

<https://doi.org/10.53317/2786-4774-2026-1-7>  
УДК 32:355.02:004.738.5

**Ігор Цигвінцев,**

аспірант,  
Інститут політичних і етнонаціональних  
досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України,  
ORCID: 0009-0003-8554-4292  
ihordiss@gmail.com

## **Warwashing як інфлюенсерський механізм легітимації воєнної політики в умовах платформізованої публічної сфери**

У статті здійснюється політологічний аналіз трансформації механізмів легітимації воєнної політики в умовах платформізованої публічної сфери з фокусом на ролі інфлюенсерських та мережевих акторів. Спираючись на класичні теорії політичної легітимності та сучасні підходи до аналізу цифрової політичної комунікації, обґрунтовується теза про перерозподіл джерел суспільної підтримки війни від інституційних форм політичної влади до неінституційних, персоналізованих і мережевих режимів легітимації.

У роботі вводиться та концептуалізується поняття «*warwashing*» як аналітична категорія, що описує структурний ефект політичної дії інфлюенсерів у платформізованій публічній сфері. *Warwashing* розглядається не як форма пропаганди чи маніпуляції, а як сукупність повторюваних інфлюенсерських і мережевих комунікативних практик, через які війна конвертується в ресурс політичної легітимності та набуває статусу соціально зрозумілої, морально виправданої й політично самоочевидної реальності поза межами формалізованих процедур демократичної підзвітності.

Методологічну основу дослідження становить якісний політологічний підхід із використанням порівняльного кейс-стаді. Емпіричний аналіз ґрунтується на трьох типах кейсів, що репрезентують різні конфігурації інфлюенсерської легітимації війни: персоналізовані інфлюенсерські практики, децентралізовані мережеві спільноти та псевдожурналістські формати нормалізації конфлікту. Аналіз дозволяє показати, що інфлюенсери виступають авто-

---

Цитування: Цигвінцев І. *Warwashing* як інфлюенсерський механізм легітимації воєнної політики в умовах платформізованої публічної сфери. *Політичні дослідження*. № 1 (11). 2026. С. 131—150. <https://doi.org/10.53317/2786-4774-2026-1-7>

Стаття опублікована на умовах ліцензії із зазначенням авторства CC BY 4.0 DEED (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.en>)

номними політичними акторами, здатними виробляти альтернативні режими політичної легітимності незалежно від формальних інституцій.

Окрема увага приділяється впливу інфлюенсерських режимів легітимації на політичну соціалізацію покоління Z. Показано, що війна для молодіжних аудиторій дедалі частіше постає як елемент платформно опосередкованого досвіду, у межах якого політична участь реалізується через низькопорогові цифрові практики, персоналізовану довіру та символічну залученість. Отримані результати інтегруються в ширший дисертаційний контекст дослідження інфлюенсерів як акторів публічної політики в умовах війни.

**Ключові слова:** політична легітимність, воєнна політика, *warwashing*, інфлюенсери, платформізована публічна сфера, цифрова політична комунікація, політична соціалізація, покоління Z.

**Вступ.** Проблема легітимності належить до фундаментальних категорій політичної науки, оскільки саме вона визначає здатність політичної влади забезпечувати стабільність політичного порядку та відтворювати суспільну підтримку в умовах соціальних змін і конфліктів. Класичні підходи до аналізу легітимності розглядають її як поєднання нормативного визнання влади, ефективності політичних рішень і готовності громадян до політичної участі [Easton, 1979; Lipset, 1959; Weber, 2013]. У цьому контексті легітимність постає не як статична характеристика режиму, а як динамічний процес постійного відтворення довіри, підтримки та символічного визнання політичної влади.

В умовах війни питання легітимності набуває особливої гостроти. Воєнна політика передбачає концентрацію владних повноважень, розширення примусових механізмів і мобілізацію матеріальних та людських ресурсів, що потребує постійного суспільного схвалення. Політичні режими змушені не лише досягати воєнних результатів, а й підтримувати переконання громадян у виправданості обраного курсу, справедливості втрат і необхідності тривалого протистояння. Саме тому війна розглядається в політичній науці як критичний тест легітимності державної влади та політичних інститутів [Hetherington & Nelson, 2003; Mueller, 1970; Palomino, 2025].

Цифрова трансформація публічної сфери суттєво змінює умови формування та відтворення політичної легітимності. Соціальні платформи перестають бути лише каналами поширення інформації і дедалі більше функціонують як автономні простори політичної комунікації, у межах яких значного впливу набувають неінституційні актори, зокрема громадські активісти, блогери, інфлюенсери та мережеві спільноти [Bennett & Segerberg, 2014; Chadwick, 2017; van Dijck et al., 2018]. Унаслідок цього процеси легітимації політичних рішень і курсів дедалі частіше відбуваються поза межами формалізованих демократичних процедур та інституційних каналів підзвітності.

Особливо відчутними ці зрушення є серед молодіжних аудиторій. Дослідження політичної соціалізації засвідчують, що представники покоління Z формують свої політичні уявлення переважно через цифрові платформи, надаючи перевагу персоналізованим формам комунікації, мережевим спільнотам і неінституційним джерелам довіри [Bennett, 2012; Boulianne, 2019; Loader et al., 2014]. У воєнному контексті це означає, що підтримка війни та

воєнної політики дедалі частіше ґрунтується не на інституційних меседжах держави, а на медійно опосередкованих формах досвіду, символічної участі та мобілізації.

Таким чином, трансформація публічної сфери і зростання ролі соціальних платформ актуалізують необхідність переосмислення механізмів політичної легітимності війни з позицій сучасної політичної науки.

**Постановка проблеми.** Попри значний розвиток досліджень політичної легітимності, воєнної мобілізації та цифрової політичної комунікації, у політологічній літературі залишається недостатньо розробленим питання перерозподілу джерел легітимності воєнної політики в умовах платформізованої публічної сфери.

Традиційні політико-теоретичні моделі виходять з припущення, що легітимність війни формується переважно через інституційні механізми, зокрема рішення органів державної влади, офіційні комунікації, парламентський контроль і процедури демократичної відповідальності [Easton, 1979; Norris, 2011]. Водночас сучасні цифрові середовища створюють умови, за яких значна частина суспільної підтримки війни формується за участі неінституційних акторів, діяльність яких не підпадає під класичні форми політичної підзвітності та нормативного контролю. Наукова проблема полягає у відсутності концептуалізованого пояснення того, яким чином інфлюенсерські та мережеві практики у соціальних платформах можуть виконувати функцію легітимації воєнної політики і як це впливає на співвідношення між інституційними та неінституційними джерелами політичної підтримки, особливо серед молодіжних аудиторій.

