

2. Даниленко В. Засоби радянського інформаційно-психологічного впливу на жителів Західної України в 1944–1945 рр. *Західні землі України у перші післявоєнні роки (1944–1953): повсякденне життя*: монографія. Рига: Baltija Publishing, 2022, С. 158–182.
3. До сотень «Сапера», «Чорного» і провідникові бойовки «Крамаренко». *Прикарпатська правда*. 7 липня 1945 р. № 130. С. 2.
4. Дрепюк М. Каяття. *Прикарпатська правда*. 1945. № 130. 20 липня. С. 4.
5. Звернення. До робітників, селян і інтелігенції західних областей України. *Радянська Україна*. 20 травня 1945 р. № 99. С. 3.
6. Зорін І. 20 липня – останній строк явки з повинною. *Сталінська перемога*. 19 липня 1945 р. № 23. С. 2.
7. Івченко С. Злочинні дії бандерівців. *Наша перемога*. 9 вересня 1945 р. № 31. С. 2.
8. Коба Ф. Українопродавці. *Прикарпатська правда*. 22 серпня 1944 р. № 81. С. 2.
9. Крупський І. Західноукраїнська преса 1944–1956 рр. в умовах посилення компартійного диктату. *Збірник матеріалів звітної наукової конференції за 2016 рік (секція «Журналістики»)*. Львів: Малий видавничий центр факультету журналістики, 2017, С. 3–5.
10. Максим'юк П. Буде пізно. *Сталінським шляхом*. 19 липня 1945 р. № 56. С. 2.
11. Миколаєнко І. Цепні пси Гілера (бесіда друга). *Прикарпатська правда*. 12 грудня 1944 р. № 159. С. 2.
12. Прошу помилування. *Сталінським шляхом*. 19 липня 1945 р. № 56. С. 2.
13. Розповсюдження преси. *Радянська Україна*. 29 травня 1945 р. № 105. С. 1.
14. Ухов О. Два брати. *Сталінським шляхом*. 2 серпня 1945 р. № 60. С. 2.
15. Федик Л. Фейки та пропаганда у інформаційній боротьбі радянської влади з ОУН(б). *Науковий вісник Ужгородського університету*: серія: Історія. 2022. Вип. 1. С. 66–67.

**Паламарчук Юлія**

*Донецький національний університет імені Василя Стуса*

## **ВІД ЄВРОМАЙДАНУ ДО СОЦМЕРЕЖ: ЯК КРЕМЛІВСЬКА ПРОПАГАНДА ВИКОРИСТОВУЄ ТЕРМІН «КАСТРУЛЕГОЛОВІ» В ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ**

*Ключові слова: кремлівська пропаганда, Революція Гідності, «корейчики», інформаційна війна.*

*Keywords: kremlin propaganda, Revolution of Dignity, «Koreans», informational warfare.*

Інформаційна війна Московії проти України почалася ще задовго до подій Революції Гідності [4], але саме за часів революції з'явився новий часто використовуваний ярлик проти українського народу – «каструлеголові».

У цій статті розглянемо історію використання терміна «каструлеголові» в російській пропаганді, механізми його поширення, а також роль нових пропагандистських осередків, зокрема у *Twitter* та *Threads*, у розпалюванні інформаційної війни проти України.

Історія використання московської методички «каструлеголові», як було згадано вже раніше, сягає ще часів Революції Гідності, коли пропутінський режим Януковича підписав так звані «диктаторські закони», за якими в ст. 1851 адміністративного кодексу України передбачалася відповідальність за: «... участь в зборах, мітингу, вуличному поході, демонстрації, іншому масовому заході у масці, шоломі або з використанням інших засобів чи способів маскуванню з метою

уникнення ідентифікації особи, ..., а також участь у такому заході без дозволу органів внутрішніх справ у форменому одязі, що повторює або схожий на формений одяг працівників правоохоронних органів чи військовослужбовців» [3].

Тобто цей закон унеможливив легально брати участь у демонстраціях, а також поставив під питання захищеність демонстрантів, особливо під час свавілля Беркута з розстрілами протестувальників, що змотивувало їх шукати інші способи захисту – каструлі чи відра. Через це виник термін «каструлеголові», що швидко став частиною кремлівської інформаційної війни, трансформуючись у символ нібито «безглуздості» та «неспроможності» українського протестного руху. Далі він активно використовувався у проросійських медіа та пропагандистських ресурсах, як-от кремлівська «народна енциклопедія» *NeoLurk*, де в одній зі статей зазначається таке: «Майдауни (каструлеголові) – набрід із бомжів і безробітних, який був зібраний за копійки в усіх глухих куточках країни (але здебільшого в західних областях, де, власне, жити неможливо через тотальну розруху) і звезений до Києва для революційної масовки...» [1].

Пропаганда навмисно поширювала поняття «каструлеголові» як принизливий ярлик для учасників Євромайдану. Пропагандисти намагалися представити протестувальників як неосвічених, безробітних, які не знають, за що боряться.

