic Communications Centre of Excellence*. 5th October 2014. URL: <https://cutt.ly/FKK6Q0d>.
9. Marketer. Найпопулярніші соціальні мережі у світі станом на січень 2022. 29.04.2022. URL: <https://cutt.ly/HKLqTfz>.
10. Mejias Ulises A. Vokuev Nikolai E. Disinformation and the media: the case of Russia and Ukraine. *Media, Culture & Society* 2017, Vol. 39(7) 1027-1042. URL: <https://cutt.ly/9KK6Z19>.
11. Riabchuk M. Ukraine: Russian propaganda and three disaster scenarios. *Aljazeera*. 11.04.2014. . URL: <https://cutt.ly/WKK60N6>.
12. Robinson O. Sardarizadeh S. Horton J. Ukraine war: Fact-checking Russia's biological weapons claims. *BBC News*. 15 March 2022. URL: <https://cutt.ly/4KLq65J>.
13. Армія Inform. Фабрики тролів кремля по всьому світу поширюють фейки про війну в Україні та іноземних політиків. 1.05.2022. URL: <https://cutt.ly/UKLqeob>.
14. Батринчук З. Р. Креолізований текст як параграфемний елемент у сучасному англомовному епістолярному дискурсі. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород : Видавничий дім «Гельветика», 2018. Т. 1. Вип. 3. С. 80-84. URL: <https://cutt.ly/2KGT18b>.
15. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики: підручник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Академвидав, 2004. 344 с.
16. Білик К.М. Феномен креолізації у сучасному європейському медіадискурсі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 33 (72) № 1 Ч. 2 2022. С. 6-11. URL: <https://cutt.ly/IXEtS91>.

17. Бурлакова В. Три кити російської пропаганди. *Український Тиждень*. 22.05.2014. URL: <https://tyzhden.ua/Politics/109867>.

18. Вільна Енциклопедія. Тролі з Ольгіна. URL: <https://cutt.ly/PKv0qx9>.

19. Гібридна війна: сутність, виклики та загрози: зб. матер. круглого столу (Київ, 8 липня 2021 р.). Київ : НА СБУ, 2021. 189 с. URL: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_57_28744724.pdf.

20. Горіна Ж.Д., Олійник О.В. Мовні зсоби маніпулятивного впливу в дискурсі соціальних мереж. *Молодий вчений*. №9 (85.1), вересень, 2020 р. С.22–26. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/9.1/5.pdf>.

21. Духовний фронт України. Фашизм і рашизм: схожість у технологіях пропаганди. 14.03.2022. URL: <https://cutt.ly/NKLqbkF>.

22. Дюжева К.В. Вплив сучасних інтернет-ресурсів на молодь і зв'язки з громадськістю: соціокультурний та комунікативний аспект. *Соціум. Документ. Комунікація*. Вип.1, 2016. С.257-265. URL: <https://sdc-journal.com/index.php/journal/article/view/143/108>.

23. Дяченко О.В. Складові механізми реалізації мовної маніпуляції в політиці. *Політичне життя*. 2018. № 2. С. 91-96. URL: <https://cutt.ly/MXW7phX>.

24. Коваленко А. М., Марченко Т. С. Мовні засоби реалізації маніпулятивного впливу в сучасних англомовних ЗМІ. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Філологія : збірник наукових праць. Одеса, 2019. Вип. 38, т. 1. С. 214-218. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/8643>.

25. Леонтєва Л.Є. Пропаганда як інформаційно-психологічний складник політичних процесів. Львів : Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, 2004. 298 с.

26. Магда Є. В. Гібридна війна: вижити й перемогти. Х.: Віват, 2015. 304 с.

27. Назаренко О. І., Нестеренко О. Є. Вербальні способи вираження маніпуляції свідомістю у дискурсі американських політиків (на прикладі передвиборчого дискурсу республіканців і демократів). *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. № 9, 2021. С. 154-161. URL: <https://cutt.ly/bXEfXII>

28. Пашинська А. Фейк і пропаганда: як армія кремлеботів прикидалася американцями. *Еспресо*. 27.02. 2018. URL: <https://cutt.ly/LKLqDbL>.

29. Померанцев П. Мета російської пропаганди – щоб ніхто нікому не довіряв. *Українська правда*. 31.03.2015. URL: <https://cutt.ly/KKLqZ4z>.

30. Савченко-Галушко Т. Інформаційні та психологічні операції держави-агресора: як це працює. *Армія Inform*. 4.11.2021. URL: <https://cutt.ly/JJ9TNxO>.

