УДК 321.7:324(498)»2024»:004.738.5:316.774
DOI https://doi.org/10.32689/2523-4625-2025-3(79)-4

Михайло ДУБЕЛЬ
доктор філософії зі спеціальності «Міжнародні економічні відносини»,
старший викладач кафедри політології та державного управління,
Донецький національний університет імені Василя Стуса,
m.dubel@donnu.edu.ua
ORCID: 0000-0003-2229-0419

ПРОТИДІЯ ІНФОРМАЦІЙНИМ ЗАГРОЗАМ ЦИФРОВОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ДЕМОКРАТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ: КЕЙС ВИБОРІВ РУМУНІЇ 2024 РОКУ

Дослідження присвячена визначенню специфіки інформаційних загроз сегменту цифрового середовища для демократичних цінностей на основі дослідження виборів Румунії 2024 року. У статті акцентується увага на передумовах, що склалися у Румунії перед виборами 2024 року. Дослідження надає характеристику Джорджеску та деяким іншим праворадикальним популістам, що робили наголос на розпалюванні ненависті у суспільстві. Мішенями для спрямування агресії аудиторії були обрані Україна, через витрати держави на підтримку; НАТО, яке критикувалося теж на користь проросійських наративів; фонд Сороса через поширення американських цінностей. Основним каналом, через який здійснювався вплив на потенційних виборців Джорджеску з командою обрали TikTok. Обраний канал, на відміну від традиційних засобів масової інформації, не вимагав від Джорджеску дотримання правил, наприклад, подання достовірної інформації. Цифрова платформа надавала Джорджеску можливість об'єднувати виборців в спільноту, де рівень раціоналізму падав під впливом тиску пропаганди. Під час вступної кампанії Джорджеску використовував цифрові технології для впливу на електорат, а саме, мікротаргетовані політичні повідомлення, астротурфінг та формування мовлення за допомогою вірусних челенджів. На основі звіту, що був підготовлений Румунською розвідувальною службою, можна зробити висновок, що облікові записи у TikTok, які були пов'язані з передвиборчою кампанією Джорджеску, були, скоріш за все, ботами. Визначено, що у TikTok антисистемні повідомлення у передвборчій кампанії були спрямовані на діаспору, а релігійні теми були спрямовані на людей похилого віку. Все це може свідчити про те, що у виборчій компанії Джорджеску у TikTok відбувалося широке маніпулювання громадською думкою та ставить під сумнів прозорість та чесність виборів. Ще одним ключовим висновком є роль алгоритмів соціальних мереж у просуванні виборчого контенту. Отже, TikTok для Джорджеску став це майданчик для формування політичної ідентичності.

Ключові слова: *вибори, цифрові технології, інформаційні загрози, національна безпека, демократія, TikTok, дезінформація, соціальні медіа, політичні маніпуляції.*

Mykhailo Dubel. COUNTERING INFORMATION THREATS OF THE DIGITAL ENVIRONMENT TO DEMOCRATIC VALUES: THE CASE OF THE 2024 ROMANIA ELECTIONS

The study is devoted to determining the specifics of information threats of the digital environment segment to democratic values based on the study of the 2024 Romanian elections. The article focuses on the prerequisites that developed in Romania before the 2024 elections. The study characterizes Georgescu and some other right-wing populists who emphasized inciting hatred in society. The targets for directing the audience's aggression were Ukraine, due to the state's support costs; NATO, which was also criticized in favor of pro-Russian narratives; the Soros Foundation due to the spread of American values. The main channel through which Georgescu and his team influenced potential voters was TikTok. The chosen channel, unlike traditional media, did not require Georgescu to follow the rules, for example, to provide reliable information. The digital platform provided Georgescu with the opportunity to unite voters in a community where the level of rationality was falling under the influence of propaganda pressure. During the inaugural campaign, Georgescu used digital technologies to influence the electorate, namely, micro-targeted political messages, astroturfing and shaping speech through viral challenges. Based on a report prepared by the Romanian Intelligence Service, it can be concluded that the TikTok accounts associated with Georgescu's election campaign were most likely bots. It was determined that on TikTok, anti-system messages in the election campaign were directed at the diaspora, and religious themes were aimed at the elderly. All this may indicate that Georgescu's election campaign on TikTok was widely manipulated by public opinion and calls into question the transparency and fairness of the elections. Another key finding is the role of social media algorithms in promoting electoral content. Thus, TikTok has become a platform for Georgescu to form a political identity.