Дослідницьке питання статті формуємо так: **яким чином у платформізованій публічній сфері за участі персоналізованих і мережевих неінституційних акторів формується легітимність воєнної політики держави та як це впливає на політичну соціалізацію покоління Z?**

**Метою** статті є політологічний аналіз трансформації механізмів легітимації воєнної політики в умовах платформізованої публічної сфери з фокусом на ролі інфлюенсерських і мережевих практик та молодіжних аудиторій покоління Z. Для досягнення цієї мети в роботі поставлено такі завдання: проаналізувати класичні та сучасні теоретичні підходи до розуміння політичної легітимності в умовах війни та кризового управління; визначити особливості впливу платформізованої публічної сфери на процеси політичної легітимації; окреслити роль інфлюенсерських і мережевих комунікативних практик у формуванні суспільної підтримки воєнної політики; дослідити специфіку політичної соціалізації покоління Z у контексті війни та цифрових платформ; запропонувати аналітичну рамку для дослідження неінституційних механізмів легітимації війни.

**Огляд стану наукової розробки проблеми.** Проблематика політичної легітимності в умовах війни має ґрунтовну теоретичну традицію у класичній політичній науці та водночас отримала нові інтерпретації у зв'язку з цифро-

вою трансформацією публічної сфери. Класичні підходи до легітимності пов'язані передусім із роботами М. Вебера, який визначав легітимність як віру у правомірність влади, незалежно від її нормативної оцінки, а також із подальшими концептуалізаціями, зокрема поділом Д. Істона на специфічну та дифузну підтримку політичної системи [Easton, 1979; Weber, 2013]. У цьому ж руслі С. Ліпсет пов'язував легітимність із ефективністю політичного управління, вказуючи, що демократичні режими можуть зберігати підтримку навіть за умов обмеження процедурної конкуренції, якщо вони забезпечують колективну безпеку та стабільність [Lipset, 1959].

Сучасні дослідження легітимності зміщують акцент від виключно процедурних критеріїв до аналізу продуктивності, результативності та символічних механізмів її відтворення. Так, М. Сачман розрізняє прагматичну, моральну та когнітивну легітимність, наголошуючи, що актори можуть цілеспрямовано управляти легітимністю через комунікативні та репрезентаційні практики, а не лише через інституційні процедури [Suchman, 1995]. У контексті воєнних криз ці підходи доповнюються концепціями «стану винятку», що дозволяють пояснити концентрацію влади і тимчасове обмеження демократичних норм як соціально прийнятні практики виживання [Schmitt, 2005].

Паралельно з цим розвивається корпус досліджень, присвячених впливу цифрових платформ на політичну комунікацію та легітимаційні процеси. Дослідники платформізації політики наголошують, що алгоритмічні режими видимості трансформують самі умови формування довіри, зміщуючи її від формальних інституцій до персоналізованих комунікаторів та мережевих ініціатив [Tufekci, 2017; van Dijck et al., 2018]. Зокрема, Х. ван Дейк і колеги показують, що платформи не є нейтральними каналами, а виступають активними архітекторами публічної сфери, визначаючи, які форми політичної дії та участі стають видимими і, відповідно, легітимними.

У дослідженнях воєнної комунікації додатково формується поняття «дифузної війни», у межах якої межі між фронтом, тилом, інформаційним простором і повсякденним життям стираються, а війна інтегрується у рутинні медіапрактики [Hoskins & O'Loughlin, 2010]. Саме в цьому контексті з'являються праці, які аналізують війну як культурно та медіа опосередковане явище, що потребує постійного символічного підтвердження своєї необхідності та неминучості.

Українські політологічні дослідження останніх років суттєво конкретизують проблему трансформації легітимності влади в умовах війни, зосереджуючись насамперед на неелекторальних механізмах суспільної підтримки та зміні підстав політичної довіри. У працях Н. Кононенко легітимність інтерпретується як динамічний процес, що в умовах воєнного стану переходить від первинної емоційної мобілізації до раціоналізованої «легітимації виживання», яка базується на здатності держави гарантувати безпеку, стабільність і соціальну справедливість [Кононенко, 2025b]. Авторка наголошує, що

блокування виборчих процедур актуалізує аналіз неелекторальних інструментів легітимації, водночас фіксуючи дисбаланс між домінуванням результативно-прагматичних механізмів підтримки та недовикористанням комунікативних і нормативних форм підзвітності та відкритого діалогу [Кононенко, 2024; Кононенко, 2025a].

Подібної позиції дотримується В. Перевезій, який розглядає проблему «протермінованої» електоральної легітимації парламенту та обґрунтовує необхідність підтвердження його повноважень через правові, функціональні та комунікаційні аргументи в умовах неможливості проведення виборів [Перевезій, 2023; Перевезій, 2024]. У ширшому інституційному вимірі Г. Зеленько демонструє тісний зв'язок між інституційною спроможністю та легітимністю, показуючи, що дефіцит довіри у воєнний період безпосередньо трансформується у невиконання державних рішень і підриває здатність влади реалізовувати функції мобілізації та управління [Зеленько, 2025].

Водночас О. Білоцерківська пропонує концептуальне осмислення війни як лімінального стану, у межах якого відбувається поява нових суб'єктів легітимності та формується феномен «екзистенційної легітимності», заснованої на здатності до виживання, захисту й ефективного реагування на загрози [Білоцерківська, 2025]. У цій логіці ключовими носіями легітимності виступають Збройні Сили України, волонтерські рухи та органи місцевого самоврядування, тоді як класичні процедурні та представницькі механізми відходять на другий план. Сукупно ці дослідження фіксують зсув від електорально-процедурних до функціональних, моральних і результативних джерел легітимності, однак переважно зосереджуються на інституційному рівні аналізу та залишають поза увагою роль неінституційних медійних акторів і платформно опосередкованих комунікативних практик у відтворенні підтримки війни.

Водночас наявні дослідження переважно фокусуються на інституційному рівні легітимності або на макрополітичних трансформаціях і значно менше уваги приділяють ролі неінституційних акторів та платформно-опосередкованих практик у процесі легітимації війни. Західні дослідження феноменів *greenwashing*, *sportswashing* та *reputation laundering* пропонують аналітичні рамки для аналізу символічного «очищення» або нормалізації суперечливих практик через медіа та репутаційні стратегії [Cooley et al., 2018; Grix et al., 2019]. Однак застосування цієї логіки до війни як соціально і політично прийнятної реальності в умовах платформізованої публічної сфери залишається недостатньо концептуалізованим.

Таким чином, попри наявність ґрунтовних досліджень легітимності влади в Україні під час війни та розвинених теорій платформної комунікації, у науковому полі досі бракує аналітичних інструментів для системного опису того, як війна легітимується через неінституційні або напівінституційні комунікативні практики цифрових платформ. Саме цю прогалину і покликана заповнити концепція *warwashing*, запропонована в цій статті.

**Warwashing як аналітичне поняття політичної науки.** У сучасних соціальних і політичних науках термінологічні конструкції з суфіксом — *washing* використовуються для опису комунікативних і репутаційних практик, спрямованих на формування уявлення про нормативну відповідність певних дій або акторів домінуючим цінностям без обов'язкового структурного підтвердження такої відповідності. Найбільш розробленим у науковій літературі є поняття «*greenwashing*», яке застосовується для аналізу розриву між екологічною риторикою та реальними виробничими або управлінськими практиками організацій [Delmas & Burbano, 2011; Lyon & Montgomery, 2015]. Подібна аналітична логіка використовується також у дослідженнях *sportswashing* і *reputation laundering*, де увага зосереджується на символічному перетворенні контроверсійної політичної діяльності на соціально прийнятну через масові комунікації та публічні образи [Grix et al., 2019].

