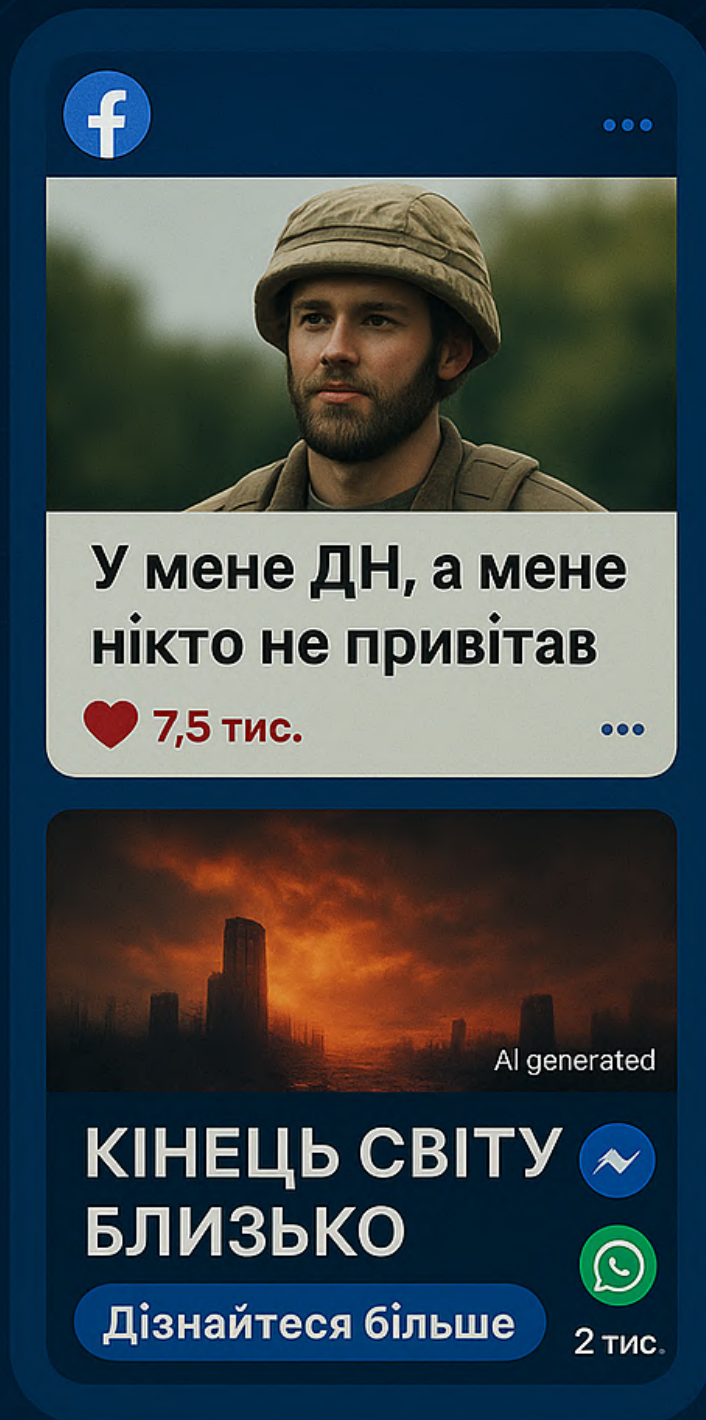


ВІД ЛАЙКІВ ДО «ПРОПОВІДЕЙ»:

як китайська секта
«Церква Всемогутнього
Бога» вербує українців
у Facebook

Павло Бурдяк

аналітик напрямку
«Незалежні медіа»
Центру демократії та
верховенства права



2025

Дослідження проведено за фінансової підтримки Фонду ім. Гайнріха Бьолля, Бюро Київ — Україна. Думки, висновки та рекомендації належать авторам цього дослідження і не обов'язково відображають погляди Фонду ім. Гайнріха Бьолля, Бюро Київ — Україна та уряду Німеччини

Зміст

Вступ.....	3
Методологія дослідження.....	4
1. «Церква Всемогутнього Бога»: хто вони й звідки?.....	5
2. Типові ознаки спільнот «ЦВБ» у Facebook.....	6
4. Як релігійна секта «обробляє» українців у Facebook Messenger.....	14
6. «Східна блискавка» гримить і на Заході.....	25
7. П'ять порад, як не потрапити «на гачок» маніпуляторів: народна мудрість у цифрову епоху.....	30
Висновки.....	32

Вступ

Гортаєте стрічку Facebook — і між новинами, мемами та фото знайомих з'являється емоційний пост. «Молитва за наших. Підтримай серцем!», картинка з військовим, якого «ніхто не привітав з днем народження», або цуцням, якому треба допомогти «знайти дім». Ви ставите сердечко, коментуєте, репостите — бо вам небайдуже. Знайома ситуація?

Насправді це пастка.

Такі клікбейтні пости на релігійно-патріотичну та «чуттєву» тематику створені спеціально, щоб викликати вашу емоцію, «витягнути» з вас лайк чи коментар і розкрутити сторінку, яка їх поширює. За цими маніпуляціями часто стоїть так звана «Церква Всемогутнього Бога» («ЦВБ») — релігійна секта родом із Китаю, яка останніми роками активно вербує українців, а також поляків, молдован та інші нації по всьому світу до своїх лав на різних онлайн-платформах.

Представники «ЦВБ» освоїли середовище та алгоритми соцмереж краще за деяких SMM-ників. Їхні тактики прості й хитромудрі водночас. Спершу — мила «православна листівочка» чи сльозлива історія з закликами на кшталт «привітайте військового, у якого немає ані торта, ані квітів», «помолімося за наших захисників» або «врятуймо цуцика». Коментарі «вітаю» й «амінь» сиплються, кількість лайків і репостів збільшується — алгоритми Facebook підіймають видимість цих дописів. Ще більше людей бачать їх і взаємодіють із ними, і ця клікбейтна хвиля несеться далі. А за 12 годин чи добу, коли пости набирають сотні або й тисячі лайків і репостів, їх редагують і змінюють зміст. Замість «привітайте військового», «помолімося за наших захисників» або «врятуймо цуцика» з'являється апокаліптичний текст на кшталт «Скоро кінець світу!! Пророцтва Біблії збуваються!!! Хочеш знати чому?» або «Хочеш дізнатися, коли закінчиться війна?» і посилання на приєднання до «молитовного» чату в месенджері.

Там починається наступний етап. Десятки приватних повідомлень, персоналізовані групи у месенджерах, обіцянки «відповідей на все», контроль за відвідуванням «онлайн-проповідей» — і ви вже в тенетах китайської релігійної секти, так званої «ЦВБ».

У дослідженні Центру демократії та верховенства права, проведеному за підтримки Фонду ім. Гайнріха Бюлля, ми з'ясуємо, як працює схема вербування до «ЦВБ» і як не стати її частиною через один необережний «амінь» в коментарях. Водночас наприкінці наукової розвідки подаємо чіткі та практичні поради, які допоможуть розпізнавати маніпулятивні схеми й безпечно на них реагувати.

Методологія дослідження

Мета дослідження — системно висвітлити екосистему Facebook-спільнот, пов'язаних із «ЦВБ». Особливу увагу приділено аналізу характерних особливостей їхньої контент-стратегії та типових механізмів вербування «прихожан». Для цього було використано такі методи наукового дослідження:

1. Збір первинних і вторинних даних. Аналітики ЦЕДЕМ регулярно моніторили й документували спільноти (сторінки, групи й акаунти) у Facebook, які мають ознаки належності до «ЦВБ». Знайдені спільноти фіксували у спеціальній таблиці, яка охоплювала низку параметрів, як-от: назву, URL, тип спільноти, місцезнаходження адміністраторів, історію перейменувань спільноти, приклади поширених клікбейтних дописів, приклади редагування і заміни контенту, приклади характерних формулювань.

Окрім того, були вивчені наявні кейси й матеріали про діяльність «ЦВБ» в Україні та закордоном.

2. Експеримент. Аналітики ЦЕДЕМ створили окремий профіль для цілеспрямованої взаємодії з контентом спільнот, пов'язаних з «ЦВБ». Це дозволило:

- простежити роботу алгоритмів рекомендацій Facebook, які пропонували дедалі більше спорідненого контенту;
- виявити нові спільноти і пости «ЦВБ», які алгоритми Facebook пропонували внаслідок попередньої взаємодії;
- відстежити типові механізми вербування до китайської секти за допомогою приватних груп у Facebook Messenger.

3. Аналіз і класифікація. Усі зібрані дані про спільноти «ЦВБ» у Facebook проаналізували й кодифікували за такими ознаками:

- тема і тональність дописів;
- тактики залучення уваги користувачів;
- ознаки використання ШІ-контенту;
- способи підміни контенту;
- напрямки перенаправлення у закриті групи (Facebook Messenger/WhatsApp);
- розташування адміністраторів сторінок тощо.

Єдина схема класифікації перетворила розрізнені приклади на порівнювані категорії й дозволила виявити повторювані патерни.

4. Індукція. На основі проаналізованих даних сформульовано узагальнені висновки про особливості функціонування спільнот «ЦВБ» у Facebook, їхні ознаки, тактики та інструменти вербування.

1. «Церква Всемогутнього Бога»: хто вони й звідки?

«Церква Всемогутнього Бога», яку також називають «Східною блискавкою», [виникла](#) наприкінці 1980-х – на початку 1990-х у північно-східному Китаї. Засновник — Джао Вейшань, колишній учитель фізики.

Центральне вчення руху: «Ісус уже вдруге прийшов на землю у тілі жінки-китайки Ян Сянбінь». Саме її вони [називають](#) «втіленням Всемогутнього бога Ісуса Христа» і звертаються до неї в чоловічому роді.

У 1995 році китайська влада внесла «ЦВБ» до переліку заборонених сект, внаслідок чого на неї чинився тривалий тиск і переслідування. Після заборони Джао Вейшань [вийхав](#) до США, де у 2000 році отримав притулок. Деякі джерела [стверджують](#), що Ян Сянбінь також перебуває у США. Звідти керівництво, ймовірно, координує діяльність за кордоном.

За деякими [даними](#), у системі «ЦВБ» діє певна ієрархія. На верхівці стоїть так звана «Жінка-Ісус» Ян Сянбінь — формальна глава руху. Поруч із нею — Джао Вейшань, який виконує роль головного «священнослужителя» й менеджера. Він керує процесами, ухвалює рішення й тримає зв'язок із нижчими ланками секти. Наступний щабель — певна «Наглядова рада», представники якої контролюють «церковні» осередки, спілкуються з послідовниками і регулярно звітують Джао.