Key words: *elections, digital technologies, information threats, national security, democracy, TikTok, disinformation, social media, political manipulation.*

Постановка проблеми. Сучасні політичні процеси, що характерні для демократичних суспільств, а саме вибори, знаходяться у центрі інформаційного дискурсу. Ця увага може призводити до застосування деякими сторонами заборонених методів, у тому числі за допомогою інноваційних інформаційних-комунікаційних технологій.

© Дубель М., 2025
Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

У грудні 2024 року Конституційний суд Румунії анулював президентські вибори через значні порушення. Це було безпрецедентне рішення, викликане доказами фальсифікацій голосування через соціальні мережі, незаконного фінансування кампаній у TikTok та кібератак, що були організовані зовнішніми силами, включаючи підозру у втручанні Росії. У суспільстві, яке характеризується медіа-екосистемою, що постійно змінюється, та експоненціальним зростанням споживання цифрової інформації, соціальні мережі стали як основним каналом інформації, так і простором, де виборчі стратегії зазнали глибокого впливу алгоритмів, вірусних взаємодій та складних цифрових кампаній. Рішення вказувало на порушення у фінансуванні виборчої кампанії, підозру у маніпуляції алгоритмами в соціальних мережах, можливий іноземний вплив. Підставою для такого рішення були розвідувальні документи, розсекречені на попередньому засіданні Ради національної безпеки Румунії.

Аналіз останніх досліджень. Тематика інформаційних загроз досить популярна серед вітчизняних науковців, особливо, після подій 2014 року. Наприклад, Г. Почепцов досліджував протистояння України і Росії шляхом інформаційної і смислової війн [2]. К. Родигін та І. Єрмакова розглядали роль маніпуляцій шляхом використання фотоконтенту медіа у контексті інформаційно-смислової війни [3]. Д. Михайліченко визначав специфіку технологій фейкових новин в соціальних медіа під час війни [1]. Проте, не дивлячись на значну кількість публікацій, проте, саме дослідження нещодавніх кейсів, наприклад, Румунії, є актуальним.

Метою статті є визначення специфіки інформаційних загроз сегменту цифрового середовища для демократичних цінностей на основі дослідження виборів Румунії 2024 року.

Виклад основного матеріалу. До кінця 2024 року Румунія, здавалося, була значною мірою несприйнятливою до різних демократичних недуг, що вразили багатьох її сусідів, включаючи перемоги націоналістичних популістів на виборах в Угорщині, Польщі та Словаччині, а також тривалу виборчу нестабільність у Болгарії. Цей статус відносної поміркованості та демократичної стабільності був дивним не лише враховуючи складний демократичний перехід Румунії на початку 1990-х років, але й тому, що, принаймні порівняно з іншими членами ЄС, країна має кілька структурних спадщин, які можуть підживлювати народне невдоволення, політичні конфлікти та забезпечувати підтримку праворадикальним популістам та потенційним автократам. Окрім значної спадщини комунізму, Румунія також страждає від більш конкретних потенційних загроз демократичній стабільності, включаючи значну частку бідного сільського населення, історію внутрішніх етнічних конфліктів та територіальних суперечок із сусідніми країнами, а також проблеми з високим рівнем корупції та низьким державним потенціалом.

Однак, схоже, що цей статус винятку зник в останні кілька місяців 2024 року. 24 листопада, у першому турі президентських виборів, Келін Джорджеску, екстремістський, проросійський кандидат, посів перше місце з майже 23% голосів, а на парламентських виборах 1 грудня до парламенту пройшли три різні популістські праворадикальні партії із сукупною часткою голосів понад 30%: Альянс за Союз румунів (AUR) подвоїв свою частку голосів з 9% у 2020 році до 18,3% у 2024 році, тоді як дві ще більш радикальні нові партії, засновані колишніми депутатами AUR – S.O.S. Румунія (на чолі з Діаною Шошоаке) та Партія молоді (POT – на чолі з Анамарією Гавриле) – також зуміли подолати 5% бар'єр. Електоральний шок від цих голосів посилився втручанням Конституційного суду (КС), який анулював результати першого туру президентських виборів за два дні до запланованого другого туру на тій підставі, що втручання Росії спотворило голосування. Анулювання виборів викликало серйозні питання щодо чесності виборчого процесу та ще більше підігріло невдоволення прихильників ультраправих, десятки тисяч яких брали участь у протестах у Бухаресті на початку січня 2025 року [13].