Водночас застосування цієї концептуальної рамки до аналізу війни як політичного феномену досі залишається обмеженим. У більшості досліджень воєнної комунікації війна розглядається або в категоріях пропаганди та дезінформації, або як елемент стратегічних нарративів держав і міжнародних акторів. Такий підхід, хоча й важливий, не дозволяє повною мірою пояснити механізми, через які війна набуває статусу політично легітимованої та соціально самоочевидної реальності в умовах платформізованої публічної сфери.

У межах цієї статті поняття *warwashing* вводиться як аналітичний інструмент для опису специфічного механізму символічної легітимації війни у цифровому середовищі. *Warwashing* визначається як процес перетворення війни на ресурс політичної легітимності через повторювані платформенно опосередковані комунікативні практики, внаслідок яких підтримка воєнної політики формується і стабілізується поза межами формалізованих інституційних процедур демократичної підзвітності.

На відміну від класичних трактувань — *washing* як виключно маніпулятивної або оманливої практики, *warwashing* у запропонованій інтерпретації не ототожнюється з фальсифікацією, імітацією чи запереченням реальності війни. Йдеться не про «підміну» війни символами, а про зміну джерел і логіки її легітимації. Навіть реальні, результативні та соціально значущі практики воєнної мобілізації можуть виконувати функцію *warwashing* у тому випадку, якщо вони стають самодостатнім джерелом політичного схвалення, відокремленим від інституційних механізмів ухвалення рішень і контролю.

Такий підхід концептуально наближає *warwashing* до інституціональних теорій легітимності. У термінах М. Сачмана *warwashing* можна розглядати як механізм одночасного відтворення прагматичної, моральної та когнітивної легітимності, де ефективність, ціннісне схвалення і сприйняття війни як «самоочевидної» взаємно підсилюють одна одну через цифрову комунікацію [Suchman, 1995]. Особливістю *warwashing* є те, що ці виміри легітимності формуються не лише через державні інститути, а через персоналізованих або мережевих акторів, які набувають політичної значущості завдяки платформній видимості та довірі аудиторій.

Важливо також відмежувати *warwashing* від суміжних понять. Це поняття не є тотожним пропаганді, оскільки не передбачає централізованого контролю над інформаційними потоками з боку держави або інших ієрархічних акторів. Воно не зводиться до громадянської журналістики, оскільки його ефект полягає не лише в інформуванні, а у виробленні стійких рамок політичного схвалення. *Warwashing* також відрізняється від політичного піару, оскільки може виникати без чіткого замовника, стратегічного центру або свідомо сформульованої комунікаційної мети.

Таким чином, *warwashing* описує структурний ефект платформізованої публічної сфери, у межах якої війна інкорпорується у повсякденні цифрові практики і поступово набуває статусу нормативно виправданого та політично легітимного стану. Це дозволяє поєднати класичні теорії політичної легітимності з сучасними дослідженнями цифрової комунікації та створює аналітичну основу для подальшого емпіричного аналізу.

**Методологічна рамка дослідження.** Ми спираємося на якісний політологічний підхід, орієнтований на виявлення структурних механізмів політичної легітимації в умовах війни та цифрової трансформації публічної сфери. З огляду на характер дослідницького питання і концептуальну новизну поняття «*warwashing*», ми свідомо не застосовуємо кількісні методи на цьому етапі аналізу, оскільки вони не дозволяють адекватно зафіксувати складні символічні та комунікативні процеси, що мають політичні наслідки. Натомість ми поєднуємо концептуальний аналіз і порівняльне кейс-стаді, що дає змогу виявити механізми легітимації, які не завжди піддаються формалізованій операціоналізації, але відіграють істотну роль у трансформації політичної підтримки [George & Bennett, 2005].

Ми вибудовуємо дослідження в логіці пояснювального якісного аналізу, зосереджуючи увагу не на індивідуальних мотивах окремих акторів, а на повторюваних комунікативних практиках і їхньому сукупному легітимаційному ефекті. *Warwashing* ми розглядаємо як структурний феномен платформізованої публічної сфери, а не як стратегічний намір або свідому маніпуляцію з боку конкретних осіб чи спільнот. Такий підхід дозволяє нам уникнути нормативних і моралізаторських інтерпретацій та зосередитися на політично значущих наслідках цифрової комунікації.

У своїй аналітичній рамці ми спираємося на багатовимірне розуміння політичної легітимності. Ми використовуємо типологію, що поєднує прагматичний, моральний і когнітивний виміри легітимності, запропоновані М. Сучменом в інституціональній теорії організацій та політичних процесів [Suchman, 1995]. Прагматичну легітимність ми інтерпретуємо як сприйняття ефективності воєнної політики та конкретних результатів мобілізаційних зусиль. Моральну легітимність ми пов'язуємо з ціннісним схваленням війни, її цілей і жертв. Когнітивну легітимність ми розуміємо як сприйняття війни як зрозумілої, неминучої та політично самоочевидної реальності.

У межах цієї рамки ми аналізуємо *warwashing* як механізм, що може одночасно активувати всі три виміри легітимності, але в різних пропорціях за-

лежно від типу акторів, форматів комунікації та особливостей платформної взаємодії. Саме тому ми обираємо порівняльний дизайн дослідження і включаємо до аналізу кілька кейсів, які репрезентують різні конфігурації платформної легітимації війни.

Відбір кейсів ми здійснюємо за принципом цілеспрямованої вибірки, характерної для якісних досліджень. Ми не прагнемо статистичної репрезентативності, натомість орієнтуємося на аналітичну насиченість і здатність кейсів продемонструвати структурні риси *warwashing*. До дослідження ми включаємо кейси, які відповідають таким критеріям: по-перше, на момент формування медійного впливу актор або спільнота діють поза межами формальних державних інститутів; по-друге, вони мають стійку і тривалу присутність у цифрових платформах упродовж воєнного періоду; по-третє, ми фіксуємо виразний мобілізаційний або легітимаційний ефект їхньої діяльності в публічному просторі; по-четверте, комунікація орієнтована на масові або молодіжні аудиторії; по-п'яте, діяльність має політично значущі наслідки, що виходять за межі суто медійної взаємодії.

Ми окремо наголошуємо, що кейс-стаді в цій статті не виконують ілюстративної функції і не використовуються для порівняння нормативної або моральної «правильності» позицій акторів. Ми порівнюємо механізми легітимації, а не політичні цілі або ідеологічні переконання. Саме тому ми свідомо включаємо до аналізу як проукраїнські, так і проросійські кейси, щоб перевірити універсальність *warwashing* як аналітичної категорії, незалежно від політичної орієнтації комунікації.

Ми також чітко окреслюємо обмеження нашого дослідження. По-перше, якісний характер аналізу не дозволяє нам здійснювати кількісні узагальнення щодо масштабів впливу *warwashing* на громадську думку. По-друге, ми працюємо з відкритими публічними матеріалами і не аналізуємо безпосередньо алгоритмічні механізми платформ. По-третє, наші висновки мають аналітичний, а не прогностичний характер. Водночас ми вважаємо ці обмеження методологічно виправданими, оскільки метою статті є концептуалізація політично значущого механізму, а не статистичне вимірювання окремих параметрів.