Далі система розгалужується на регіональних, субрегіональних та місцевих лідерів і їхніх помічників. Так, за спостереженнями аналітиків ЦЕДЕМ, велика кількість адміністраторів, пов'язаних із активностями «ЦВБ» в Україні і Румунії, базуються в Іспанії. Польськими сторінками часто керують з Італії. Тож можна припустити, що у цих країнах — Іспанії, Італії — знаходиться значна база китайської секти, яка відповідає за діяльність організації в соцмережах.

Фінанси громади [формується](#) з пожертв вірян. Гроші тут — не просто підтримка «служіння»: щедрі внески — це [спосіб](#) піднятися кар'єрними сходами й продемонструвати відданість «Жінці-Ісусу». Водночас варто зауважити, що, на відміну від інших куточків світу, в Україні аналітики ЦЕДЕМ поки не зафіксували активного збору пожертв на благо «ЦВБ» — але це поки.

У підсумку маємо ієрархічну піраміду, де діють жорсткі правила, діяльність максимально прихована і постійно контролюється керівництвом.

Через переслідування в Китаї прихильники «ЦВБ» активно мігрували: заявки на притулок подавали у США, Канаді, країнах Азії та Західної Європи. У Європі однією з ключових країн стала Іспанія (це підтверджують і висновки аналітиків ЦЕДЕМ): там було [зафіксовано](#) понад 500 заяв на отримання притулку для прихильників «ЦВБ».

Китайська секта активно масштабується завдяки соціальним мережам та «онлайн-проповідям» як в Україні, так і за кордоном. Водночас наголосимо, що «ЦВБ» не є офіційно зареєстрованою релігійною організацією в Україні.

2. Типові ознаки спільнот «ЦВБ» у Facebook

У Facebook діє ціла мережа спільнот (сторінок, груп і акаунтів), за якими стоїть так звана «Церква Всемогутнього Бога». Деякі з них створює і контролює безпосередньо «ЦВБ». Інші групи та сторінки були створені автентичними користувачами, але до них «перекочували» представники «ЦВБ» і почали домінувати, активно поширюючи клікбейтно-апокаліптичні пости.

Пов'язані з «ЦВБ» спільноти можна впізнати за певними характерними ознаками:

1. Назва. Приклади поширених назв, асоційованих з «ЦВБ», включають три основні типи (залежно від типу спільноти):

- **Сторінки і групи з релігійними назвами українською чи російською.** Сторінки «Православна сім'я», «Молитва», «Божа любов», «Любовне повідомлення», групи на кшталт «Православная молитва», «Благословення і вітання» та ін. відкрито паразитують на темі духовності й релігії. Вони випрошують у людей лайки і коментарі «амінь», щоб «отримати благословення». Начебто Бог тільки те й робить, що сидить і чекає наших коментарів, щоб визначити — благословляти людину чи ні.

Втім, такий маніпулятивний контент вдало «заходить» аудиторії, а надто людям, які опинилися у скрутному становищі (зокрема внаслідок війни) та шукають підтримки. Коментарі «амінь» масово сиплються (сприяючи зростанню популярності сторінок «ЦВБ»), а людям надходять приватні повідомлення у Messenger із розкладом «проповідей» на конкретні години.

- **Групи з листівками-привітаннями українською чи російською.** «Открытки для поздравления», «Листівки для друзів», «Красиві привітання з днем народження» – ці групи збирають охоплення на святкових привітаннях і побажаннях благословення. Водночас поширюють релігійні тексти і апокаліптичні страшилки. Тож якщо група з листівками раптом починає навчати «біблійній істині» – це не випадковість, а червоний дзвіночок.
- **Акаунти або сторінки з українськими чи іноземними іменами.** Такі акаунти створюють ілюзію «пересічних користувачів», але насправді це представники мережі «ЦВБ». На своїх акаунтах вони часто поширюють релігійно-патріотичний клікбейт, зокрема зі сторінок, пов'язаних з «ЦВБ». Загалом такі акаунти бувають кількох типів, залежно від назви та аватару:
 - *Ім'я та прізвище українською + аватар із особою азійської зовнішності.* Такі профілі зазвичай мають тисячі друзів і активно поширюють «потрібний» контент.
 - *Ім'я та прізвище українською + нейтральний аватар (здебільшого це квіти, пейзаж або релігійна символіка).* Такі акаунти зазвичай мають набагато менше друзів (кілька десятків). Їх використовують для публікації дописів у групах релігійної секти. Як правило, дописи містять апокаліптичні лякалки і посилання з закликами приєднатися до групи «ЦВБ» у

месенджерах, щоб «врятуватися».

– Акаунти з іноземними іменами й аватарами азійської чи європеоїдної зовнішності. Ці акаунти можуть бути орієнтовані як на українську, так і на іноземну аудиторію. Іноді їх використовують для популяризації «ЦВБ» в одній країні однією мовою, а потім в іншій країні іншою мовою.

2. Розташування адміністраторів. Більшість сторінок і груп «ЦВБ» в українському сегменті Facebook модеруються з-за кордону – з Іспанії, Італії, Греції тощо – попри те, що подають локальний україномовний контент. Цю інформацію можна знайти у розділі «Прозорість сторінки» (у випадку саме зі сторінками Facebook) або перевірити публічно відкритий список адміністраторів групи на предмет наявності профілів з вищезгаданими ознаками агентів «ЦВБ» (якщо йдеться саме про групи Facebook).

Загалом же, якщо сторінка україномовна, але адміністратори перебувають за межами України, або ця інформація взагалі прихована – це може бути маркером сумнівного походження сторінки.

3. Контент з помилками або неприродними формулюваннями. Пости часто виглядають так, ніби їх писали не носії мови: неправильні закінчення або відмінки, кальки з російської чи англійської, неприродні звороти. Це трапляється, ймовірно, через те, що, попри певну кількість прибічників в Україні, рішення щодо контенту приймають «вищестоячі» представники «ЦВБ» закордоном, які не володіють українською.

Як приклад, погляньмо на кілька дописів сторінки Avah Gibbs, яка регулярно публікує і репостить посилання на приєднання до груп «ЦВБ» у месенджерах.



Джерело: скриншот ЦЕДЕМ

На зображенні ліворуч начебто видно двох жінок-військових, які одягнені в незрозуміло яку форму з незрозумілими написами. Одна з цих «військових» наче каже, що у неї немає торта (хоча торт на картинці видно), а є лише «картопля і хліб» (яких насправді на картинці немає). Це ймовірно свідчить про те, що текст зображення першочергово планувалися для двох різних дописів, але їх випадково «змішали».

А праворуч — зображення Олеха (саме через «х»), яка знала і знайшла фотографію (саме так, наш «Олех» насправді жіночого роду). Вочевидь тут відбулася помилка машинного перекладу.



Джерело: скриншот ЦЕДЕМ



Джерело: скриншот ЦЕДЕМ

А ось зображення чоловіка-військовослужбовця, **яка** приготувала (знову помилковий жіночий рід) собі коровай (хоча на зображенні не коровай, а шматок торта).

Тож якщо кілька постів поспіль виглядають як машинний переклад з помилками чи нетиповими формулюваннями – це може бути ознакою автоматизованої роботи іноземних суб'єктів, а не автентичної спільноти, за яку сторінка себе видає.

4. Однотипний клікбейтний контент із закликами до взаємодії. Якщо прогортати дописи типової сторінки «ЦВБ», ви побачите серії однотипних клікбейтних постів із маніпулятивними закликами на кшталт:

- «Скажи *Амінь* або *Так*, якщо віриш»
- «Нехай ця людина, що читає це, матиме вдачу все своє життя. *Амінь*»
- «Боже, збережи Україну - *Амінь*»
- «Хлопці з передової просять про молитву»
- «Привітай з днем народження героя»
- «99 прогортають і лише 1 напише 'повернися живим'»

Такі пости маніпулюють людьми. Вони створюють враження, наче не написати «Амінь» під постом про Бога чи не побажати гарних слів «захиснику» — означає не підтримати. Насправді ж це не про щирі підтримку, а про цинічне нарощення охоплення дописів і сторінок «ЦВБ» у соцмережах.

3. Тактики маніпуляцій

Для вербування «прихожан» у Facebook (схожі тенденції спостерігаються й на інших платформах) релігійна секта використовує **чотири основні тактики**:

1. Емоційні тексти на чутливі теми

Так звана «ЦВБ» свідомо, цинічно й системно грає на почуттях людей. Найчастіше вони паразитують на темах, де важко лишитися байдужим. Мета завжди одна — змусити лайкнути, прокоментувати та/або поширити пост.

Перша тема — **війна і військові**: у дописах з'являються короткі звернення на кшталт «підтримайте, нам важко» чи «перед від'їздом на позиції скажіть кілька теплих слів».

Друга тема — **релігійні тригери**. Патріотичні образи часто поєднують із молитвами: «попросімо Бога про захист», «якщо віриш, напиши «амінь»», «Хлопцям на передовій потрібна ваша молитва» тощо.

Третя тема — **особисті «дрібні радощі» і «драми**»: «сьогодні мій день народження, але мене ніхто не привітав», «у нас поповнення в сім'ї, скажіть добре слово», «велика, але щаслива сім'я — подаруйте трохи любові».

Четверта тема — **саморобки**: «дідусь власноруч змайстрував...», «дитина власноруч зробила подарунок мамі, але ніхто не оцінив».

Важливо зауважити, що представники «ЦВБ» відслідковують інфоприводи — новини про війну, удари, обміни, трагічні події, державні дні — і миттєво підлаштовуються: міняють тексти (а разом картинки і хештеги), щоб «підсідати» на гарячі теми й заходити у рекомендації. Вас спонукають реагувати, щоб лайк/«амінь» здавалися моральним обов'язком.

2. ШІ-контент, що «чіпляє за живе»

Раніше у маніпулятивних клікбейтних дописах без дозволу використовували фото з чужих профілів у ВКонтакте — особливо військових. Тепер усе простіше: штучний інтелект дозволяє миттєво створювати тисячі картинок і відео, що не порушують авторських прав, обходять фільтри Facebook й часто виглядають правдоподібними.