Праворадикальні популісти в Румунії та інших країнах також виділяються серед більшості інших політичних партій своєю сумнівною відданістю ліберальній демократії, ці погляди часто поділяють і їхні прихильники. У своїй прихильності або небажанні дистанціюватися від авторитарного минулого – кілька політиків популістських праворадикальних партій (включаючи Джорджеску) схвально відгукувалися про фашистський легіон Залізного Хреста з міжвоєнної Румунії – праворадикальні популісти часто ставлять під сумнів саму легітимність демократичного порядку. Це стало основою не лише для санітарного кордону, встановленого іншими партіями проти виборчих та правлячих альянсів, але й для судових рішень проти деяких із цих партій та кандидатів у Німеччині, а нещодавно – і в Румунії, де президентські кандидатури Діани Шошоаке в жовтні 2024 року та Келіна Джорджеску в березні 2025 року були відхилені Конституційним судом.

Вибори в Румунії 2024 року містили важливий елемент несподіванки. Цей фактор несподіванки був найбільш вражаючим стосовно сплеску Келіна Джорджеску в останні десять днів перед першим туром президентських виборів, але він також відобразився в появі Партії молоді (POT), нової – і практично невідомої – партії правих популістів, яка підтримала Джорджеску та пройшла до парламенту з 6,5% голосів. Враховуючи, що ні політичні вподобання, пов'язані з перспективним голосуванням, ні оцінки, що сприяють ретроспективному голосуванню, не могли так різко змінитися протягом кількох днів, питання полягає в тому, що (або хто) сприяло його стрімкому злету в останню хвилину. Відповідь, яка отримала найбільшу увагу, – це роль TikTok у просуванні Джорджеску, яка широко обговорювалася в засобах масової інформації та була ключовим обґрунтуванням рішення Конституційного Суду про анулювання результатів першого туру президентських виборів [5]. Твердження Джорджеску про те, що він досяг цих результатів, не витрачаючи жодних грошей на кампанію, здаються вкрай неправдоподібними, а деякі частини кампанії мали разючу схожість зі зусиллями Росії маніпулювати президентськими виборами в Молдові кількома тижнями раніше. Крім того, румунські ЗМІ повідомляли, що кампанія TikTok була спрямована не лише на підтримку Джорджеску, а й табору правих популістів (включаючи партію AUR) у ширшому сенсі. З цієї точки зору, румунські вибори 2024 року є корисним тестовим прикладом для розуміння зусиль щодо маніпуляцій виборами через соціальні мережі. Іноземні зусилля щодо втручання в демократичні вибори, багато з яких походять з Росії, піддаються дедалі більшій увазі через їхній потенціал для маніпулювання політичними настроями через оманливі кампанії в соціальних мережах [12]. Але хоча розширення проникнення інтернету, здається, пішло на користь популістським партіям у Європі, менш зрозуміло, чи є зусилля онлайн-маніпуляцій з іноземними країнами ефективними у зміні політичних та виборчих уподобань.

У 2024 році Румунією керувала коаліція, натхненна німецькою моделлю GroKo (Християнські демократи та Соціал-демократи). Соціал-демократична партія (PSD) та Національ-ліберальна партія (PNL) відклали свої очевидні ідеологічні розбіжності із заявленою метою забезпечення стабільності та економічного та соціального розвитку. Вважаючись стовпами політичного істеблішменту, ці партії представляли себе захисниками ліберальної демократії, здатної стримувати піднесення екстремістських сил [8]. Спочатку результати цих зусиль здавалися більш ніж багатообіцяючими. У безпрецедентному кроку як на національному, так і на європейському рівні PSD (член Партії європейських соціалістів – PES) та PNL (член Європейської народної партії – EPP) вирішили балотуватися спільним списком на виборах до Європейського парламенту, що відбулися у червні 2024 року. Їхній альянс отримав 48,55% голосів та 19 з 33 місць, що належать Румунії [8].

Хоча результат був більш ніж обнадійливим, Соціал-демократи та Національ-ліберальна партія (PNL) вирішили висунути окремих кандидатів на президентських виборах, запланованих на 24 листопада та 8 грудня 2024 року. Чинному президенту Клаусу Йоганнісу, колишньому президенту PNL, було заборонено балотуватися через конституційне обмеження у два терміни. Серед численних 14 кандидатів 4 були незалежними. Один з них, Келін Джорджеску (62 роки), залишався відносно маловідомим у традиційних засобах масової інформації та не брав участі у широкі масові кампанії, які раніше допомагали правопопулістським рухам набирати обертів. Тим не менш, він створив онлайн-кампанію, яка виявилася справді ефективною, поширюючи свої меседжі в громадах по всій країні та діаспорі.