31. Сіденко Н.Г. Інструменти мовленнєвої маніпуляції в англomовній «жовтій» пресі. *Записки з романо-германської філології*. 2014. № 2. С. 105-113. URL: <https://cutt.ly/yXW4wZt>.

32. Стасула Н. Електронні засоби виявлення вербальної маніпуляції в ЗМІ. *Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка»*. 2011. № 694. С. 90-98. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10663/1/13.pdf>

33. Топчій О. Російська «фабрика тролів» поширює дезінформацію про війну в Україні – МЗС Британії. 1.05.2022. URL: <https://cutt.ly/7KLq0kj>.

34. Шкіцька І. Ю. Маніпулятивні тактики позитиву: лінгвістичний аспект. Монографія. К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2012. 440 с.

35. Юськів Х. Наративи російської пропаганди в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія філос.-політолог. студії*. 2020. Випуск 30, С. 226-232. URL: <https://cutt.ly/yKLq92K>.

REFERENCES

1. Aneja A. Ifraimova S. (2018). How to spot a Russian Troll. *Times*. URL: <https://cutt.ly/cKK6Izg>.
2. Bobb D. (2015). Understanding Whataboutery. *Outlook*. URL: <https://cutt.ly/KKK6FeR>.
3. Bodine-Baron E., Helmus T. C., Radin A., Treyger E. (2018). Countering Russian Social Media Influence. Rand Corporation. 86 p.
4. Dijk T. A. (1995). Power and the news media. *Political Communication and Action*. Hampton Press. 26 p.
5. Dilts R. B. (2001). Sleight of Mouth: The Magic of Conversational Belief Change. California : Meta Publications. 330 p.
6. DW. (2020). U Senati pidtverdily vysnovky pro vtruchannia RF u vybory [The Senate confirmed the conclusions about Russia's interference in the elections]. 22.04.2020. URL: <https://cutt.ly/GKmo4gh>. [in Ukrainian].
7. Gregory P R. (2014). Putin's new weapon in the Ukraine propaganda war: internet trolls. *Forbes*. URL: <https://cutt.ly/tKK6bho>.
8. Lange-Ionatamišvili E. (2014). Analysis of Russia's information campaign against Ukraine. *NATO Strategic Communications Centre of Excellence*. URL: <https://cutt.ly/FKK6Q0d>.
9. Marketer. (2022). Naipopuliarnishi sotsialni merezhi u sviti stanom na sichen 2022 [The most popular social networks in the world as of January 2022]. URL: <https://cutt.ly/HKLqTfz>. [in Ukrainian].
10. Mejias Ulises A. Vokuev Nikolai E. (2017). Disinformation and the media: the case of Russia and Ukraine. *Media, Culture & Society*. Vol. 39(7) 1027-1042. URL: <https://cutt.ly/9KK6Z19>.
11. Riabchuk M. (2014). Ukraine: Russian propaganda and three disaster scenarios. *Aljazeera*. 11.04.2014. . URL: <https://cutt.ly/WKK60N6>.

12. Robinson O. Sardarizadeh S. Horton J. (2022). Ukraine war: Fact-checking Russia's biological weapons claims. *BBC News*. URL: <https://cutt.ly/4KLq65J>.

13. Armia Inform. (2022). Fabryky troliv kremlia po vsomu svitu poyshyriuuiut feiky pro viinu v Ukraini ta inozemnykh politykiv [Kremlin troll factories around the world spread fakes about the war in Ukraine and foreign politicians]. URL: <https://cutt.ly/UKLqeo6>. [in Ukrainian].

14. Batrynychuk Z. R. (2018). Kreolizovanyi tekst yak parahrafemnyi element u suchasnomu anhlomovnomu epistoliarnomu dyskursi [Creolized text as a paragraph element in modern English-language epistolary discourse]. *Zakarpatski filolohichni studii*. Uzhhorod : Vydavnychiy dim «Helvetyka». T. 1. Vyp. 3. S. 80–84. URL: <https://cutt.ly/2KGT18b>. [in Ukrainian].

15. Batsevych F. S. (2004). Osnovy komunikatyvnoi linhvistyky: pidruchnyk dlia studentiv vyshchykh navchalnykh zakladiv [Fundamentals of communicative linguistics: a textbook for students of higher educational institutions]. K.: Akademydav. 344 s. [in Ukrainian].

16. Bilyk K. M. (2022). Fenomen kreolizatsii u suchasnomu yevropeiskomu mediadyskursi [The phenomenon of creolization in modern European media discourse]. *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Serii: Filolohiia. Zhurnalistyka*. Tom 33 (72) № 1 Ch. 2. S. 6-11. URL: <https://cutt.ly/IXEtS91>. [in Ukrainian].