А якщо додати до них текст із закликом поставити лайк під «дитячою саморобкою», залишити коментар «амінь» для підтвердження віри чи написати «вітаю» під зображенням «військового, в якого день народження», — виходить ідеальний магніт взаємодії. Лайки й коментарі ллються рікою.

Найпопулярніші формати ШІ-контенту, які використовує «ЦВБ» у своїх дописах, включають:

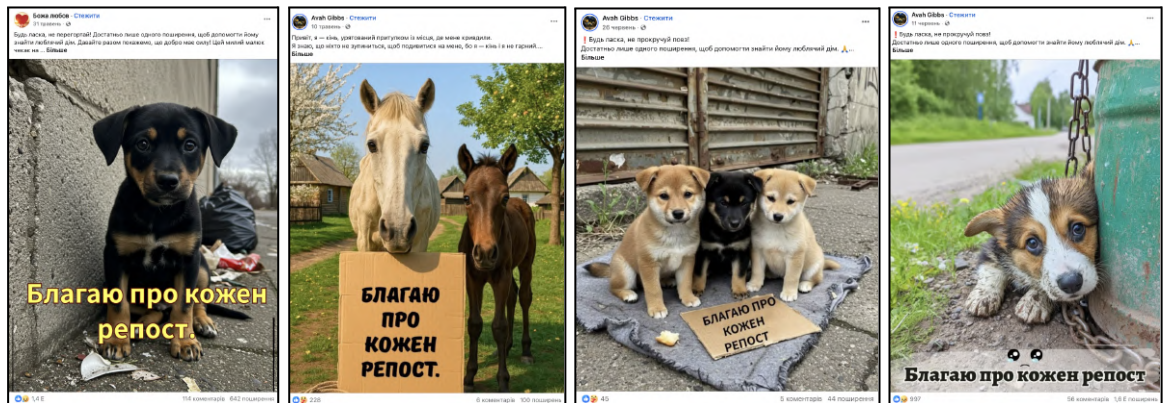
- зображення українських військових з «протезами», на «передовій», на фоні пейзажів або що, з написами на кшталт «Він заслуговує хоч на одне

«спасибі!», «Подаруйте їм любові», «Постав сердечно, і я буду тебе захищати», «Цікаво, скільки людей привітають мене і побажають мені щастя» тощо.



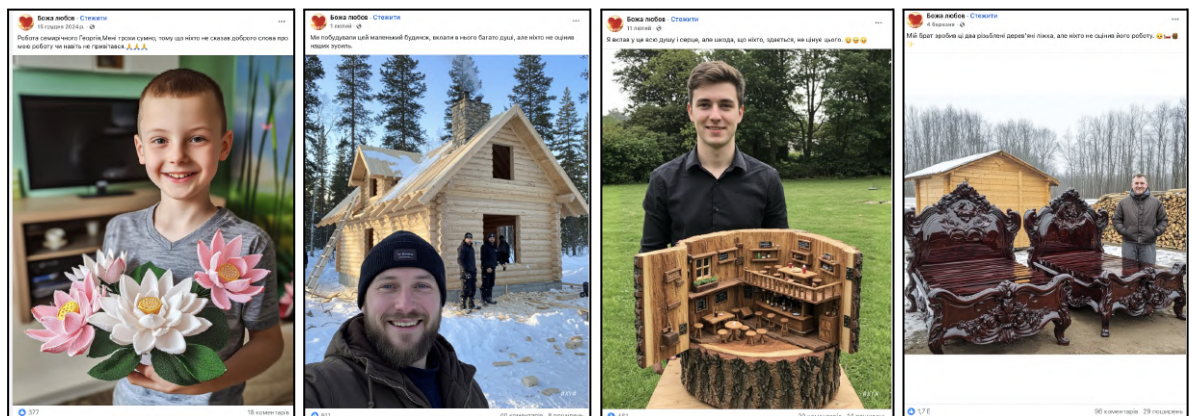
Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

- зображення тварин (здебільшого собак), які «шукають дім» з благаннями про репост або з підписом «молімося за тварин, які теж страждають»



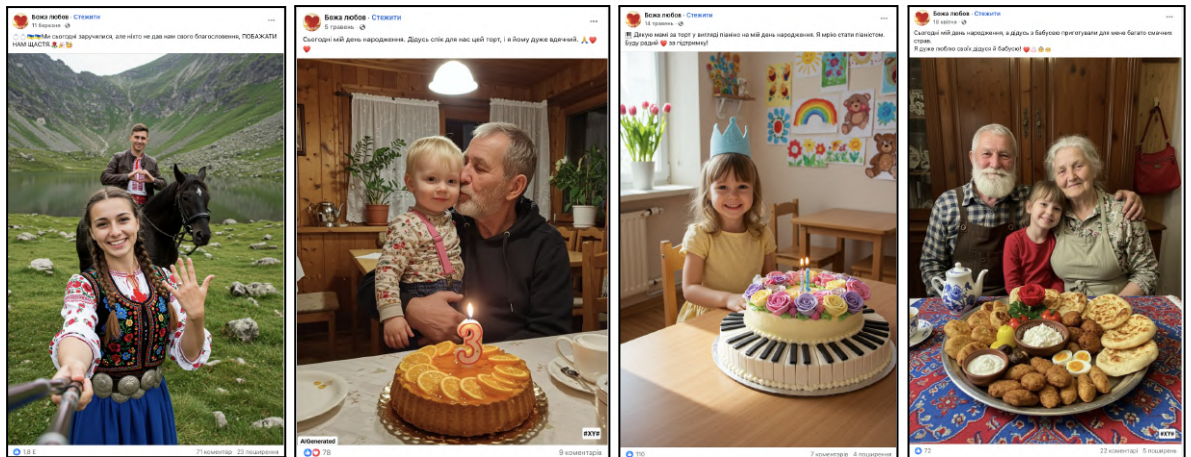
Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

- зображення людей (часто дітей) з підписом «я зробив це сам, але ніхто не оцінив»



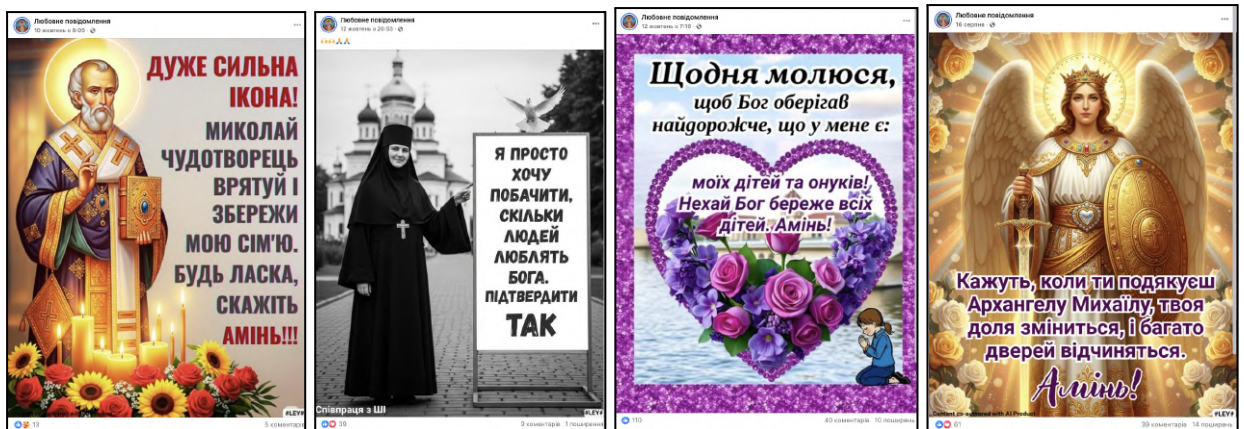
Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

- зображення людей, яких «ніхто не привітав» зі святковими подіями (весілля, день народження, народження дитини тощо)



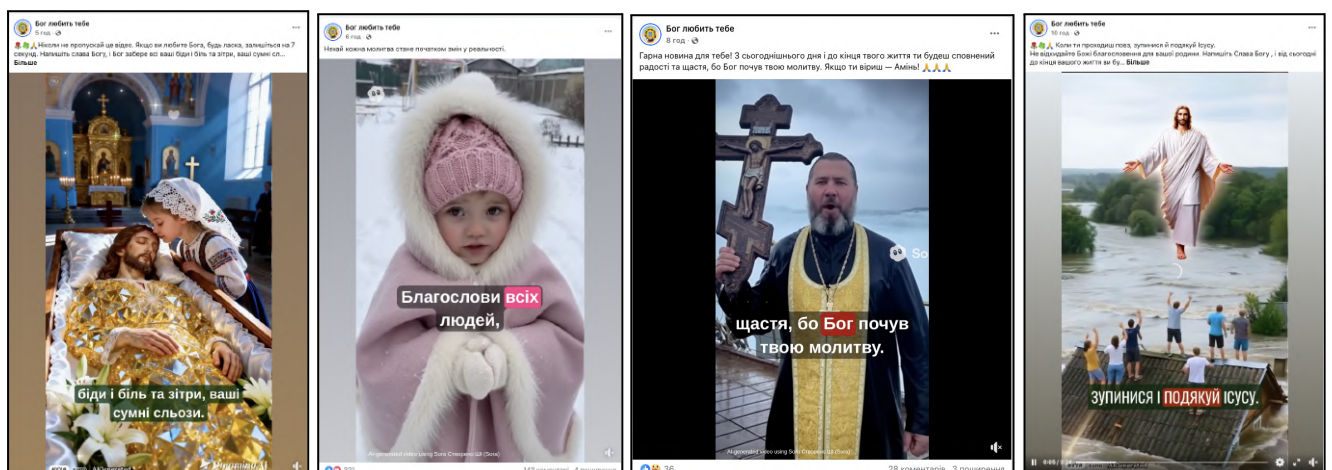
Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

- зображення релігійної символіки, вірян, святих



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

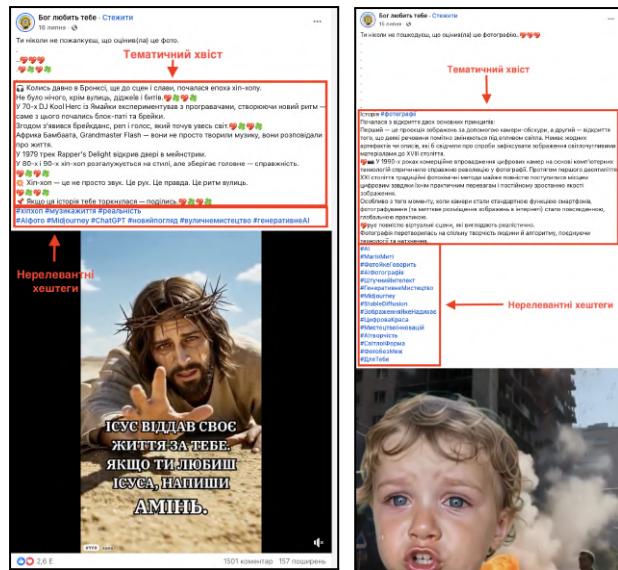
- а останній тренд — ШІ-відео з іконами, святими, священниками, дітьми, які ніби ходять, «промовляють молитви» і закликають написати «амінь».