Ідеологічний профіль Келіна Джорджеску сприяв тому, що його називали маргінальним кандидатом. Багато опитувань громадської думки, проведених у вересні та жовтні, не вимірювали його підтримку, відносячи його до категорії «Інші кандидати» [7]. Хоча його кілька разів згадували в публічному просторі як потенційного прем'єр-міністра, популістська права партія недовго заявляла про свою підтримку йому, рівень його популярності не був надзвичайно високим. Частина основних ЗМІ уникала його з кількох причин. По-перше, він висловлював своє захоплення румунськими ультраправими рухами, такими як міжвоєнна Залізна гвардія. По-друге, він заявив, що в інтересах Румунії необхідно вийти з Північноатлантичного альянсу (НАТО). Однак пізніше він заявив, що його заяви були неправильно витлумачені, що він не проти НАТО та що він відкидає політичний екстремізм.

5 жовтня Центральна радикальна рада відхилила кандидатуру на пост президента Діани Шошоаке, члена Європейського парламенту та лідера праворадикальної партії, яка мала кілька політичних ідей, схожих на ідеї Джорджеску. Хоча, наскільки нам відомо, наукові дослідження ще не підтвердили, що це рішення сприяло підтримці Джорджеску,

можна стверджувати, що таке рішення, навіть якщо воно було прийнято на основі Конституції, знизило довіру до політичного істеблішменту та сприяло зміцненню клімату, який сприяв таким аутсайдерам, як Джорджеску. Перші опитування громадської думки, які виміряли стабільну підтримку Джорджеску, з'явилися лише за кілька тижнів до дати першого туру [14]. Однак ніхто з них не передбачав, що кандидат зможе пройти до другого туру, його найвищий показник був трохи вище 10%. Результати першого туру президентських виборів показали зовсім іншу картину: Келін Джорджеску посів перше місце, отримавши 22,94% (2 120 404) голосів, і тому кваліфікувався до другого туру разом із президентом правоцентристського Союзу порятунку Румунії (СПР) Оленою Ласконі. Примітно, що він також отримав найбільшу кількість голосів у діаспорі (43,16% – 346 103 голоси) [10].

Головним претендентом на другий тур виборів був Келін Джорджеску, ультранаціоналістичний незалежний кандидат, чия кампанія, що базується переважно на TikTok, здебільшого пройшла поза увагою основної преси. Примітно, що він заявив про нульові внески на кампанію, стверджуючи, що вся його кампанія була волонтерською. Джорджеску робив і продовжує робити нескінченний потік різких заяв, починаючи від дивних, образливих і навіть, можливо, незаконних. В останніх категоріях він нещодавно натякнув, що у разі розпаду цієї країни Румунія має особисті інтереси в колишніх румунських частинах України. Він наполегливо називав Україну «вигаданою державою». Джорджеску та його оточення називали опонентів «поплічниками Сороса»; він пообіцяв закрити «мережу Сороса» в перший же день («ми знаємо, хто вони»). Угорсько-американський мільярдер-філантроп та Фонд «Відкрите суспільство» значною мірою фігурують як головні фігури ненависті в ультранаціоналістичному дискурсі, який посилює Джорджеску. Цей троп використовується переважно для сигналізації про навмисну синхронність з Угорщиною та Сполученими Штатами: із сотень румунських відомих осіб (депутатів парламенту, міністрів, суддів, співробітників розвідки тощо) протягом багатьох років мали певні зв'язки з програмами Фонду «Відкрите суспільство». Румунське відділення фонду було поступово ліквідовано на початку 2000-х років і повністю закрито у 2017 році.

Ще один набір потенційних «впливових осіб», який отримав менше уваги громадськості, ніж TikTok, – це роль православних священиків. Зв'язок між AUR та частиною православного духовенства вже був задокументований на виборах 2020 року [9]. У 2024 році румунські ЗМІ повідомляли про випадки, коли православні священики, пов'язані з Росією, закликали свою паству голосувати за Джорджеску, тактика, яка знову нагадує російський маніпуляційний план на виборах у Молдові, але неясно, наскільки систематичними та послідовними були ці зусилля для голосування на парламентських виборах. Тим не менш, з цієї точки зору, ми повинні очікувати, що респонденти, на яких впливають православні священики, будуть більш схильні підтримувати партії правих популістів. Враховуючи, що румунські вибори проводяться по неділях, коли румуни зазвичай ходять до церкви, ми можемо очікувати, що «ефект кафедри» буде особливо вираженим серед респондентів, які визначилися зі своїм вибором у день виборів [12].

Кампанія Джорджеску значною мірою спиралася на вірусність у соціальних мережах. За два тижні до виборів було активовано понад 25 000 акаунтів TikTok, багато з яких раніше були неактивними. Ці акаунти публікували відео, що відображали скоординовану наративну стратегію. Одне з найвірусніших гасел – «Підтримка України веде Румунію до війни» – зібрало понад 1,3 мільйона переглядів. Як повідомляє VIGINUM, ця динаміка не була органічною: вона була результатом складної операції з астротурфінгу, яка включала платежі інфлюенсерам, координаційні групи Discord та маніпуляції алгоритмами [19].