**Логіка відбору кейсів і їх аналітична типологія.** Відбір емпіричних кейсів підпорядковується завданню виявлення різних конфігурацій *warwashing* як структурного механізму політичної легітимації війни у платформізованій публічній сфері. Кейс-стаді використовуються не для опису окремих унікальних випадків, а для аналітичної типологізації повторюваних форм легітимації, що виникають у цифровому середовищі за різних умов і з різною політичною орієнтацією.

Обрані кейси формують теоретично обґрунтовану тріаду, яка дозволяє простежити варіативність *warwashing* залежно від типу актора, комунікативного формату та характеру аудиторної взаємодії. У цій логіці кейси не протиставляються за нормативними критеріями, а співвідносяться як різні аналітичні типи одного й того ж процесу.

Перший кейс репрезентує персоналізовану конфігурацію *warwashing*, у межах якої джерелом легітимації виступає окремий публічний актор з високим рівнем персональної довіри та стабільною медійною присутністю. У такій конфігурації легітимація воєнної політики концентрується навколо індивідуального авторитету, який формується через повторювані мобілізаційні практики, публічну звітність і безпосередню апеляцію до аудиторії. Персоналізована форма *warwashing* дозволяє простежити механізми конверсії символічного капіталу у політичну значущість і, в окремих випадках, в інституційне визнання.

Другий кейс репрезентує мережеву конфігурацію *warwashing*, де відсутній єдиний центр впливу або персоніфікований суб'єкт легітимації. У цьому випадку легітимаційний ефект формується через горизонтальні, децентралізовані практики участі, меметичну комунікацію та повторювані символічні коди, що циркулюють у цифрових платформах. Війна набуває когнітивної та моральної очевидності не через довіру до окремої особи, а через колективне відтворення простих і впізнаваних наративів. Така конфігурація дозволяє проаналізувати *warwashing* як розподілений ефект платформної взаємодії, що не потребує формальної організації або лідерства.

Третій кейс репрезентує нормалізуючу конфігурацію *warwashing*, реалізовану через псевдожурналістські або квазіекспертні формати комунікації. У цьому варіанті війна легітимується через створення ефекту безпосередньої присутності та деполітизацію конфлікту. Основна увага зосереджується на локальних подіях, гуманітарних сюжетах або приватних історіях, що поступово витісняють структурний аналіз причин і відповідальності. Легітимність формується через моральну нормалізацію та когнітивне зивкання до війни як до фону повсякденного життя.

Разом ці три кейси дозволяють розглянути *warwashing* як універсальний механізм платформної політики, здатний функціонувати за різних політичних умов і незалежно від ідеологічної спрямованості комунікації. Аналітична цінність такої типології полягає в тому, що вона виявляє не унікальність окремих акторів, а структурні умови, за яких війна перетворюється на стабілізований ресурс політичної легітимності поза межами класичних інституційних процедур.

### **Емпіричний аналіз: кейс Сергія Стерненка**

**Загальна характеристика кейсу.** С. Стерненко є публічним медійним актором і громадським активістом, чия комунікаційна діяльність у цифрових платформах набула особливої політичної значущості після початку повномасштабної війни Росії проти України. Його присутність у соціальних мережах поєднує інформування про хід бойових дій, нормативне оцінювання політичних рішень та масові мобілізаційні ініціативи, насамперед у формі фандрейзингових кампаній на потреби Збройних сил України.

На момент формування основного медійного впливу С. Стерненко не обіймав формальних державних посад і не представляв жодну інституціоналізовану політичну організацію. Це дозволяє розглядати його як типовий приклад неінституційного актора, чия політична значущість формується переважно через платформну видимість, персональну довіру та безпосередню взаємодію з аудиторією. У цьому сенсі кейс С. Стерненка є релевантним для аналізу персоналізованої конфігурації *warwashing*.

Аналітична цінність цього кейса полягає також у наявності чітко фіксованих політичних наслідків медійної діяльності. Комунікативні практики С. Стерненка не обмежуються символічним схваленням війни, а супроводжуються матеріально вимірюваними результатами, що створює можливість простежити зв'язок між символічною легітимацією та інституційною взаємодією.

**Комунікативні практики та мобілізаційна логіка.** Комунікація С. Стерненка у платформізованій публічній сфері характеризується поєднанням персоналізованого стилю, прямої апеляції до аудиторії та чітко структурованої мобілізаційної логіки. Повідомлення подаються у формі коротких, емоційно насичених звернень, які водночас містять однозначні політичні інтерпретації подій і конкретні пропозиції дії. Типовим елементом такої комунікації є фандрейзинговий заклик, прив'язаний до актуальних воєнних потреб.

Характерною особливістю цих практик є повторюваний комунікативний цикл, що складається з пояснення ситуації, нормативного оцінювання, мобілізаційного звернення та публічного звітування про досягнутий результат. Така структура створює у аудиторії відчуття безпосередньої причетності до воєнних зусиль і скорочує дистанцію між індивідуальною дією та макрополітичними процесами.

З погляду політичної участі, ці практики переводять підтримку війни у формат низькопорогових дій, які не потребують інституційного посередництва або колективних процедур деліберації. Участь у воєнній мобілізації реалізується через фінансовий внесок, поширення інформації або символічну солідарність, що відповідає логіці платформної персоналізації політики, описаної у сучасних дослідженнях цифрової комунікації.

**Warwashing як механізм легітимації у персоналізованій конфігурації.** У межах запропонованої аналітичної рамки *warwashing* у кейсі С. Стерненка проявляється як процес символічної конверсії війни у ресурс персоналізованої політичної легітимності. Йдеться не про імітацію або фальсифікацію воєнних практик, а про спосіб їхнього комунікативного структурування, за якого підтримка війни стає самодостатнім джерелом політичного схвалення.

Прагматичний вимір легітимності формується через демонстрацію вимірюваних результатів мобілізації, зокрема сум зібраних коштів, закупленого обладнання та реалізованих проєктів. Ці результати регулярно репрезентуються у публічному просторі як підтвердження ефективності запропонованої моделі дії. Моральний вимір легітимності підтримується через чітке

ціннісне позиціонування, апеляцію до відповідальності, справедливості та колективного обов'язку. Когнітивний вимір забезпечується повторюваністю інтерпретацій, у межах яких війна постає як політично однозначна і не така, що потребує додаткового обґрунтування.

У результаті ці виміри легітимності концентруються навколо конкретно медійного актора, а не навколо формальних державних інститутів. *Warwashing* у цій конфігурації означає перерозподіл джерел легітимації, за якого довіра до персоналізованого комунікатора частково заміщує інституційні механізми політичного схвалення.

**Інституційні наслідки та перерозподіл політичної підтримки.** Ключовим індикатором політичного ефекту персоналізованого *warwashing* у цьому кейсі є інституціоналізація неінституційно виробленої легітимності. Залучення С. Стерненка до роботи як радника міністра оборони України М. Федорова можна розглядати як форму формального визнання мобілізаційного та символічного капіталу, сформованого у платформізованій публічній сфері.