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

3. Нерелевантні «тематичні хвости» та хештеги

Під емоційним фото (наприклад, захисника з підписом «за нього ніхто не помилиться») додають абзац «ні про що» — про фотографію/музику/футбол — і тягнуть низку нерелевантних тегів: #фотографія #музика #футбол.

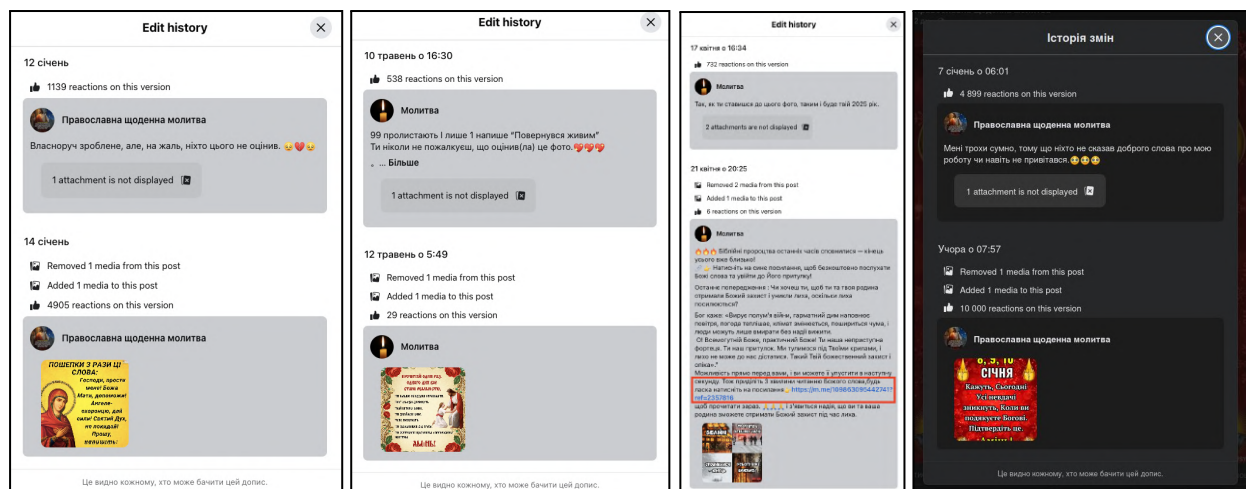


Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Навіщо це роблять? По-перше, щоб розмити головний меседж: алгоритмам соцмереж складніше визначити маніпуляцію, коли в одному дописі намішані різні теми. По-друге, щоб вискочити в ширші рекомендації, адже популярні хештеги підтягують аудиторії, які взагалі не шукали війсьну чи релігійну тему. У результаті емоційний гачок працює краще, і пост бачать більше людей.

4. Заміна контенту

Одна з улюблених тактик «ЦВБ» — редагування постів. Спочатку сторінка публікує щось нейтральне: милі ШІ-зображення тварин, фото захисників, слова підтримки військовим тощо. Але за кілька днів чи тижнів цей контент змінюється: замість нього з'являється релігійний клікбейт.

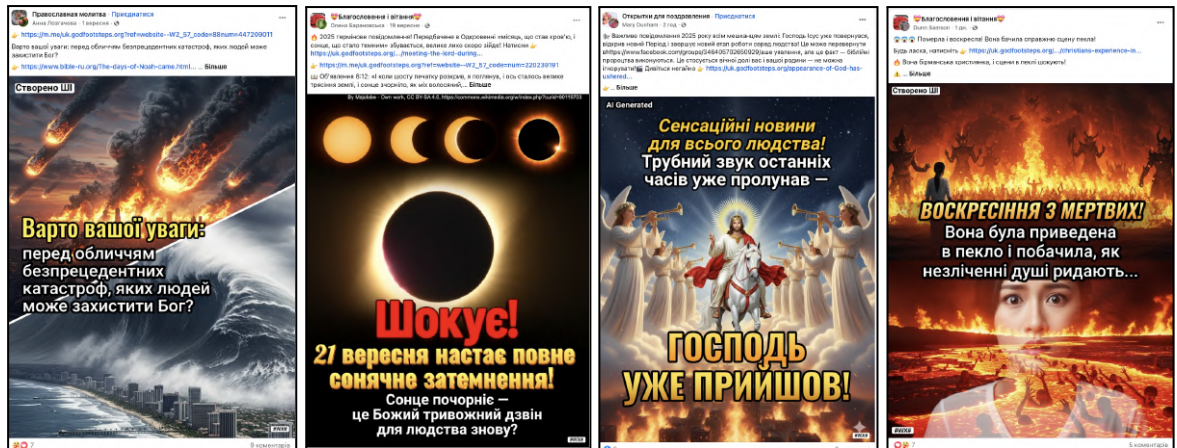


Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

5. Апокаліптичні лякалки

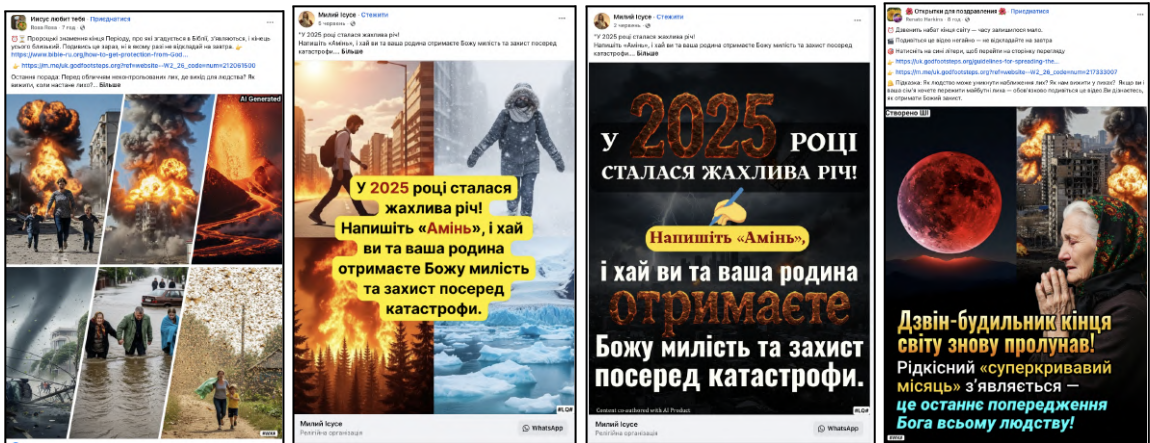
Коли представники «ЦВБ» публікують посилання на приєднання у закриті групи в Facebook Messenger чи WhatsApp, вони, як правило, супроводжують їх апокаліптичними написами на кшталт:

- «Кінець світу вже близько!»
- «Щоб вижити, перейдіть у месенджер і дізнайтесь правду»
- «Ми знаємо, що буде далі. Тисни «Дізнатись більше»»



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Таким чином «ЦВБ» залякує людей псевдорелігійними лякалками і зтягує до приватного спілкування з представниками секти в месенджерах, де їм намагаються промити мізки — детальніше про це в наступному розділі.



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Більше про тактики, які використовують спільноти «ЦВБ» та інші клікбейтні сторінки для нарощування аудиторії у Facebook, можна почитати в спеціальному [матеріалі](#) ЦЕДЕМ на цю тему.

4. Як релігійна секта «обробляє» українців у Facebook Messenger

Аналітики ЦЕДЕМ **свідомо пройшли весь маршрут** — від першої взаємодії з клікбейтним контентом «ЦВБ» до «онлайн-проповідей» у месенджері — щоб з'ясувати, як саме секта діє у Facebook. Загалом шлях затягування виглядає так:

1. **Сторінки «ЦВБ» публікують клікбейтні пости.** У стрічку «летять» зображення, часто згенеровані штучним інтелектом: військові (нерідко з протезами), ті ж цуценята, сумні сюжети «я зробив сам, а ніхто не оцінив», рилзи з іконами та святими, що наче рухаються й говорять. Візуал створений, щоб миттєво зачепити.
2. **Реакція на клікбейтний контент.** Люди щиро реагують, лайкають, коментують, поширюють, а алгоритми підхоплюють і показують дописи «ЦВБ» новим аудиторіям. Контент стає масовим.
3. **Підміна контенту.** Раніше опубліковані клікбейтні дописи, які набрали достатньо лайків і поширень, часто редагують. З'являються апокаліптичні страшилки. Пишуть, що «скоро кінець світу», «такі жахіття творяться», і, щоб «дізнатися, як вижити», треба перейти за посиланням і приєднатися до групи.
4. **Групи у соцмережах.** Посилання з відредагованого поста веде на різні майданчики «ЦВБ»:
 - **WhatsApp.** Колеги з ІМІ вже [досліджували](#), як там «опрацьовують прихожан».
 - **Facebook Messenger.** Аналітики ЦЕДЕМ детально простежили цю гілку. У Messenger посилання з відредагованого поста може вести або на **основну сторінку «ЦВБ»**, або на **афілійовані сторінки** (у кейсі ЦЕДЕМ — [дві сторінки](#) під назвою «Молитва»). У вас одразу відкривається месенджер для листування з цими сторінками.
5. **Сценарій першого контакту.** «ЦВБ» повідомляє у приватних повідомленнях, що вам «пощастило»: сьогодні відбудеться «міжнародний онлайн-семінар», де «священик молитиметься за віруючих та їхні сім'ї». Риторика одразу чіпляє вразливе: «як вітати повернення Господа зі складної ситуації», «це змінить долю вашої родини». Це пряма апеляція до вразливості та скрутного становища багатьох українців.