Румунські дезінформаційні наративи відображали ширший регіональний сценарій. Фейкові новини про українських біженців зображували їх як жорстоких, привілейованих або частину західних колонізаційних зусиль [6]. Ці меседжі вже були поширені в російських кампаніях в Україні, Молдові та навіть Польщі. Їхня мета була чіткою: розірвати солідарність, розпалити обурення та послабити підтримку України.

Такі платформи, як TikTok, відіграли центральну роль. Як показано у звіті «Аналіз виборів у Румунії», AUR – ультраправа партія з проросійськими тенденціями – становила 26% усіх взаємодій у TikTok, генеруючи при цьому менше 9% контенту [6]. Це показує, як архітектура вірусності сприяє емоційній, антисистемній риториці. Кампанія Джорджеску використовувала цей механізм, залучаючи інфлюенсерів, які ніколи не розкривали політичне спонсорство, створюючи ілюзію підтримки знизу.

Окрім наративів проти біженців, меседжі Джорджеску спиралися на ширшу ідеологічну рамку: націоналізм, керований платформами,

що корениться в суверенітеті, традиціях та опорі глобалізму. На відео в TikTok часто лунали такі гасла, як «Румунія має бути нейтральною», «Давайте зупинимо цю війну» або «Ми не маріонетки НАТО». Цей стиль алгоритмічного націоналізму точно відображає те, з чим зіткнулося українське громадянське суспільство до 2022 року: гібридні ідентичності, побудовані в Інтернеті, де «нейтралітет» маскував прокремлівські плани. Згідно з аналізом виборів у Румунії, цю тенденцію найкраще зрозуміти як поєднання національних образ та алгоритмічного посилення: «Цифрова логіка політики ідентичності поєднується з зайнятістю у сільському господарстві, створюючи нову форму гібридного націоналізму» [6]. Ці наративи розмили межу між опором і покорою, переосмисливши мир як капітуляцію перед сферою впливу Росії.

Найбільш вражаюча схожість між Румунією та Україною полягає у використанні внутрішніх посередників для просування іноземних наративів. Так само, як проросійські актори в Україні використовували духовенство, місцевих олігархів та медіа-канали, у Румунії такі платформи, як «DailyRomania», та особистості, як-от Джорджеску, служили для поширення прокремлівського контенту. AUR та пов'язані з нею інфлюенсери функціонували як «антизахідні за своєю суттю, хоча за формою націоналістичні» [6]. Ширша екосистема кампанії включала 18 взаємопов'язаних веб-сайтів, які просували узгоджені статті, рекламу у Facebook та конспірологічні відео. За даними Șierka&Stănoiu, понад 381000 доларів США було спрямовано на цифрове просування лише за кілька тижнів – гроші, які не були задекларовані в офіційних звітах кампанії Джорджеску [15]. Це викликає серйозні питання щодо прозорості фінансування виборів та регулювання політичної комунікації в Інтернеті.

На президентських виборах у Румунії 2024 року гнів населення був всеспрямованим, але стратегічно переосмисленим. Він був спрямований на політичні еліти, але проектувався на «Брюссель», «НАТО», «Захід», «українських біженців» та «Сороса» [18]. Келін Джорджеску не прагнув заспокоїти це почуття. Він спрямував його та використав як зброю, перетворивши розсіяне емоційне розчарування на цілісну ідентичність: розгніваний румунський патріот, зраджений глобалізмом, який пробуджується проти системи.

Коротше кажучи, злет Джорджеску слід розуміти не як раціональне електоральне явище, а як емоційне узгодження: колективний акт катарсису, замаскований під політичну кампанію. Гнів не був побічним продуктом дезінформації – він був паливом, архітектурою та сполучною тканиною альтернативної політичної спільноти, що викувалася в петлях TikTok та Telegram-каналах.

Зрештою, ця партисипативна модель створила петлю зворотного зв'язку між ідентичністю та ідеологією. Користувачі TikTok не просто дізналися, у що вірити – вони дізналися, ким вони є, через те, чим ділилися. Підтримка Джорджеску стала способом самовистуну, а кампанія перетворилася на спільноту емоційного резонансу, а не просто на політичний рух.