Цей епізод ілюструє можливість конверсії персоналізованої медійної легітимності у елемент виконавчих владних структур. У такій конфігурації *warwashing* набуває інституційного продовження, демонструючи, що символічний капітал, сформований поза межами партійної або адміністративної кар'єри, може бути інтегрований у державні механізми ухвалення рішень.

Водночас цей процес ставить питання про зміну умов демократичної підзвітності. Легітимність, вироблена через платформні комунікативні практики, не підпадає під класичні механізми політичного контролю, що зумовлює напруження між ефективністю мобілізації та інституційною відповідальністю.

Аналіз кейсу С. Стерненка дозволяє дійти висновку, що у воєнних умовах персоналізовані інфлюенсерські практики здатні формувати самодостатні режими легітимації воєнної політики. *Warwashing* у цій конфігурації функціонує як механізм перерозподілу політичної підтримки від формальних інституцій до медійних акторів, чия довіра ґрунтується на повторюваних мобілізаційних практиках і безпосередній взаємодії з аудиторією. Цей кейс демонструє, що платформізована публічна сфера створює умови, за яких війна легітимується не лише через державні рішення, а через персоналізовані форми участі і схвалення, що має довгострокові наслідки для політичної підзвітності та структури демократичної підтримки.

## **Мережевий кейс NAFO**

**Загальна характеристика мережевого кейса.** NAFO, або *North Atlantic Fella Organization*, є децентралізованою мережею цифрових учасників, що сформувалася у соціальних платформах у період повномасштабної війни Росії проти України. На відміну від персоналізованих інфлюенсерських кейсів, NAFO не має формалізованої організаційної структури, єдиного центру ухвалення рішень або офіційного представництва. Її діяльність ґрунтується на го-

ризонтальній самоорганізації, повторюваних практиках символічної участі та використанні меметичних форматів комунікації.

Саме відсутність чіткого суб'єкта політичного представництва робить цей кейс аналітично важливим. NAFO дозволяє простежити, яким чином легітимація війни може здійснюватися без персоналізації авторитету і без прямої прив'язаності до державних або квазідержавних акторів. У цьому сенсі кейс репрезентує мережеву конфігурацію *warwashing*, у якій легітимаційний ефект виникає як розподілений результат колективної цифрової активності.

Аналітична релевантність кейса полягає також у його транскордонному характері. Учасники NAFO походять з різних національних контекстів, що дозволяє розглядати цю спільноту як приклад транснаціональної платформної мобілізації, де підтримка війни формується поза межами національних політичних інститутів і класичних каналів політичної відповідальності.

**Меметичні практики та логіка платформної участі.** Комунікаційна діяльність NAFO базується передусім на мемах, іронічних зображеннях, повторюваних візуальних шаблонах та коротких текстових формулах, що легко адаптуються до різних платформ. Меметична форма забезпечує швидке поширення контенту, знижує когнітивний поріг для долучення і сприяє формуванню відчуття належності до спільноти без потреби в ідеологічній соціалізації або глибокій експертизі.

Політична значущість таких практик полягає у поєднанні розважального і нормативного вимірів. Меметичні повідомлення одночасно виконують функцію ідентифікації, маркування «свого» і «чужого» та нормалізації певної позиції щодо війни. Підтримка України артикулюється у формі простих символічних опозицій, які легко відтворюються та тиражуються, що сприяє стабілізації моральних і когнітивних рамок сприйняття війни.

У цьому контексті війна інтегрується у повсякденні цифрові практики як елемент культурного обміну та мережевої взаємодії. Політична участь редукується до актів поширення, реміксу і символічної солідарності, які не потребують координації з інституційними суб'єктами або формалізованих процедур ухвалення рішень.

**Warwashing як децентралізована когнітивна легітимація.** У межах цього кейса *warwashing* проявляється насамперед у формі когнітивної легітимації війни. Повторюваність меметичних наративів, їхня візуальна стандартизація та постійна циркуляція у платформних стрічках формують сприйняття війни як політично однозначної та морально виправданої реальності. Війна постає як самозрозумілий стан, що не потребує складного пояснення або інституційного обґрунтування.

На відміну від персоналізованого *warwashing*, де легітимність концентрується навколо довіри до конкретного актора, у мережевому випадку легітимація розподіляється між учасниками спільноти. Підтримка війни формується як колективний ефект повторюваних символічних дій, а не як результат авторитетного посередництва. Така конфігурація посилює відчуття

горизонтальної рівності учасників і водночас зменшує роль інституційних механізмів контролю й підзвітності.

*Warwashing* у цьому варіанті не потребує демонстрації ефективності конкретних воєнних або мобілізаційних дій. Його сила полягає у стабілізації рамки сприйняття війни, в якій альтернативні інтерпретації поступово маргіналізуються через іронізацію, висміювання або символічне виключення з мережевої спільноти.

**Політичний ефект і межі відповідальності.** Політичний ефект діяльності NAFO полягає у формуванні стійкого символічного середовища підтримки війни, яке функціонує незалежно від державних комунікаційних стратегій. Мережа не підпадає під класичні механізми демократичної підзвітності і не має чітко окреслених суб'єктів відповідальності. Водночас саме ця неформальність забезпечує її високу адаптивність, швидкість реакції та здатність до масштабування.

У межах цієї конфігурації відповідальність заміщується внутрішніми нормами мережевої спільноти. Схвалення або несхвалення позицій визначається логікою платформної взаємодії, а не публічною політичною деліберацією. У результаті підтримка війни перетворюється на форму культурної належності, що існує паралельно до інституційної політики.

Мережевий кейс NAFO демонструє, що *warwashing* може реалізовуватися без персоніфікації авторитету і без прямого зв'язку з інституційними структурами. У цій конфігурації війна легітимується як когнітивно очевидний і морально зрозумілий стан через повторювані символічні практики та метичну комунікацію.

Порівняно з персоналізованим кейсом С. Стерненка, NAFO репрезентує інший полюс *warwashing*, де ключову роль відіграють децентралізовані мережеві ефекти. Разом ці кейси дають змогу простежити, як платформізована публічна сфера створює множинні режими легітимації війни, що функціонують поза класичними інституційними процедурами.

## **Нормалізуючий кейс Патріка Ланкастера (Patrick Lancaster)**

**Загальна характеристика кейса та його аналітична релевантність.** П. Ланкастер є медійним актором, який позиціонує себе як незалежний журналіст і воєнний репортер, що працює безпосередньо в зоні збройного конфлікту на тимчасово окупованих територіях України. Його контент систематично поширюється через цифрові платформи і орієнтується на аудиторії, критично налаштовані до офіційних українських та західних інтерпретацій війни. Водночас П. Ланкастер не виконує функцій офіційного представника російських державних структур, що дозволяє розглядати цей кейс як приклад неінституційної, але політично значущої легітимаційної практики.

Аналітична цінність цього кейса полягає у можливості простежити *warwashing* поза рамками проукраїнської мобілізації. Наявність протилеж-

ної політичної орієнтації дає змогу виявити універсальні механізми легітимації війни, не прив'язані до конкретного морального або ідеологічного змісту. Кейс П. Ланкастера дає змогу відокремити нормативну оцінку війни від аналізу структурних процесів, через які війна стає соціально прийнятною і політично нормалізованою.