17. Burlakova V. (2014). Try kyty rosiiskoi propahandy [Three whales of Russian propaganda]. *Ukrainskyi Tyzhden*. URL: <https://tyzhden.ua/Politics/109867>. [in Ukrainian].

18. Wikipedia. Troli z Olhina [Trolls from Olhino]. URL: <https://cutt.ly/PKv0qx9>. [in Ukrainian].

19. Hibrydna viina: sutnist, vyklyky ta zahrozy: zb. mater. kruhloho stolu (Kyiv, 8 lypnia 2021 r.) [Hybrid war: the essence, challenges and threats: Coll. mater. round table (Kyiv, July 8, 2021)]. Kyiv : NA SBU, 2021. 189 s. URL: https://academy.ssu.gov.ua/uploads/p_57_28744724.pdf. [in Ukrainian].

20. Horina Zh.D., Oliinyk O.V. (2020). Movni zsoby manipulyativnoho vplyvu v dyskursi sotsialnykh merezh [Linguistic means of manipulative influence in the discourse of social networks]. *Molodyi vchenyi*. №9 (85.1). S.22-26. URL: <http://molodyvchenyi.in.ua/files/journal/2020/9.1/5.pdf>. [in Ukrainian].

21. Dukhovnyi front Ukrainy. (2022). Fashyzm i rashyzm: skhozhist u tekhnolohiiakh propahandy [Fascism and racism: similarities in propaganda technologies]. URL: <https://cutt.ly/NKLqbkF>. [in Ukrainian].

22. Diuzheva K. V. (2016). Vplyv suchasnykh internet-resursiv na molod i zviazky z hromadskistiu: sotsiokulturnyi ta komunikativnyi aspekt [The impact of modern online resources on youth and public relations: socio-cultural and communicative aspects]. *Sotsium. Dokument. Komunikatsiia. Vyp.1, 2016. S.257-265*. URL: <https://sdc-journal.com/index.php/journal/article/view/143/108>.

23. Diachenko O.V. (2018). Skladovi mekhanizmu realizatsii movnoi manipulyatsii v politytsi [Components of the imolementation of mechanism of language manipulation in politics]. *Politychne zhyttia*. № 2. S. 91-96. URL: <https://cutt.ly/MXW7phX>. [in Ukrainian].

24. Kovalenko A. M., Marchenko T. S. (2019). Movni zasoby realizatsii manipulyativnoho vplyvu v suchasnykh anhlomovnykh ZMI [Linguistic means of implementing manipulative influence in modern English-language mass media]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Serii: Filolohiia : zbirnyk naukovykh prats*. Odesa. Vyp. 38, t. 1. S. 214-218. URL: <https://repository.sspu.edu.ua/handle/123456789/8643>. [in Ukrainian].

25. Leontieva L. Ie. (2004). Propahanda yak informatsiino-psykholohichniyi skladnyk politychnykh protsesiv [Propaganda as an information and psychological component of political processes]. Lviv : Lviv. nats. un-t im. I. Franka. 298 s. [in Ukrainian].

26. Mahda Ye. V. (2015). Hibrydna viina: vyzhyty y peremohty [Hybrid war: survive and win]. Kh.: Vivat. 304 s. [in Ukrainian].

27. Nazarenko O. I., Nesterenko O. Ye. (2021). Verbalni sposoby vyrazhennia manipuliatsii svidomistiu u dyskursi amerykanskykh politykiv (na prykladi peredvyborchoho dyskursu respublikantsiv i demokrativ) [Verbal ways of expressing consciousness manipulation in the discourse of American politicians (using the example of the pre-election discourse of Republicans and Democrats)]. *Naukovyi zhurnal Lvivskoho derzhavnoho universytetu bezpeky zhyttiediialnosti «Lvivskyi filolohichnyi chasopys»*. № 9. S. 154-161. [in Ukrainian]. URL: <https://cutt.ly/bXEfXII>

28. Pashynska A. (2018). Feik i propahanda: yak armiiia kremlebotiv prykydalasia amerykantsiamy [Fake and propaganda: how the Kremlin army pretended to be Americans]. *Espresso*. URL: <https://cutt.ly/LKLqDbL>. [in Ukrainian].

29. Pomerantsev P. (2015). Meta rosiiskoi propahandy – shchob nikhto nikomu ne doviriav [The purpose of Russian propaganda is to make no one trust anyone]. *Ukrainska pravda*. URL: <https://cutt.ly/KKLqZ4z>. [in Ukrainian].