Кампанію Келіна Джорджеску не можна розуміти лише крізь призму індивідуального переконання. Її сила полягала в здатності активувати та організовувати колективні емоції, перетворюючи ізольовані розчарування на цілісну групову ідентичність. Ця трансформація відбулася не на міських площах чи телевізійних дебатах, а всередині цифрових екосистем – персоналізованих, емоційних та самопідсилювальних. Ще більш підступно починає діяти тиск конформізму. Люди в цих цифрових мікроспільнотах починають придушувати сумніви, щоб уникнути соціальної ізоляції. Чим тісніше зв'язана група, тим сильніший стимул приєднатися до домінантного наративу. У цих просторах навіть раціональні, скептично налаштовані особи можуть зрештою прийняти та захистити хибні переконання, просто щоб зберегти свою приналежність. Цей механізм був основою цифрової стратегії Джорджеску. Його кампанія не спиралася на аргументацію чи дебати. Вона створила середовище, де віра ставала ідентичністю, а правда була менш важливою, ніж солідарність.

У контексті президентської виборчої кампанії в Румунії можна виявили використання передових цифрових стратегій для впливу на сприйняття та поведінку електорату. Ці методи включають мікротаргетовані політичні повідомлення, кампанії астротурфінгу та формування мовлення за допомогою вірусних челенджів [11]. Ці практики, що вже використовуються на міжнародному рівні, також були задокументовані в Румунії, що підкреслює перетворення цифрового простору на важливий інструмент виборчої конкуренції. На основі аналізу фахівців з комунікацій було виявлено, що одним із методів, що використовуються у виборчій кампанії, було використання мікротаргетованих повідомлень. Цей метод зазвичай використовується в комерційних кампаніях для створення повідомлень, адаптованих до певних демографічних груп, щоб стимулювати купівлю певних товарів. Він також застосову-

вався в політичній сфері, і у випадку виборів 2024 року в Румунії були доставлені персоналізовані політичні повідомлення, які враховували індивідуальні вподобання користувачів. Наприклад, антисистемні повідомлення, адаптовані для різних груп у діаспорі, або персоналізовані повідомлення з релігійною тематикою. Це підтверджується розсекреченим звітом Міністерства внутрішніх справ, у якому йдеться про прихильників кампанії. Таким чином, деякі прихильники кампанії, які брали участь у просуванні меседжів, «є представниками правоекстремістських, кримінальних та релігійних культових середовищ» [4]. Таку стратегію, засновану на мікротаргетованих політичних меседжах, використовувала CambridgeAnalytica під час референдуму щодо Brexit у червні 2016 року [16].

Астротурфінг – це стратегія маніпулювання громадською думкою шляхом штучного створення враження масової народної підтримки певної ідеї, справи чи особи [20]. Це досягається за допомогою скоординованих публікацій у соціальних мережах, ботів, фейкових акаунтів або платних інфлюенсерів для посилення повідомлення та створенняорганічного враження. Астротурфінг зазвичай використовується в політичних кампаніях, маркетингу та пропаганді, впливаючи на сприйняття громадськістю обґрунтованості думок чи тенденцій. Користувачі, які часто стикаються з такими повідомленнями, сприймають підтримку як органічну, що підвищує довіру до кандидата чи політичної позиції та може впливати на рішення щодо голосування. Аналіз фахівців з комунікацій підтверджується звітом Міністерства внутрішніх справ, розсекреченим Адміністрацією Президента [11]. Згідно з цим звітом, близько 100 інфлюенсерів, загалом понад 8 мільйонів підписників, «зазнали маніпуляцій щодо особи кандидата, якого просували» [4]. Більше того, дані звіту вказують на те, що близько 130 облікових записів TikTok поширювали відео з використанням хештегів «#equilibriumandverticality, #presidential2024, #therightleaderforme». Крім того, звіт, підготовлений Румунською розвідувальною службою, показує, що 25 000 облікових записів у TikTok були пов'язані з кампанією Келіна Джорджеску, яка стала дуже активною перед першим туром президентських виборів. Також у звіті Румунської розвідувальної служби зазначається, що ці облікові записи мали унікальні IP-адреси, і це свідчить про те, що цей режим «функціонування розроблений для того, щоб ускладнити ідентифікацію масштабів мережі, на основі використання спільної інфраструктури, що є характерним для ботнетів» [17].

Формування проблем через вірусні челенджі має на меті створити тренди, пов'язані з ключовими темами кампанії. Алгоритм TikTok посилює цей тип партисипативного контенту, такий як хештеги, перетворюючи їх на ефективний метод впливу на публічний дискурс. Включаючи політичні повідомлення у вірусні тренди, кампанії можуть формувати громадське сприйняття важливих тем, не виглядаючи відверто політичними. Ця віртуалізація проявилася в накопиченні значної кількості нових підписників, збільшенні переглядів старішого контенту та частих появах у подкастах та онлайн-шоу в альтернативних медіа. Ключовим фактором цієї цифрової експансії є велика кількість тегів «CălinGeorgescu», вставлених у коментарі до постів про президентські вибори 24 листопада, включаючи пости інших кандидатів. Алгоритм TikTok відреагував на цю тенденцію, автоматично пропонуючи ім'я Джорджеску в рядку пошуку розділу коментарів до вірусного посту Олени Ласконі, що свідчить про процес алгоритмічного посилення видимості кандидата.