Вам пропонують обрати зручний час для проповіді. Як правило, пропонують три опції (фактично дві):

А) український час — **20:00**;

Б) український час — **13:00**;

В) «європейський час» — **19:00** (що фактично і є **20:00** за Україною).
6. **Проникнення у ваше коло друзів.** Представники «ЦВБ», які листуються з вами з основної чи афілійованої з «ЦВБ» сторінки у Facebook, просять додати в друзі **адміністратора групи**, який потім додасть вас у групу для приєднання до проповіді. Так представники «ЦВБ» заходять у вашу соціальну «вітальню» — з цього моменту комунікація йде через ці контакти.

Акаунти адміністраторів, яких просять додати в друзі, зазвичай мають українські імена та прізвища, а на аватарі — фото людини з азійською зовнішністю. Якщо проглянути їхні сторінки, вони зазвичай публікують контент на патріотично-релігійну тематику, часто репостять публікації з афілійованих з «ЦВБ» сторінок.

У випадку аналітиків ЦЕДЕМ, одна сторінка «Молитва» попросила додати вже заблокований профіль [Марини Цімботи](#), а інша схожа сторінка — досі активний профіль [Мар'яни Богуняк](#).

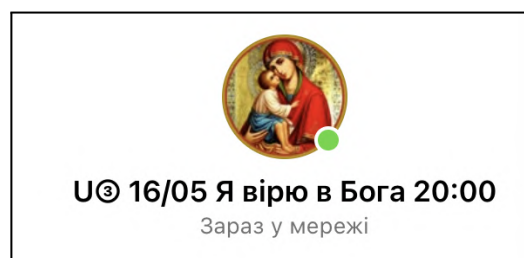
7. **Перший контакт у приватних повідомленнях.** Коли ви додаєте представників «ЦВБ» в друзі, вони представляються православними християнами і надсилають вам ШІ-картинки на релігійну тематику.



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Часто під час листування за короткий проміжок часу надсилають великі тексти — це, ймовірно, наперед підготовлені шаблони. Граматика текстів у спілкуванні часто кульгає. Наприклад, іноді з акаунту жінки-представниці «ЦВБ» пишуть про себе у жіночому роді, іноді — у чоловічому; до аналітиків ЦЕДЕМ в одному й тому ж повідомленні зверталися і на «Ви», і на «ти». Одна з адміністраторок «ЦВБ» згодом підтвердила аналітикам ЦЕДЕМ, що знаходилася в Іспанії і використовувала програму-перекладач для спілкування з українцями і поширення «Божої істини».

8. **Повторний анонс проповіді і персоналізація.** У ході листування представники «ЦВБ» ще раз анонсують проповідь, яка «принесе добру новину всьому світу і допоможе нам вийти з наших труднощів, вирішити всі складнощі в житті людей, болі, спричинені хворобами, і жити в Божому збереженні та благословенні». Запитують, чи є щось, за що ви хотіли б помолитися — таким чином сектанти намагаються побудувати персоналізований емоційний зв'язок з потенційними «прихожанами».
9. **Старт групи для «проповідей» у Messenger.** Вас додають у групу з назвою за шаблоном: **дата вашого вступу + «Я вірю в Бога» + час проповіді**, який ви для себе обрали. Зразок подано справа.



Джерело: скриншот ЦЕДЕМ

У групі організовують «онлайн-проповіді» так званої «ЦВБ».

10. **Хто насправді в групі.** До групи додають пересічних українців, які приєдналися до «проповідей» «ЦВБ» у той же день, що ви. Та разом із «новачками» до групи долучають численних адміністраторів-агентів «ЦВБ».

У той день, коли аналітики ЦЕДЕМ розпочали свій «шлях у 'ЦВБ'», у групі було 16 акаунтів начебто звичайних людей (включно з аналітиками ЦЕДЕМ) і 22 акаунти адміністраторів-«агентів» «ЦВБ». Групу створила [Любов Войтович](#) і додала майже всіх інших представників «ЦВБ». [Любов Войтович](#) - вочевидь один із фейкових профілів, створених саме з метою прикриття і формування нових груп.

Щодо адміністраторів «ЦВБ», доданих до групи, то їхні акаунти створені за типовим шаблоном:

- Ім'я прізвище українською + азійський аватар + релігійно-клікбейтний контент на сторінці, зокрема репости з інших афілійованих з «ЦВБ» сторінок, + тисячі друзів. Наприклад, [Галина Шершнева](#), Sofia Volkova (яка має два профілі - [ось](#) і [ось](#), таким чином вже порушуючи правила Facebook), [Ольга Громова](#). Вони зазвичай мають тисячі друзів і є одними з активних «двигунів» «ЦВБ».
- Ім'я, прізвище українською + нейтральний аватар (пейзаж, релігійна чи патріотична символіка) + мало друзів. Наприклад, [Емілія Остапенко](#), [Катюша Біль](#), [Марія Гуцинюк](#). Такі акаунти здебільшого використовувалися для того, щоб поширювати в групі зображення під час проповідей «ЦВБ», посилання на додаткові відео, писати запитання, а коли ніхто зі справжніх учасників не реагує, відповідати на свої ж питання тощо.
- Акаунти з іноземними іменами + азійські або нейтральні аватари. На кшталт [Vannina Soliz Gamez](#) чи [Kimberley Dawn](#). Такі акаунти, схоже, працюють здебільшого на іноземну — а надто іспанську — аудиторію, судячи з типу релігійного контенту, який вони поширюють.

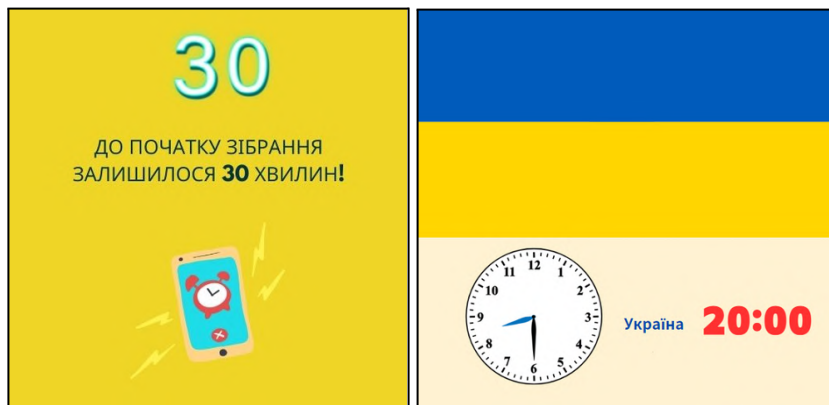
11. **«8-денний інтенсив».** На початку вам пропонують долучитися до «8-денного інтенсиву». Тобто слухати по одній «проповіді» 8 днів поспіль. У цих проповідях ви начебто мали б «пізнавати Слово Боже». Паралельно в групі «спамлять» патріотично-релігійними зображеннями. Ви ніби «втягуєтесь» у рутину.



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

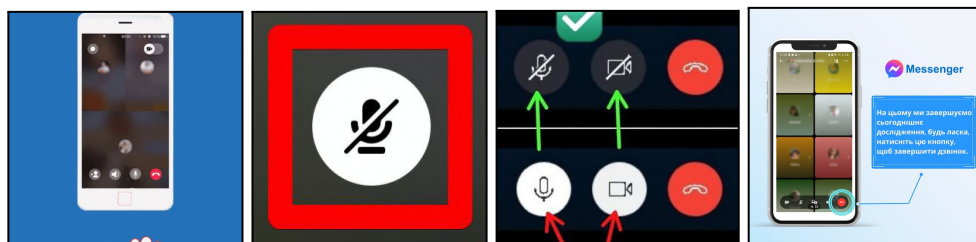
12. **Технічний регламент проповідей.** Щодня у вибраний вами час представники «ЦВБ» організовують груповий дзвінок, щоб «послухати проповіді».

Перед початком проповіді вам обов'язково надішлють нагадування про неї.



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Також нададуть інструкції, як відключити мікрофон (напочатку) і залишити зустріч (наприкінці):



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Такі інструкції надсилають, ймовірно, тому, що цільова аудиторія «ЦВБ», за спостереженнями аналітиків ЦЕДЕМ, — люди середнього та похилого віку, які не завжди досконало володіють технічними навичками.

13. **Перебіг «проповіді» — «лайв», який не «лайв».** Проповідь триває близько години. Вас просять вимкнути камеру і мікрофон — лише слухати і включатися тільки тоді, коли починатимуть обговорення якоїсь теми. У ході проповіді представники «ЦВБ» регулярно ставлять запитання, але більшість людей мовчить. Коли треба «пожвавити» дискусію, «агенти»-адміністратори «ЦВБ» відповідають на поставлене запитання у чаті групи, щоб тримати темп і робити потрібні висновки.

Організатори наполягають, що проповідь проводиться «лайв», «у прямому ефірі». Втім, на спроби аналітиків ЦЕДЕМ вступити в дискусію ніхто не реагував, на проповідях часто згадували імена «присутніх», яких насправді не було у групі. Логічний висновок: це записи, які крутять під виглядом «лайву».

14. **«Важливі уривки» і ритуалізація.** Час від часу у групі також публікують «важливі уривки» проповіді зі «Словами Божими», закликають відповідати на питання і писати «Амінь». Так формують ритуальну слухняність.

15. Доктринальний поворот. Спочатку «ЦВБ» маскується під православ'я, оскільки більшість релігійних українців саме православні. Та згодом проявляється справжній меседж: «Православна церква не все розповідає», «Ісус таємно прийшов вдруге як Син Людський». Згодом вам привідкривають завісу ще далі: кажуть, що Ісус був народжений в Китаї! Про статі Ісуса представники «ЦВБ» самі не згадують, але на питання аналітиків ЦЕДЕМ вони відповіли, що Він повернувся у плоті жінки-китайки. І «поганий Китай» зараз переслідує жінку-Ісуса. І «поганий Китай» каже, що «ЦВБ», яка повірила у китайську жінку-Ісуса, — це секта.

Самі ж представники «ЦВБ» наполягають, щоб ми не вірили чуткам комуністичного Китаю, що вони — секта, а натомість вивчали слово Боже з ними. Бо зараз «останні дні» людства, і хто не повірить в китайську жінку-Ісуса, отримає «покарання й катастрофи».



Джерело: скриншот ЦЕДЕМ

Також під час «проповідей» приділяють увагу питанню відмінностей «ЦВБ» від католицизму й православ'я. Запитують: «Чи вважаєте ви, що ми зраджуємо католицизм/православ'я, приєднуючись до Церкви Всемогутнього Бога?» Кажуть, що насправді, православна і католицька церкви — це установи, які виникли в попередню релігійну епоху («період Благодаті»).