30. Savchenko-Halushko T. (2021). Informatsiini ta psykholohichni operatsii derzhavy-ahresora: yak tse pratsiuie [Information and psychological operations of the aggressor state: how it works]. *Armia Inform*. URL: <https://cutt.ly/JJ9TNxO>. [in Ukrainian].

31. Sidenko N.H. (2014). Instrumenty movlennievoi manipuliatsii v anhlomovnii «zhovtii» presi [Verbal manipulation tools in the English-language yellow press]. *Zapysky z romano-hermanskoj filolohii*. № 2. S. 105-113. URL: <https://cutt.ly/yXW4wZt>. [in Ukrainian].

32. Stasula N. 2011. Elektronni zasoby vyivlennia verbalnoi manipuliatsii v ZMI [Electronic means detecting verbal manipulation in mass media]. *Visnyk Nats. un-tu «Lvivska politekhnika»*. № 694. S. 90-98. URL: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/10663/1/13.pdf>. [in Ukrainian].

33. Topchiy O. (2022). Rosiiska «fabryka troliv» poshyriuiе dezinformatsiiu pro viinu v Ukraini – MZS Brytanii [Russian «troll factory» is spreading misinformation about the war in Ukraine – the British Foreign Office]. URL: <https://cutt.ly/7KLq0kj>. [in Ukrainian].

34. Shkitska I. Yu. (2012). Manipuliatyvni taktyky pozytyvu: lnhvistychnyi aspekt. Monohrafiia [Manipulative tactics of the positive: the linguistic aspect. Monograph]. K.: Vydavnychy dim Dmytra Buraho, 2012. 440 s. [in Ukrainian].

35. Yuskiv Kh. (2020). Naratyvy rosiiskoi propahandy v Ukraini [Narratives of Russian propaganda in Ukraine]. *Visnyk Lvivskoho universytetu. Seriiа filosof.-politoloх. studii*. Vypusk 30, S. 226-232. URL: <https://cutt.ly/yKLq92K>. in Ukrainian].

АНОТАЦІЯ

Сьогодні соціальні мережі стали потужною зброєю російської пропаганди в інформаційній складовій гібридній війни Росії проти України. Кремлівські інтернет-тролі використовують соціальні мережі для поширення кремлівських наративів, оскільки вони є сприятливою платформою для використання маніпулятивних технологій словесного впливу. З початку повномасштабного вторгнення Росії в Україну кремлівські тролі стали активнішими в англомовному сегменті соціальних мереж. «Фабрика тролів» використовує деякі з найпопулярніших сьогодні соціальних мереж – зокрема, TikTok та Twitter – для поширення кремлівських антиукраїнських наративів, які мають на меті дискредитацію влади та громадян України в очах світової спільноти. Маніпуляції неможливі без використання вербальних засобів маніпулятивного впливу, тому вивчення виявлення стратегій і тактик вербальної маніпуляції, що використовуються для поширення антиукраїнських наративів, є важливим завданням сучасних лінгвістичних досліджень.

Метою цього дослідження є аналіз вербальних засобів маніпулятивного впливу, що використовуються кремлівською

«фабрикою тролів» для поширення антиукраїнських наративів в англомовному сегменті соціальних мереж TikTok та Twitter.

Для виконання поставлених у роботі завдань використовувалися такі методи дослідження як метод аналізу інформації, метод синтезу, метод безперервного відбору проб, описовий метод.

Встановлено, що кремлівські тролі часто використовують такі засоби вербальної маніпуляції, як сьогодні найчастіше застосовують такі засоби вербальної маніпуляції як підміна понять, навішування ярликів, тактика нагнітання паніки, тактика повторення інформації, а також такий риторичний прийом як вотебаутизм.

Виявлення та аналіз стратегій, тактик та засобів вербального маніпулювання, що використовуються кремлівськими троями для поширення антиукраїнської пропаганди в англомовному дискурсі соціальних мереж, є актуальним напрямком досліджень і має наукову перспективу як в мовному, так і в комунікативно-прагматичному аспектах дослідження. Раннє виявлення та аналіз словесних маніпуляцій, що використовуються кремлівськими троями для поширення антиукраїнської пропаганди в англомовному дискурсі соціальних мереж, є однією із пріоритетних завдань сьогодні для дослідників гуманітарних, соціальних та поведінкових наук, оскільки поширення антиукраїнських наративів за кордоном може підірвати репутацію України.

Ключові слова: *інформаційна війна, наративи, віртуальна комунікація, вербальна маніпуляція, соціальні мережі, інтернет-тролі.*