**Формати комунікації та ефект безпосередньої присутності.** Комунікативна стратегія П. Ланкастера ґрунтується на створенні ефекту безпосередньої присутності в зоні конфлікту. Відеоматеріали подаються у форматі неструктурованих репортажів, інтерв'ю з місцевими мешканцями та спостережень за повсякденними подіями без виразних аналітичних рамок або контекстуалізації. Такий формат створює враження неконтрольованого доступу до «реальної» війни та підсилює довіру з боку частини аудиторії.

Характерною рисою цих практик є редукція політичного контексту. Війна репрезентується як сукупність локальних гуманітарних ситуацій, побутових труднощів і фрагментованих епізодів, що існують поза ширшими структурами відповідальності, міжнародного права або державного суверенітету. Як наслідок, конфлікт втрачає характер політичної події і набуває рис фонові соціальної реальності.

**Warwashing як моральна і когнітивна нормалізація війни.** У межах цього кейса *warwashing* проявляється у формі поступової моральної та когнітивної нормалізації війни. Відсутність відкрито пропагандистської риторики поєднується з послідовним представленням війни як звичного і неминучого стану. Повторювані образи зруйнованих міст, звичайного життя в умовах окупації і локальних історій страждання створюють ефект звикання, за якого війна перестає сприйматися як виняткова політична криза.

Моральний вимір легітимності у цьому випадку формується через апеляцію до співчуття та емпатії, що заміщують аналіз причин і відповідальності. Когнітивна легітимність забезпечується через повторюваність форматів і наративів, які зводять війну до набору впізнаваних сценаріїв, не потребуючи складної політичної інтерпретації. Таким чином, *warwashing* у цьому варіанті не мобілізує аудиторію до дії, а стабілізує сприйняття війни як нормалізованого стану речей.

**Політичні наслідки та асиметрія підзвітності.** Політичний ефект діяльності П. Ланкастера полягає у формуванні альтернативного легітимаційного простору, в якому війна репрезентується поза інституційними рамками відповідальності. Аудиторія залучається до сприйняття конфлікту через форму персонального «свідчення», яке не підлягає процедурній перевірці і не пов'язане з демократичними механізмами підзвітності.

Ця конфігурація *warwashing* характеризується максимальною асиметрією відповідальності. Медійний актор не несе публічної політичної відповідальності за наслідки своєї комунікації, тоді як вплив на формування громадської думки може бути значним. Як наслідок, війна легітимується не через рішення або дії політичних інститутів, а через поступове звикання до її символічної присутності у цифровому просторі.

Нормалізуючий кейс П. Ланкастера демонструє, що *warwashing* може функціонувати як механізм легітимації війни навіть без активної мобілізації або відкритого ідеологічного позиціонування. Його ключовою характеристикою є деполітизація війни через ефект присутності та фрагментацію політичного контексту.

У поєднанні з персоналізованим і мережевим кейсами цей приклад підтверджує, що *warwashing* є універсальним механізмом платформізованої публічної сфери, здатним реалізовуватися через різні комунікативні конфігурації і з різними політичними наслідками.

Порівняння цих кейсів дозволяє виокремити кілька спільних рис *warwashing* як платформного механізму. По-перше, у всіх випадках легітимація війни відбувається поза межами формалізованих демократичних процедур і не пов'язується безпосередньо з рішеннями представницьких інституцій. По-друге, ключову роль відіграють повторювані комунікативні формати, що забезпечують стабільність інтерпретацій і скорочують простір для альтернативних наративів. По-третє, платформна логіка видимості й алгоритмічного підсилення сприяє перетворенню війни на постійно присутній і культурно впізнаваний об'єкт публічної уваги.

Водночас між кейсами простежуються істотні відмінності у конфігураціях *warwashing*. Персоналізована форма спирається на індивідуальний авторитет і дає змогу порівняно легко простежити трансформацію символічної легітимності в інституційну. Мережевий варіант функціонує як децентралізований ефект без чіткої відповідальності та без можливості прямої інституціалізації. Нормалізуюча конфігурація, своєю чергою, демонструє найбільш радикальний розрив між війною і політичною відповідальністю, оскільки підтримка замінюється звиканням і моральною адаптацією.

Таким чином, порівняльне обговорення підтверджує доцільність розгляду *warwashing* як аналітичної категорії, що дозволяє описати різні режими легітимації війни у платформізованій публічній сфері. Різноспрямованість і політична несумісність кейсів не нівелюють, а навпаки підкреслюють структурний характер цього механізму, який проявляється незалежно від ідеологічних позицій акторів і конкретного змісту комунікації.

**Висновки.** Проведений аналіз дає змогу концептуально осмислити трансформацію механізмів політичної легітимності війни в умовах платформізованої публічної сфери та відповісти на поставлене дослідницьке питання щодо ролі інфлюенсерських і мережевих практик у формуванні суспільної підтримки воєнної політики, зокрема серед покоління Z.

Звернення до класичних і сучасних теоретичних підходів до політичної легітимності в умовах війни та кризового управління показує, що легітимність воєнної політики традиційно ґрунтувалася на поєднанні нормативного визнання, інституційної ефективності та процедур демократичної підзвітності. Водночас у цифрово трансформованих суспільствах ці механізми доповнюються й частково витісняються позаінституційними джерелами

політичної підтримки, які не вписуються у класичні моделі представницької демократії та формалізованого контролю.

Аналіз впливу платформізованої публічної сфери дозволяє стверджувати, що соціальні платформи не лише змінюють канали політичної комунікації, а й модифікують саму логіку легітимації війни. У гібридних медіасистемах суспільне схвалення воєнної політики дедалі частіше формується через повторювані, персоналізовані або мережеві комунікативні практики, які функціонують паралельно до інституційних процедур ухвалення й обґрунтування політичних рішень.

Емпіричний аналіз інфлюенсерських і мережевих кейсів засвідчує, що неінституційні актори здатні виробляти стійкі режими політичної легітимності війни. У персоналізованих конфігураціях підтримка воєнної політики концентрується навколо медійного авторитету окремого актора та його мобілізаційних практик, що може призводити до подальшої інституціоналізації такого символічного капіталу. У мережевих конфігураціях легітимаційний ефект виникає як колективний результат повторюваних меметичних і символічних дій, які забезпечують когнітивну та моральну очевидність війни без наявності централізованого суб'єкта відповідальності. Псевдожурналістські практики демонструють інший полюс цього процесу, нормалізуючи війну через деполітизацію та ефект безпосереднього свідчення.

Дослідження специфіки політичної соціалізації покоління Z у воєнному цифровому контексті показує, що для цієї когорти війна постає переважно як елемент медійно опосередкованого досвіду, у межах якого політична участь реалізується через низькопорогові цифрові дії та персоналізовану довіру. Така модель залучення сприяє широкій мобілізації, але водночас зменшує значення інституційних механізмів деліберації, представництва й контролю, що має довгострокові наслідки для демократичної культури після завершення війни.