Тому у 2024 р. серед так званих «корейчиків» з'явилися акаунти, що розвивають цю риторику, намагаючись дискредитувати українську владу та суспільство через наративи про «свавілля ТЦК», «могилізацію» та «каструлеголових» [2].

Один із таких акаунтів – «Томка ССРСР» – активно просуває подібні меседжі, поєднуючи їх із тезами російської пропаганди [6].

Як можна побачити на рис. 1, цей акаунт виставляє пости, які засуджують дії української влади, використовуючи інфопривід «могилізації українських громадян», ярлик «укронацист-каструля».

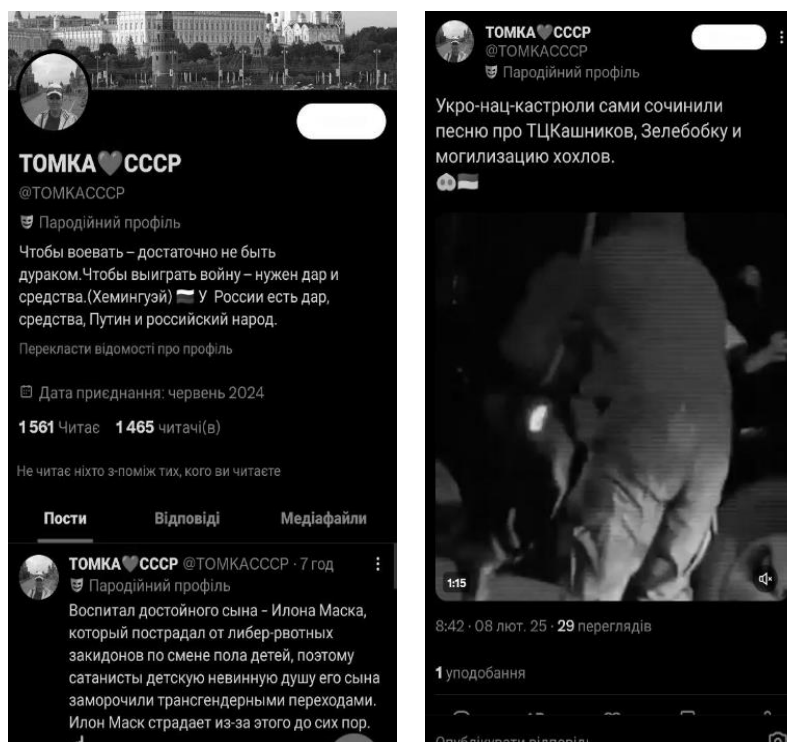


Рисунок 1 – Твіттер-акаунт «Томка ССРСР» [6]

Ці методики також почали захоплювати й інші соцмережі, наприклад, у лютому 2025 р. акаунт «Alina Vorova» в соцмережі *Threads*, як це видно з рис. 2, проводить нібито «неполітизоване» опитування серед підписників: «Порадьте якийсь класний російський серіал? Каструлів, прошу не коментувати. Дякую» [5].

Вислів «каструлів прошу не коментувати» у нібито нейтральному контексті має на меті нормалізацію використання цієї парадигми на побутовій основі, що є вигідним для московського режиму задля поширення антиукраїнських настроїв серед населення.

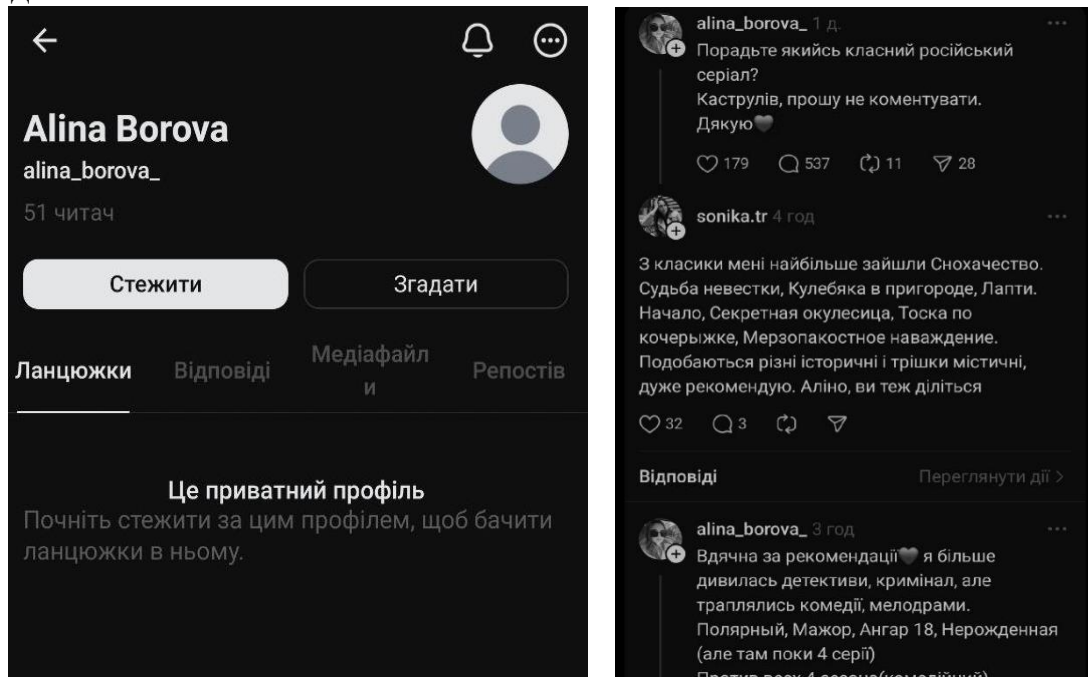


Рисунок 2 – Акаунт Alina Vorova [5]