Джерело: скриншот ЦЕДЕМ

«ЦВБ» переконує, що зараз Господь уже повернувся вдруге й розпочав нову роботу в нову епоху — «Період Царства». Запевняють, що православні і католицькі церкви вам про це не говорять. А насправді Ісус не лише прийшов вдруге, а й «написав сім Нових Книг»! Мовляв, у православній церкві ми читаємо Біблію Нового і Старого Заповіту, а слова, головні для читання в Церкві Всемогутнього Бога, — «сім нових томів, виданих Всемогутнім Богом, які містять майже десять мільйонів слів».

Вам цитують уривки з начебто нових релігійних томів і кажуть, що це «Слово Боже». Аргумент, чому це правдиві рядки від Бога — бо «ці речення Божого Слова несуть у собі авторитет, силу і потрясають серце. Хто, як не Бог, може промовляти голосом до всього людства?». Тобто це справжні томи, «бо тільки Бог міг таке сказати».

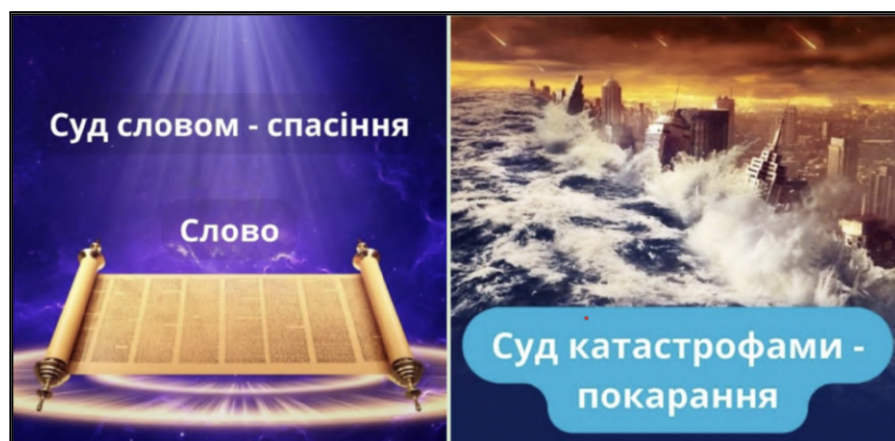


Джерело: скриншот ЦЕДЕМ



Джерело: скриншот ЦЕДЕМ

Всі меседжі базуються на тиску «останніх днів» і зводяться до одного: «війни, землетруси, віруси — пророцтва збуваються, ми живемо в останній період; лише ті, хто прийме повернення Господа, отримають захист. А тих, хто не прийме нове слово Боже, чекають покарання і катастрофи».



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

16. **Контроль присутності.** Пропустили проповідь — вас у дбайливо-наполегливому тоні обов'язково запитують чому. Закликатимуть більше не пропускати, бо інакше ж спасіння не знайти. Цитата від однієї агентки «ЦВБ»: «Можливо, ти ще не зовсім розумієш, чому я постійно запрошую тебе слухати проповідь. Дозволь мені пояснити. У наш час у світі часто відбуваються різні лиха: війни, землетруси, віруси, пожежі — усе це

трапляється по всій землі. Пророцтва про другий прихід Ісуса, записані в Біблії, вже здійснюються. Ми живемо в останній період. Лише ті, хто приймає повернення Господа, зможуть отримати Божий захист у ці важкі часи».

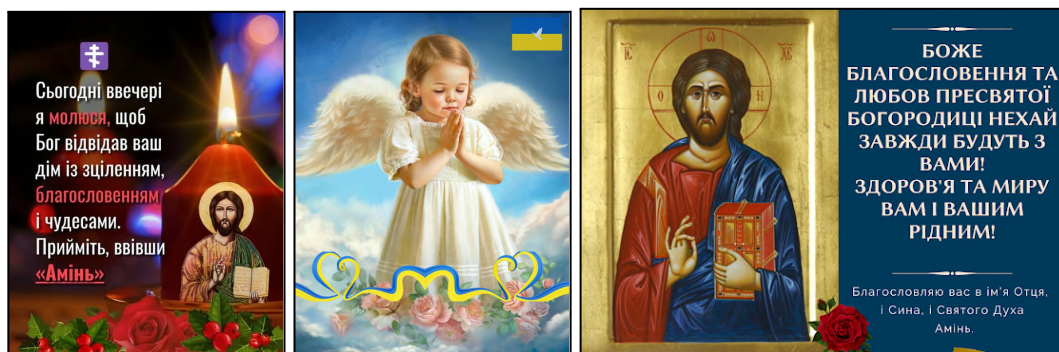
Окрім того, вам запропонують або послухати запис пропущеної проповіді наступного дня о 13:00, або отримати посилання на запис у YouTube. Однак ці посилання зазвичай довго не живуть, «ЦВБ» їх регулярно змінює, переміщуючи або замінюючи файли. Після цього обов'язково перепитають, чи ви прослухали, і поставлять контрольні запитання.

17. Персональні групи й «наставники». Поміж тим, вашу залученість до секти «ЦВБ» лише збільшують. Окрім загальної групи з іншими українцями для відвідування «проповідей», «ЦВБ» формує персональну групу для вас — для «наставництва» і контролю прогресу. До групи входите лише ви і кілька представників «ЦВБ». Називають групу вашим ім'ям і прізвищем.

У випадку аналітиків ЦЕДЕМ до групи додали «доктора богослов'я православної церкви» [Дарію Дарію](#). Тип акаунту Дарії Дарії типовий для «ЦВБ» — українське ім'я, азійський аватар, контент сторінки релігійно-патріотичний, зокрема з афілійованих з «ЦВБ» сторінок. Між іншим, акаунт, ймовірно, порушує правила Фейсбуку щодо справжніх імен, щонайменше через те, що навряд чи прізвище у цієї людини — Дарія.

Окрім «доктора Богослов'я православної церкви», до групи також додали [Олену Міхиду](#) — ймовірно, справжню українку-послідовницю «ЦВБ», яка покликана «допомагати вивчати Боже слово» на «проповідях».

У персональній групі — нескінченні релігійні картинки, посилання на начебто релігійні пісні (іноді російською мовою), питання «на засвоєння» матеріалу проповідей. Також звертання «брате», «сестро», регулярні «молимося за вас», «гарних вихідних» — усе для підтримання емоційного контакту.



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

18. Проповіді й самоосвіта після 8-денного інтенсиву. Після «інтенсиву» лунає м'яке, але наполегливе запрошення не зупинятися: «знаходьте час, аби більше вивчати Слово Боже». Формат стає гнучким: пропонують зручні слоти, створюють нові групи, нагадують про зустрічі в особистих і групових чатах, періодично ставлять «питання на засвоєння» та просять ділитися

враженнями. Ідея проста — закріпити рутину, зробити прослуховування «проповідей» звичкою та перевести участь з «разового зацікавлення» в «постійне послідовництво».

Паралельно надсилають «самоосвітні» матеріали: добірки зображень і цитат, записи з YouTube, уривки «важливих місць» із проповідей, а також пряме посилання на їхній сайт для читання так званих «нових слів» (з українських матеріалів доступні частини з кількох томів):
<https://uk.godfootsteps.org/the-word-appears-in-the-flesh.html>

Так вас і затягують: спершу — чуттєві пости з цуценятами, військовими й іконами, далі — приватні чати, «8-денний інтенсив» та постійний контроль від «служителів» «ЦВБ». Крок за кроком емоція перетворюється на звичку, а звичка — на слухняність.

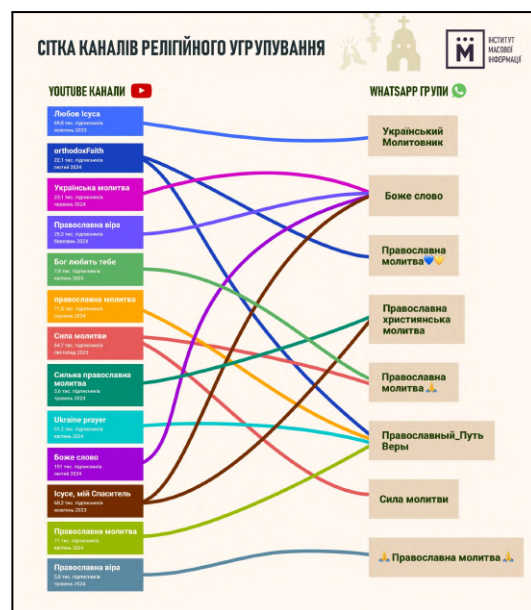
Кінцева мета мережі «ЦВБ» досі не проговорена прямо. Але коли спільнота системно маніпулює почуттями людей і використовує оманливі способи для збільшення аудиторії і залучення «нових прихожан» — це не надто добросовісний чи моральний знак.

Назвімо речі своїми іменами: проблема тут не у вірі та не в потребі підтримки. Проблема — у цинічній експлуатації нашої емпатії і вразливості у часи війни задля нав'язування догматичних доктрин. Ми маємо справу не з духовною практикою, а з технологією впливу для ідеологічної обробки людей. І наша найкраща реакція — не взаємодіяти з дописами «ЦВБ», не переходити в їхні чати й не віддавати їм свою увагу.

5. Не Facebook-ом єдиним

Так звана «ЦВБ» давно не обмежується аудиторією Facebook. Дослідники Інституту масової інформації [задокументували](#) щонайменше 13 взаємопов'язаних **YouTube-каналів** китайської секти. Вони позиціонують себе як «православні» й агресивно використовують короткі відео YouTube Shorts для вербування «прихожан».

Контент-стратегія аналогічна до тієї, що й у Facebook, тільки з акцентом на відеоматеріали, з огляду на специфіку YouTube. «ЦВБ» публікує емоційні ролики та зображення, часто згенеровані ШІ, на яких фігурують поранені військові, люди з інвалідністю, «зворушливі історії» тощо. Вони супроводжуються закличками-проханнями прокоментувати чи поставити сердечко. Так клікбейтний контент «ЦВБ» набирає тони коментарів «Амінь», лайків і переглядів, алгоритми YouTube рекомендують цей контент іншим користувачам.