Запропонована в статті аналітична рамка *warwashing* дозволяє інтегрувати ці спостереження в єдине політологічне пояснення. *Warwashing* концептуалізується як структурний ефект платформізованої публічної сфери, у межах якого війна конвертується в ресурс політичної легітимності через повторювані символічні та комунікативні практики, незалежно від ідеологічної орієнтації акторів. Такий підхід не підмінює класичні теорії політичної легітимності, а розширює їх, фіксуючи зсув від інституційно закріплених форм демократичної підзвітності до платформно опосередкованих режимів політичного схвалення, що набувають особливої ваги в умовах війни.

**Перспективи подальших досліджень.** Перспективи подальших досліджень пов'язані передусім із поглибленням емпіричної верифікації запропонованої аналітичної рамки. Доцільним є проведення кількісних досліджень, спрямованих на вимірювання впливу неінституційних платформних практик легітимації війни на рівень довіри до політичних інститутів і готовність до різних форм політичної участі серед різних вікових груп.

Окремий напрям становить порівняльний аналіз *warwashing* у різних політичних режимах і національних контекстах, що дозволить визначити, які елементи цього механізму є універсальними для платформізованої публічної сфери, а які залежать від інституційної архітектури та політичної культури.

Перспективним також є дослідження взаємодії між неінституційними режимами легітимації та формальними державними комунікаційними стратегіями у тривалих воєнних конфліктах, зокрема з огляду на їхній вплив на демократичну підзвітність у післявоєнний період.

#### БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ

- Білоцерківська, О. М. (2025). Легітимність та лімінальний стан: виклики для інститутів публічної влади в умовах війни. *Політикус*, 1, 32—39. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-1.5>
- Зеленько, Г. І. (2025). «Пастки спроможності» Української держави або як сформувати ефективну систему стримувань і противаг. У Г. І. Зеленько (Ред.). *Інституційна (не)спроможність держави в Україні: як розірвати замкнене коло: монографія* (с. 386—409). Київ: ІПіЕнд ім. І. Ф. Кураса НАН України.
- Кононенко, Н. (2024). Партиципативні інструменти легітимації в умовах правового режиму воєнного стану. *Науковий часопис УДУ імені Михайла Драгоманова. Серія 22. Політичні науки та методика викладання соціально-політичних дисциплін*, 22(35), 21—30. <https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series22.2024.35.03>
- Кононенко, Н. (2025a). Інституційні механізми легітимації влади в умовах повномасштабної війни. *Український політико-правовий дискурс*, 16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17600359>
- Кононенко, Н. (2025b). Між мобілізацією та довірою: трансформація легітимації влади в Україні під час війни. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Питання Політології»*, 48, 7—15. <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2025-48-01>
- Перевезій, В. О. (2023). Проблема інституційної спроможності парламенту під час війни. В О. О. Рафальський, & О. М. Майборода (Ред.). *Адаптивні зміни політичного поля України в умовах війни: монографія* (с. 40—79). ІПіЕнд ім. І. Ф. Кураса НАН України.
- Перевезій, В. О. (2024). Оптимізація парламентської моделі: неелекторальна легітимація Верховної Ради України під час війни і в повоєнний період. В О. О. Рафальський, & О. М. Майборода (Ред.). *Адаптивні зміни у функціонуванні політичної системи України в умовах повоєнної відбудови: монографія* (с. 41—74). ІПіЕнд ім. І. Ф. Кураса НАН України.
- Bennett, W. L. (2012). The Personalization of Politics. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20—39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2014). *The Logic of Connective Action*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- Boulianne, S. (2019). Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, Communication & Society*, 22(1), 39—54. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1353641>
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System*. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>
- Cooley, A., Heathershaw, J., & Sharman, J. C. (2018). Laundering Cash, White Washing Reputations. *Journal of Democracy*, 29(1), 39—53. <https://doi.org/10.1353/jod.2018.0003>
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64—87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>

- Easton, D. (1979). *A systems analysis of political life*. Phoenix book. University of Chicago Press.
- George, A. L., & Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. *BCSIA studies in international security*. MIT Press.
- Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). Sports Mega-Events and the Concept of Soft Power. In J. Grix, P. M. Brannagan, & D. Lee (Eds.). *Entering the Global Arena* (p. 23—36). Springer Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-13-7952-9\\_3](https://doi.org/10.1007/978-981-13-7952-9_3)
- Hetherington, M. J., & Nelson, M. (2003). Anatomy of a Rally Effect: George W. Bush and the War on Terrorism. *Political Science and Politics*, 36(1), 37—42. <https://doi.org/10.1017/S1049096503001665>
- Hoskins, A., & O'Loughlin, B. (2010). *War and media: The emergence of diffused war*. Polity Press.
- Lipset, S. M. (1959). Some Social Requisites of Democracy: Economic Development and Political Legitimacy. *American Political Science Review*, 53(1), 69—105. <https://doi.org/10.2307/1951731>
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2014). The networked young citizen: social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17(2), 143—150. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871571>
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The Means and End of Greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223—249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- Mueller, J. E. (1970). Presidential Popularity from Truman to Johnson. *American Political Science Review*, 64(1), 18—34. <https://doi.org/10.2307/1955610>
- Norris, P. (2011). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge University Press.
- Palomino, D. J. (2025). *Legitimacy, War, and the State: A Framework for Understanding Legitimation Strategies in US Foreign Policy* (Master's thesis). Old Dominion University.
- Schmitt, C. (2005). *Political theology: Four chapters on the concept of sovereignty*. University of Chicago Press.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571—610. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas. The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press. <https://doi.org/10.25969/mediarep/14848>
- van Dijck, J., Poell, T., & Waal, de M. (2018). *The Platform Society*. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Weber, M. (2013). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). University of California Press.

## REFERENCES

- Bennett, W. L. (2012). The Personalization of Politics. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 644(1), 20—39. <https://doi.org/10.1177/0002716212451428>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2014). *The Logic of Connective Action*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139198752>
- Bilotserkivska, O. M. (2025). Lehitymnist ta liminalnyi stan: vyklyky dlia instytutiv publichnoi vlady v umovakh viiny [Legitimacy and Liminal State: Challenges for Public Power Institutions under Conditions of War]. *Politykus*, 1, 32—39. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-1.5> [in Ukrainian].
- Boulianne, S. (2019). Revolution in the making? Social media effects across the globe. *Information, Communication & Society*, 22(1), 39—54. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1353641>
- Chadwick, A. (2017). *The Hybrid Media System*. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190696726.001.0001>
- Cooley, A., Heathershaw, J., & Sharman, J. C. (2018). Laundering Cash, White Washing Reputations. *Journal of Democracy*, 29(1), 39—53. <https://doi.org/10.1353/jod.2018.0003>
- Delmas, M. A., & Burbano, V. C. (2011). The Drivers of Greenwashing. *California Management Review*, 54(1), 64—87. <https://doi.org/10.1525/cm.2011.54.1.64>