Підводячи підсумки, варто сказати, по-перше, термін «каструлеголові» став інструментом кремлівської пропаганди для дискредитації українського протестного руху, але згодом ця парадигма почала застосовуватися й на всіх українців, незалежно від ситуації, яка обговорюється: чи то протести, чи то «свавілля ТЦК». По-друге, у 2024–2025 рр. ця риторика продовжує поширюватися в соцмережах, зокрема через акаунти у *Twitter* і *Threads*, що нав'язують антиукраїнські наративи. По-третє, використання таких фраз у побутовому контексті сприяє їх нормалізації та підриву проукраїнських настроїв. Усвідомлення цих маніпуляцій і протидія інформаційним атакам є критично важливими для захисту інформаційного простору України.

### Джерела та література

1. Майдауны. *NeoLurk*. URL: <https://neolurk.org/wiki/Кастрюлеголовые>
2. Паламарчук Ю. Д., Мацишина І. В. Образи Північної Кореї та Парагвайської диктатури в антиукраїнських наративах. *Прикладні аспекти сучасних міждисциплінарних досліджень*. Груд. 2024. С. 138–140.
3. Попередній аналіз закону від 16 січня 2014 року щодо додаткових заходів захисту безпеки громадян. *Екологія-Право-Людина*. 16.01.2014. URL: <https://epl.org.ua/announces/po-perednii-analiz-zakonu-vid-16-sichnia-2014-roku-shchodo-dodatkovykh-zakhodiv-zakhystu-bezpeky-hromadian/>

4. Mieliekiestsev K. I. On the origins of geopolitical and information warfare preparations for the war against Ukraine by the Russian Federation in the pivotal moments of the contemporary Russian-Ukrainian relations. *The Russian-Ukrainian war (2014–2022): historical, political, cultural-educational, religious, economic, and legal aspects*: Scientific monograph. Riga, Latvia: «Baltija Publishing», 2022. 1436 p. DOI: 10.30525/978–9934-26-223-4-72.

5. Threads-акаунт Alina Borova. *Threads*. URL: [https://www.threads.net/@alina\\_borova\\_](https://www.threads.net/@alina_borova_)

6. X-акаунт ТОМКА СССР. *X.com*. URL: <https://x.com/TOMKACCCP?t=H3IJ8niDUyvOKQTQSMLVeA&s=09>

## ***Шпортун Дарія***

*Донецький національний університет імені Василя Стуса*

### **ВПЛИВ СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖ ТА МЕДІА НА ФОРМУВАННЯ ГРОМАДСЬКОЇ ДУМКИ В УКРАЇНІ**

*Ключові слова: медіа, четверта гілка влади, алгоритми, телеграм-канали, інформаційний потік.*

*Keywords: media, the fourth branch of government, algorithms, telegram channels, information flow.*

Громадська думка – це колективне судження людей, у якому ставлення до подій і явищ виявляється у формі схвалення, осуду або вимоги. Вона формується в процесі руху інформації в суспільстві, відображає людське буття, суспільну практику і виступає регулятором діяльності.

У формуванні й поширенні громадської думки ключову роль відіграють медіа. Вони не лише інформують та повідомляють новини, але й пропагують певні ідеї, погляди, вчення, політичні програми та беруть участь у соціальному управлінні. Медіа підштовхують людину до певних вчинків через формування громадської думки, вироблення соціальних установок і переконань. Вони є інструментом безпосереднього формування громадської думки та важелем участі в соціальному управлінні. Медіа володіють маніпулятивно-управлінським потенціалом, впливаючи на установки, моделі поведінки та сприйняття дійсності. У сучасному світі їх вважають «великим арбітром» та «четвертою гілкою влади» [4]. Засоби масової інформації та політична система постійно взаємодіють як підсистеми єдиної соціальної системи. В умовах інформаційного суспільства медіа є основним засобом, через який політична система отримує вимоги і підтримку. Владні функції медіа діють і у зворотному напрямі, здійснюючи тиск на аудиторію, яка довіряє засобам масової інформації. Ця тенденція, забезпечуючи широку участь населення у політичному процесі, приховує небезпеки маніпулювання суспільною свідомістю.

Алгоритми соціальних мереж включають механізм персоналізації контенту, адаптуючи інформаційні потоки відповідно до інтересів та поведінки користувачів. Цей процес враховує вік, географічне розташування та мову, визначені на основі профілю. Мешканці певного міста отримують більше інформації про події у своєму регіоні. Інтереси користувачів формуються на основі історії переглядів та взаємодії з контентом. Алгоритми, орієнтовані на підвищення залуче-