Висновки. Електоральний схід Келіна Джорджеску не можна зрозуміти крізь традиційну призму індивідуального переконання чи ідеологічної приналежності. Його піднесення слід розглядати як випадок цифрової колективної психології, в якій гнів, емоційне зараження та алгоритмічна структура об'єдналися, щоб сформувати потужну опозиційну ідентичність. Це був не електорат, сформований політичними дебатами чи раціональними обговореннями, а громадськість, що бере участь у житті, натхненна спільним обуренням та моральною впевненістю. Джорджеску пропонував не просто платформу, а роль, яку потрібно було виконати, наратив, у якому потрібно було жити, та спільноту, до якої потрібно було приєднатися. У цьому цифровому ландшафті правда була менш важливою, ніж резонанс, а залученість полягала не в тому, щоб бути поінформованим, а в тому, щоб бути поміченим та бути приналежним. Онлайн-натовп не обмірковував – він реагував, переробляв та підтверджував. Він поводився як колективний розум не тому, що його члени були ірраціональними, а тому, що їхні емоційні потреби задовольнялися повніше через участь, ніж через переконання. У 2024 році Джорджеску не просто створював ілюзії – він запрошував людей стати їх співавторами.Згідно з цією логікою, TikTok був не просто платформою для поширення інформації – це був майданчик для формування політичної ідентичності. Джорджеску виник як функція натовпу, який не обов'язково пого-

джувався з програмою, але впізнавав себе у спільному ображенні.

Результати цього дослідження підкреслюють значний вплив дезінформації та маніпуляцій через соціальні мережі на президентські вибори в Румунії 2024 року. Проаналізоване явище підкреслює вразливість демократичної системи до скоординованих кампаній впливу, що має серйозні наслідки для цілісності виборчого процесу. Одним з найважливіших аспектів цієї виборчої кампанії було використання методів мікротаргетингу політичних повідомлень, астротурфінгу та формування мовлення за допомогою вірусних челенджів. Ці стратегії дозволили впливати на сприйняття громадськості шляхом адаптації контенту до цільових демографічних сегментів. Наприклад, антисистемні повідомлення були спрямовані на діаспору, а релігійні теми – на людей похилого віку. Це свідчить про широке маніпулювання громадською думкою та ставить під сумнів прозорість та чесність виборів. Ще одним ключовим висновком є роль алгоритмів соціальних мереж у просуванні виборчого контенту. Автоматизовані рекомендації таких платформ, як TikTok, сприяли надмірній видимості деяких політичних повідомлень, заохочуючи їх віралізацію без належної перевірки правдивості інформації. Це підкреслює системну проблему із соціальними платформами, які, до речі, за своєю суттю, можуть сприяти масштабним маніпуляціям виборами. Щодо контрзаходів, вжитих румунською владою, дослідження висвітлює як досягнутий прогрес, так і недоліки. Хоча скасування першого туру виборів Конституційним Судом було безпрецедентним рішенням, воно підкреслило необхідність суворішого регулювання фінансування кампаній та використання соціальних мереж для виборчих цілей. Це дослідження підкреслює важливість медіаосвіти та розвитку критичного мислення серед користувачів соціальних мереж. Усвідомлення того, як поширюється інформація, та розпізнавання маніпулятивних технік можуть допомогти пом'якшити вплив дезінформації на демократичні процеси. Отже, президентські вибори 2024 року в Румунії стали яскравим прикладом того, як соціальні мережі можуть бути використані як інструменти впливу на вибори. У майбутньому важливо, щоб влада, соціальні платформи та громадянське суспільство працювали разом, щоб забезпечити демократичну систему, захищену від шкідливого впливу цифрової дезінформації.

Література:

1. Михайліченко Д. Г. Технології фейкових новин в соціальних медіа під час війни. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. № 4 35 (74) 2024. С. 184–187.

2. Почепцов Г. Слова і смисли. Україна і Росія в інформаційній і смисловій війнах. Київ, 2016.

3. Родигін К., Єрмакова І. Різновиди маніпуляцій фотоконтентом медіа у контексті інформаційно-смислової війни. *Вісник Львівського університету. Серія Журналістика*. 2020. № 47. С. 200–214.