- Easton, D. (1979). *A systems analysis of political life*. Phoenix book. University of Chicago Press.
- George, A. L., & Bennett, A. (2005). *Case studies and theory development in the social sciences*. *BCSIA studies in international security*. MIT Press.
- Grix, J., Brannagan, P. M., & Lee, D. (2019). Sports Mega-Events and the Concept of Soft Power. In J. Grix, P. M. Brannagan, & D. Lee (Eds.). *Entering the Global Arena* (p. 23—36). Springer Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-13-7952-9\\_3](https://doi.org/10.1007/978-981-13-7952-9_3)
- Hetherington, M. J., & Nelson, M. (2003). Anatomy of a Rally Effect: George W. Bush and the War on Terrorism. *Political Science and Politics*, 36(1), 37—42. <https://doi.org/10.1017/S1049096503001665>
- Hoskins, A., & O`Loughlin, B. (2010). *War and media: The emergence of diffused war*. Polity Press.
- Kononenko, N. (2024). Partysypatyvni instrumenty lehytymatsii v umovakh pravovoho rezhymu voiennoho stanu [Participatory Instruments of Legitimization in the Context of the Martial Law Regime]. *Naukovyi chasopys UDU imeni Mykhaila Drahomanova. Serii 22. Politychni nauky ta metodyky vykladannia sotsialno-politychnykh dystsyplin*, 22(35), 21—30. <https://doi.org/10.31392/UDU-nc.series22.2024.35.03> [in Ukrainian].
- Kononenko, N. (2025a). Instytutsiini mekhanizmy lehytymatsii vlady v umovakh povnomasshtabnoyi viiny [Institutional Mechanisms of Power Legitimation in Conditions of Full-Scale War]. *Ukrainskyi polityko-pravovyi dyskurs*, 16. <https://doi.org/10.5281/zenodo.17600359> [in Ukrainian].
- Kononenko, N. (2025b). Mizh mobilizatsiieiu ta doviroiu: transformatsiia lehytymatsii vlady v Ukraini pid chas viiny [Between Mobilization and Trust: The Transformation of Political Legitimacy in Ukraine During the War]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Serii "Pytannia Politolohii"*, 48, 7—15. <https://doi.org/10.26565/2220-8089-2025-48-01> [in Ukrainian].
- Lipset, S. M. (1959). Some Social Requisites of Democracy: Economic Development and Political Legitimacy. *American Political Science Review*, 53(1), 69—105. <https://doi.org/10.2307/1951731>
- Loader, B. D., Vromen, A., & Xenos, M. A. (2014). The networked young citizen: social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication & Society*, 17(2), 143—150. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871571>
- Lyon, T. P., & Montgomery, A. W. (2015). The Means and End of Greenwash. *Organization & Environment*, 28(2), 223—249. <https://doi.org/10.1177/1086026615575332>
- Mueller, J. E. (1970). Presidential Popularity from Truman to Johnson. *American Political Science Review*, 64(1), 18—34. <https://doi.org/10.2307/1955610>
- Norris, P. (2011). *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge University Press.
- Palomino, D. J. (2025). *Legitimacy, War, and the State: A Framework for Understanding Legitimation Strategies in US Foreign Policy* (Master`s thesis). Old Dominion University.
- Perevezii, V. O. (2023). Problema instytutsiinoi spromozhnosti parlamentu pid chas viiny [The problem of the Institutional Capacity of the Parliament During the War]. V O. O. Rafalskyi, & O. M. Maiboroda (Red.). *Adaptyvni zminy politychnoho polia Ukrainy v umovakh viiny: monohrafiia* (s. 40—79). IPIEnD im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy [in Ukrainian].
- Perevezii, V. O. (2024). Optymizatsiia parlamentskoi modeli: neelektoralna lehytymatsiia Verkhovnoi Rady Ukrainy pid chas viiny i v povoiennyi period [Optimization of the Parliamentary Model: Verkhovna Rada of Ukraine During the Post-War Period]. V O. O. Rafalskyi, & O. M. Maiboroda (Red.). *Adaptyvni zminy u funktsionuvanni politychnoi systemy Ukrainy v umovakh povoiennoi vidbudovy: monohrafiia* (s. 41—74). IPIEnD im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy [in Ukrainian].
- Schmitt, C. (2005). *Political theology: Four chapters on the concept of sovereignty*. University of Chicago Press.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571—610. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9508080331>
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas. The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press. <https://doi.org/10.25969/mediarep/14848>

- van Dijck, J., Poell, T., & Waal, de M. (2018). *The Platform Society*. New York: Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780190889760.001.0001>
- Weber, M. (2013). *Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). University of California Press.
- Zelenko, H. I. (2025). "Pastky spromozhnosti" Ukrainskoi derzhavy abo yak sformuvaty efektyvnu systemu strymuvan i protyvah ["Capacity Traps" of the Ukrainian State or How to Form an Effective System of Checks and Balances]. U H. I. Zelenko (Red.). *Instytutsiina (ne)spromozhnist derzhavy v Ukraini: yak rozirvaty zamknene kolo: monohrafiia* (s. 386—409). Kyiv: IPIEnD im. I. F. Kurasa NAN Ukrainy [in Ukrainian].

Надійшла: 11.12.2025

Прорецензовано: 6.02.2026

Прийнято до друку: 9.02.2026

Оприлюднено: 31.03.2026

Igor Tsygvintsev,

PhD Student,

Kuras Institute of Political and Ethnic Studies of the NAS of Ukraine

#### WARWASHING AS AN INFLUENCER-BASED MECHANISM OF WAR LEGITIMACY IN A PLATFORMIZED PUBLIC SPHERE

The article provides a political science analysis of the transformation of war legitimacy mechanisms in the context of a platformized public sphere, with a particular focus on the role of influencers and networked actors. Drawing on classical theories of political legitimacy and contemporary approaches to digital political communication, the study argues that sources of societal support for war are increasingly shifting from institutional actors to non-institutional, personalized, and network-based forms of political legitimation.

The article introduces and conceptualizes the concept of warwashing as an analytical category describing a structural effect of influencer-driven political action within platformized environments. Warwashing is not treated as a form of propaganda or manipulation, but rather as a set of recurring influencer and networked communicative practices through which war is symbolically converted into a resource of political legitimacy. Within this process, war comes to be perceived as socially intelligible, morally justified, and politically self-evident, often outside formal procedures of democratic accountability.

Methodologically, the study employs a qualitative political science approach based on comparative case study analysis. The empirical section examines three types of cases representing different configurations of influencer-based war legitimacy: personalized influencer practices, decentralized networked communities, and pseudo-journalistic formats of conflict normalization. The analysis demonstrates that influencers function as autonomous political actors capable of producing alternative regimes of war legitimacy independently of formal political institutions. Special attention is devoted to the implications of influencer-based legitimacy for the political socialization of Generation Z. The findings indicate that for younger audiences war is increasingly experienced as a platform-mediated political phenomenon shaped by personalized narratives, low-threshold digital participation, and affective engagement. These dynamics carry long-term consequences for democratic accountability, institutional trust, and patterns of political participation in the post-war period. The article contributes to broader political science debates on legitimacy, digital power, and the role of influencers in contemporary public politics during wartime.

**Keywords:** political legitimacy, war policy, warwashing, influencers, platformized public sphere, digital political communication, political socialization, Generation Z.