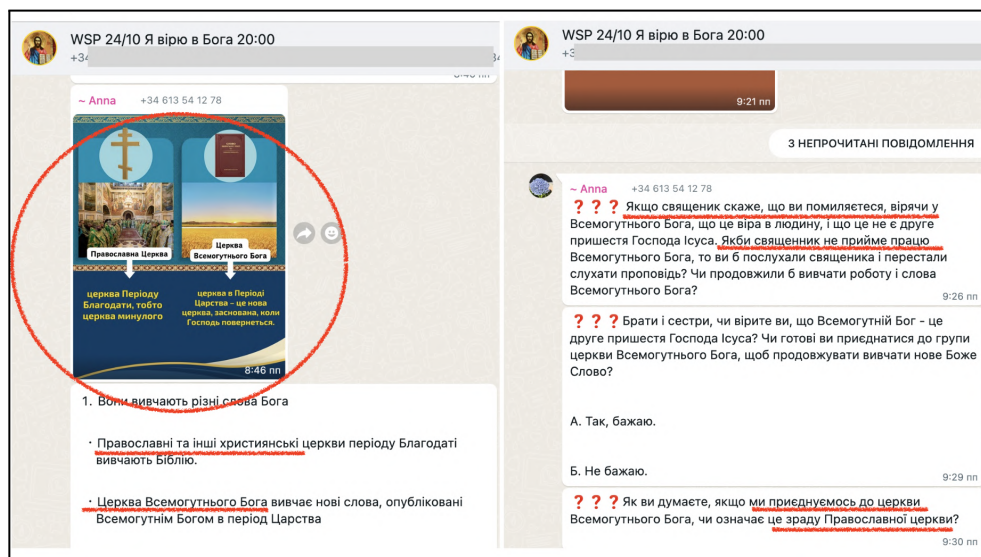


Джерело: зображення ІМІ



Джерело: скриншоти ІМІ

Згодом глядачів скеровують за посиланнями у **закриті групи WhatsApp** нібито для «молитви», «благословення» чи «сюрпризів». Далі відбувається переведення у закриту комунікацію і поступове знайомство зі «вченням» «ЦВБ». Так китайська секта здобуває нових «прихожан».

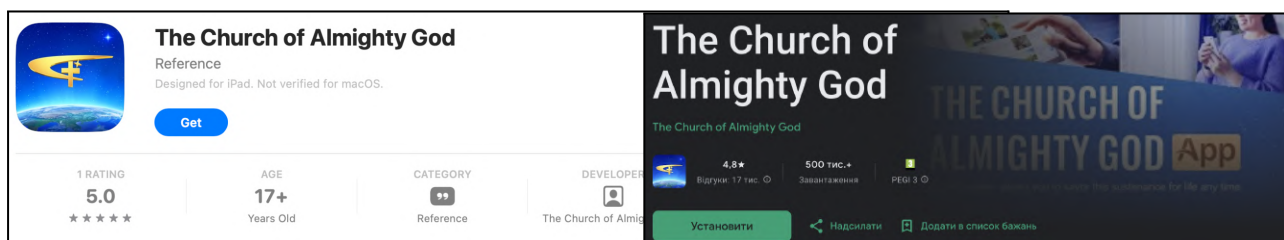


Джерело: скриншоти ІМІ

Ба більше, за [свідченнями](#) деяких користувачів, представники «ЦВБ» також надсилають людям приватні повідомлення на платформах на кшталт **Reddit** з пропозицією приєднатися до «спільноти для вивчення Біблії».

Окрім згаданих Facebook (зокрема Facebook Messenger), YouTube, WhatsApp та Reddit, так звана «Церква Всемогутнього Бога» просуває власні **мобільні застосунки** у Google Play та App Store і активно рекламує їх у закритих групах/чатах у месенджерах.

Застосунки «ЦВБ» у Google Play Market та App Store



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Через додатки люди можуть переглядати «релігійні» матеріали, зберігати «улюблене», вести нотатки, отримувати сповіщення про новинки тощо.

Водночас застосунки «ЦВБ» збирають ваші особисті дані і дозволяють секті ефективніше вас «обробляти». Типи й призначення даних, які «ЦВБ» отримає про вас через застосунок, прописані у [Політиці конфіденційності](#).

Політика чітко вказує, що додатки «ЦВБ» збирають особисту інформацію: ім'я, прізвище, країну, завантажене фото профілю, «mood message» (повідомлення про настрій), доступ до камери і галереї (якщо ви його надасте), а також посилання на

ваші акаунти в соцмережах, які ви прив'язали до застосунку. Ба більше, «ЦВБ» отримає інформацію про вашу активність у самому додатку: що ви додали у «вибране», які плейлисти чи нотатки створили, де поставили закладки, які прописали плани подальшого вивчення приписів «ЦВБ» тощо.

Представники китайської секти можуть використати вищевказані дані, щоб створити ваш психометричний профіль, враховуючи ваш настрій і поточні зацікавлення, і краще вас таргетувати, пропонувати те, що вам «зайде» сьогодні і зараз. Окрім того, сектанти потенційно можуть набридати не лише у застосунку, але й у соцмережах, які ви прив'язали до нього, адже у них буде інформація про ваші акаунти.

Ваші дані зберігатимуть, доки представникам «ЦВБ» це потрібно для «догматичної обробки» і доки ви самі не відкличете згоду.

6. «Східна блискавка» гримить і на Заході

Україна — далеко не єдина країна, де «Церква Всемогутнього Бога» (ака «Східна блискавка») розгорнула свою діяльність. Сьогодні це глобальна організація, яка вже давно вийшла за межі Китаю і активно розбудовує свою присутність у десятках країн в різних куточках світу: від Європи до Латинської Америки та Азії.

Євангельські гарячі лінії					
Азія	Європа	Океанія	Північна і Південна Америка		
	Іспанія +34-663-435-098			Португалія +351-968-758-305	
	Франція +33-66-99-99-345			Польща +48-533-561-134	
	Італія +39-389-576-9388			Росія +7-993-968-64-90 +380-96-091-7709	
	Україна +380-96-091-7709			Румунія +40-772-213-435	
	Німеччина +49-152-1694-1485			Великобританія +44-7732-046-623	
	Білорусь +375-29-299-6652			Греція +30-699-815-6524	
	Нідерланди +31-6-46-790-198			Угорщина +36-70-207-6063	
	Швейцарія +41-76-276-1127			Швеція +46-725-538-711	
	Чехія +420-608-457-375				

Джерело: скриншот ЦЕДЕМ

Станом на початок жовтня 2025, ЦВБ [відкрили](#) «євангельські гарячі лінії» у 42 країнах в різних куточках світу, з яких 17 — в країнах Європи.

«ЦВБ» всюди копіює ті самі сценарії вербування, що й в Україні. Відмінності — лише в мові та локальному «декорі». А сама механіка незмінна.

Як працює вербування до китайської секти скрізь:

1. **Мімікрія під домінуючу релігію.** Спочатку представники «ЦВБ» створюють сторінки, групи та акаунти «під місцевих»: у Польщі — «католицькі», у Румунії — «православні» тощо. Імена, назви, візуали й лексика — максимально впізнавані для країни, щоб викликати довіру.
 2. **Емоційний клікбейт.** Далі йдуть чутливі історії, «чудесні зцілення», «релігійні благословення», прохання написати «амінь» чи «вітаю», поставити реакцію, зробити репост — все для того, щоб «розкрутити» допис і сторінку.
 3. **Локальна адаптація.** Водночас проводиться невеличка адаптація клікбейтного контенту. Так, його публікують мовами, поширеними у тій чи тій країні. Часто ці дописи виходять з помилками, як і в Україні (бо керівництво «ЦВБ» вочевидь не хоче віддавати контроль за контентом місцевим «прихожанам»).
- Окрім того, змінюють акцент емоційних сюжетів: наприклад, якщо в Україні активно експлуатується тема війни, то в Польщі часто використовують католицькі символи і постать Іоана Павла II як культурний маркер довіри.
4. **Апокаліптична рамка.** З'являються «пророцтва» і «знаки кінця часів», що підвищують тривожність і спонукають діяти «прямо зараз».
 5. **Переведення у месенджери.** У постах — запрошення в закриті WhatsApp/Facebook Messenger-групи нібито для «молитов», «благословень» чи «особливих подій».
 6. **Закриті проповіді й доктринальний переворот.** Уже в приватних чатах поступово підмінюють зміст на вчення «ЦВБ», формують лояльність і підводять до регулярних «служб» та пожертв.

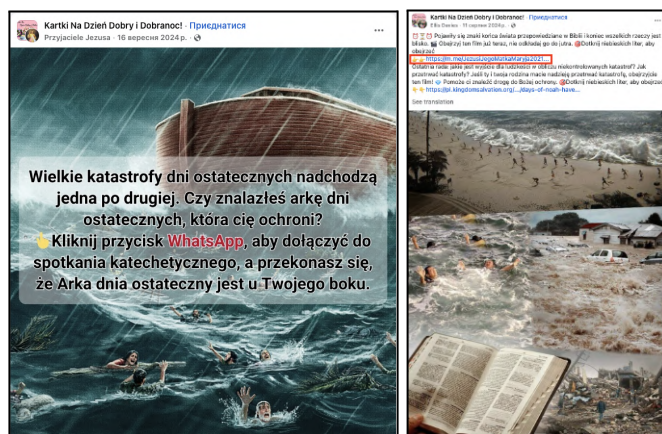
Приклад вербування «прихожан» до «ЦВБ» в Польщі

Крок 1. Пов'язані з «ЦВБ» спільноти публікують клікбейтний контент



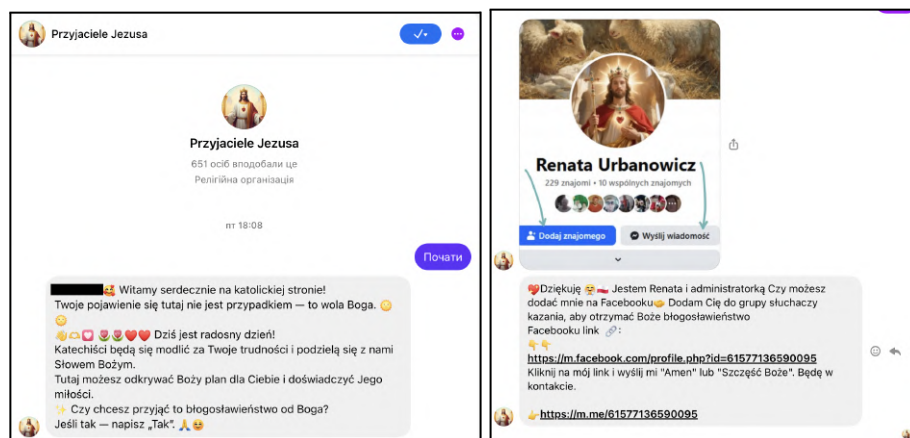
Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Крок 2. Публікують апокаліптичні дописи з посиланням на месенджер.