4. Administrația Prezidențială. Document CSAT MAI. Președinția României. 2024. URL: https://www.presidency.ro/files/userfiles/Documente%20CSAT/Document%20CSAT%20MAI.pdf

5. Anghel Veronica. Why Romania Just Canceled Its Presidential Election. Journal of Democracy – Online Exclusive. 2024. URL: https://www.journalofdemocracy.org/online-exclusive/why-romania-justcanceled-its-presidential-election/

6. Cyfluence Research Center (CRC). (2025, March 17). The Romanian Presidential Elections 2024: Analysis of Information Operations and Long-term Influence Efforts. CRC URL: https://www.cyfluenceresearch.org/post/the-romanian-presidentialelections-2024-analysis-of-informationoperations-and-long-term-inf

7. Euronews (2024). Sondaj INSCOP pentru alegerile prezidențiale 2024: Mircea Geoană și Marcel Ciolacu, umăr la umăr în primul tur. Euronews România, September 19, 2025. URL: https://www.euronews.ro/articole/sondaj-inscop-alegeri-prezidentiale-2024-septembrie-mircea-geoana-si-marcel-ciolacu

8. Gabor E., Oancea M., Pripp V. Hybrid Warfare through Interference in Electoral Processes Using Advanced Technology and Its Impact on Global Security. Case Study: The 2024 Romanian Presidential Election. *In Proceedings of the International Conference on Business Excellence* 2025. Vol. 19, No. 1, pp. 1777–1797. Sciendo.

9. Gherghina S., Mișcoiu S. Faith in a new party: The involvement of the Romanian Orthodox Church in the 2020 election campaign. *Politics, Religion & Ideology*, 2022. 23(2), 226–242.

10. Gherghiță A. Rezultate finale BEC alegeri prezidențiale, turul 1. Călin Georgescu ocupă primul loc, Elena Lasconi rămâne pe doi. Libertatea, November 26, 2024. URL: https://www.libertatea.ro/stiri/rezultate-finale-alegeri-prezidentiale-turul-i-bec-romaniadiaspora-5097221

11. Grădinaru M. Trei tehnici care l-au impus pe Călin Georgescu pe TikTok, plus rețelele de rețele din rural: O încercare clandestină de a prelua puterea într-un stat NATO. SpotMedia. 2024. URL: https://spotmedia.ro/stiri/politica/trei-tehnici-care-l-au-impus-pe-calin-georgescu-pe-tiktok-plus-retelele-deretele-din-rural-o-incercare-clandestina-de-a-prelua-puterea-intr-un-stat-nato-interviu

12. Grigore Pop-Eleches. The perfect storm: political alienation, ideological resonance, and the role of influencers in the 2024 Romanian parliamentary elections, *East European Politics*, 2025. 41:3, 370–400.
13. Reuters. Romanian Protesters Demand Cancelled Presidential Election Should Go Ahead. 2025. URL: https://www.reuters.com/world/europe/romanian-protesters-demand-cancelled-presidentialelection-should-go-ahead-2025-01-12/
14. Roman M. Sondaj la comanda USR: Marcel Ciolacu conduce cu 24,5%, urmat de George Simion și Elena Lasconi cu 19%. Călin Georgescu, surpriza de pe locul patru, peste Mircea Geoană și Nicolae Ciucă. G4Media, November 22, 2024. URL: https://www.g4media.ro/sondaj-la-comanda-usr-marcel-ciolacu-conduce-cu-245-urmatde-george-simion-si-elena-lasconi-cu-19-calin-georgescu-surpriza-de-pe-locul-patrupeste-mircea-geoana-si-nicolae-ciuca.html
15. Šierka J. Stănoiu I. TikTok and the Rise of Călin Georgescu. VSquare. 2024. URL: https://vsquare.org
16. Simchon A., Edwards M., Lewandowsky S. The persuasive effects of political microtargeting in the age of generative artificial intelligence. *PNAS Nexus*, 2024. 3(2).
17. Stanescu G. C. Fake news, bots, and influencers: The impact of social media on Romania's 2024 elections. *Social Sciences and Education Research Review*, 2024. 11(2), 361–366.
18. Vacariu M. Manipulation and Disinformation in the 2024 Romanian Presidential Elections. *Redefining Community in Intercultural Context*, 2025. 12(1), 81–88.
19. VIGINUM. Probleme sistemice: Manipularea algoritmilor și instrumentalizarea influencerilor. 2025. Paris: SGDSN.
20. Zerback T., Töpfl F., Knöpfle M. The disconcerting potential of online disinformation: Persuasive effects of astroturfing comments and three strategies for inoculation against them. *New Media & Society*, 2020. 23(5), 1080–1098.

Дата надходження статті: 30.09.2025
Дата прийняття статті: 20.10.2025
Опубліковано: 04.12.2025