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

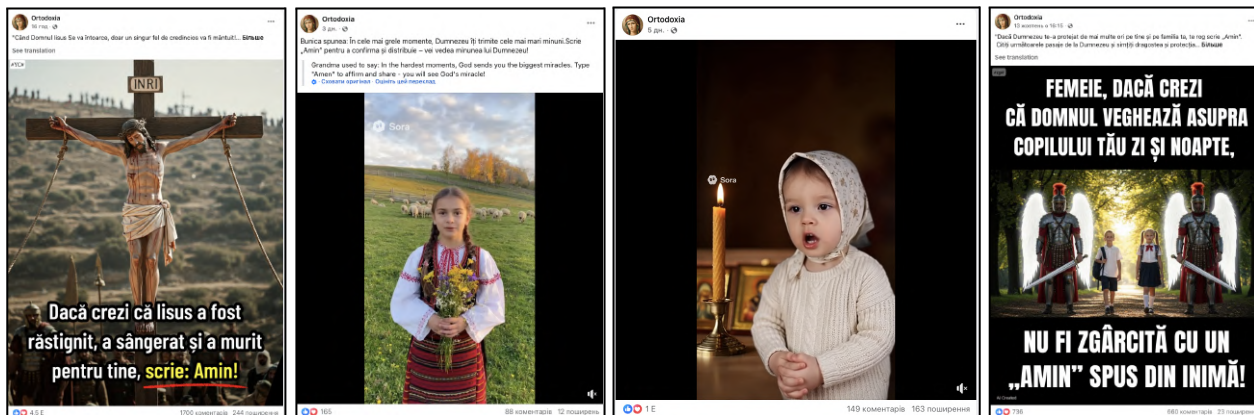
Крок 3. «Доктори Богослов'я» так званої «ЦВБ» промивають мізки у месенджері



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Приклад вербування «прихожан» до «ЦВБ» в Румунії

Крок 1. Пов'язані з «ЦВБ» спільноти публікують клікбейтний контент



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

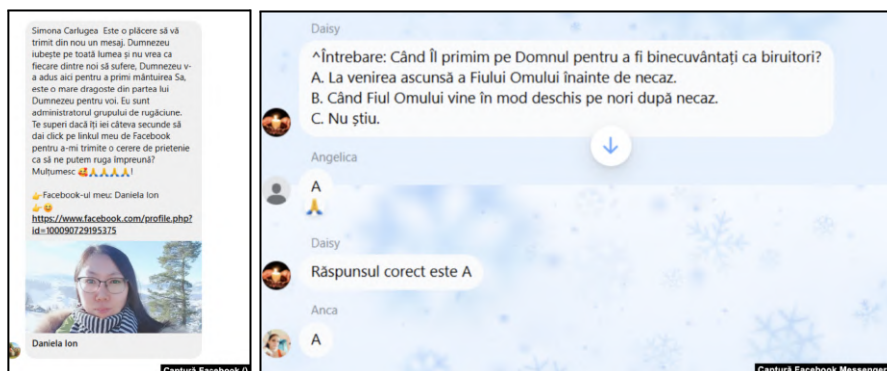
Radio Free Europe/Radio Liberty провело дослідження діяльності «ЦВБ» в румунському сегменті Facebook, з яким можна ознайомитися за [ПОСИЛАННЯМ](#).

Крок 2. Публікують апокаліптичні дописи з посиланням на месенджер



Джерело: скриншот ЦЕДЕМ

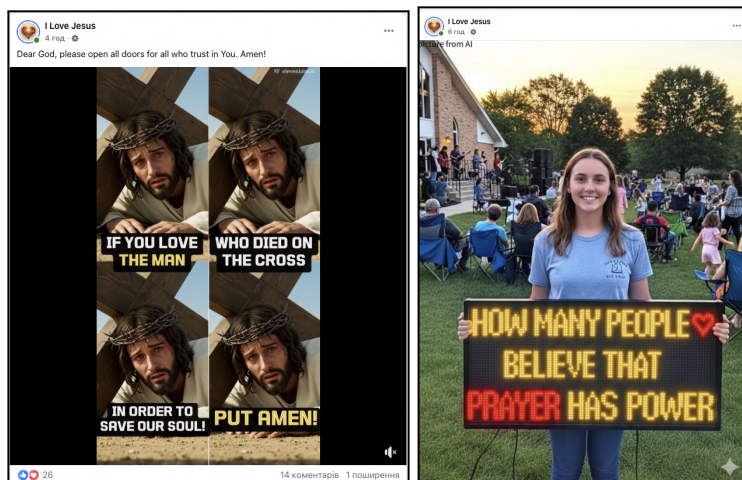
Крок 3. «Доктори Богослов'я» так званої «ЦВБ» промивають мізки у месенджері



Джерело: скриншоти Radio Free Europe/Radio Liberty

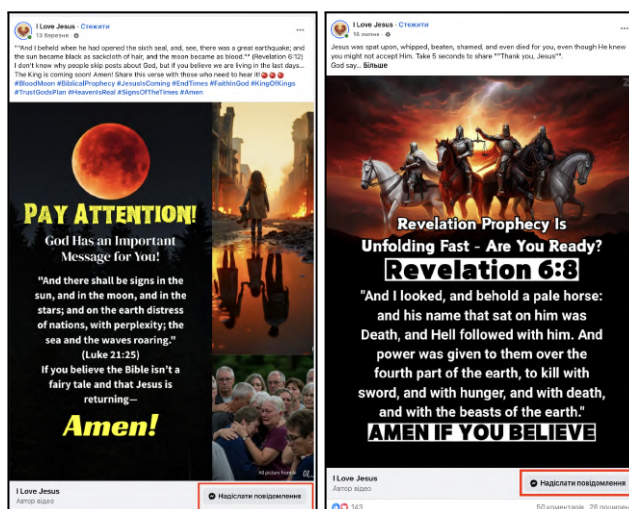
Приклад вербування «прихожан» до «ЦВБ» в США

Крок 1. Пов'язані з «ЦВБ» спільноти публікують клікбейтний контент



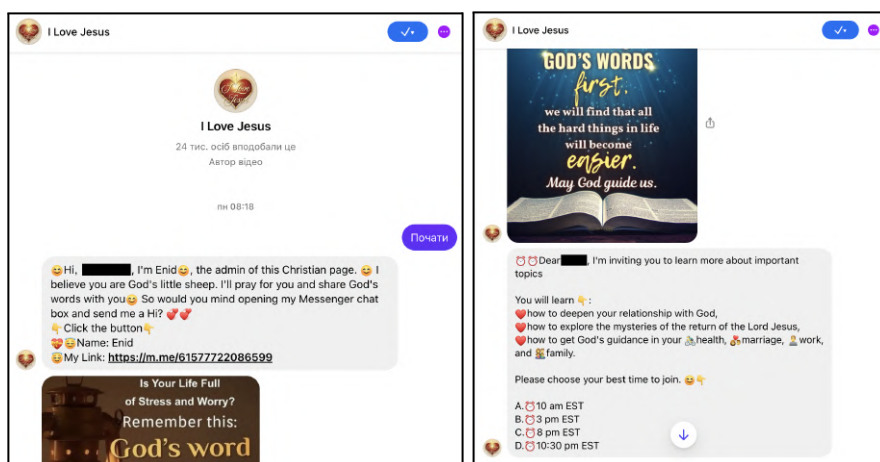
Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Крок 2. Публікують апокаліптичні дописи з посиланням на месенджер.



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Крок 3. «Доктори Богослов'я» так званої «ЦВБ» промивають мізки у месенджері



Джерело: скриншоти ЦЕДЕМ

Чому тактики «ЦВБ» працюють скрізь:

- **Соціальна інженерія через знайомі образи.** Ми здебільшого говоримо про соціальну інженерію в контексті [фішингу](#), хоча вона відіграє важливу роль і у діяльності клікбейтних сторінок. Так, у випадку «ЦВБ», вона «підлаштовується» під домінуючу релігійну ідентичність: у католицьких країнах — під католиків, у православних — під православних. Ба більше, окрім звичайних релігійних мотивів, для клікбейту можуть використовуватися і теми, які є характерними для тієї чи тієї країни (наприклад, в Україні такою темою є війна).
- **Алгоритмічна експлуатація платформ.** Емоційні дописи збирають реакції користувачів, і алгоритми платформи самі просувають їх далі.
- **Персоналізована «обробка» людей у месенджерах.** Закриті чати не підпадають під активну зовнішню модерацію і дозволяють планомірно і персоналізовано насаджувати потрібні меседжі: від загальних християнських посилів до специфічної доктрини «ЦВБ».

7. П'ять порад, як не потрапити «на гачок» маніпуляторів: народна мудрість у цифрову епоху

Щоб не стати жертвою маніпуляцій «ЦВБ» чи інших оманливих суб'єктів у соцмережах, гортаючи свою стрічку, важливо навчитися вчасно зупинятися, ставити під сумнів і перевіряти побачений контент.

Нижче — п'ять простих порад, які допоможуть розпізнати маніпулятивний контент і підвищити рівень власної інформаційної та цифрової безпеки. Це своєрідна народна мудрість, переосмислена для епохи соцмереж.

1) Не все те святе, що блищить. Особливо у стрічці Facebook. Яскравий пост з розмовляючими іконами чи святими — не обов'язково чесний чи благочестивий.

2) Лайкнути чи прокоментувати поспішиш — людей насмішиш. А «ЦВБ» потішиш. Кожен лайк — це «паливо» для алгоритмів і нагорода маніпуляторам. Коли клікаєте, ви сприяєте зростанню популярності контенту і сторінки, яка її поширює. Не поспішайте взаємодіяти з контентом, що «грає» на емоціях, адже маніпулятори саме на це й розраховують.

3) Сім разів перевір, один раз пошир. Перевіряйте інформацію про сторінки, за якими ви стежите. Для цього треба перейти на потрібну сторінку, вибрати розділ «Інформація» >>> «Прозорість сторінки». Зверніть увагу, коли вона була створена, які назви мала раніше, в якій країні/країнах знаходяться її адміністратори. Якщо сторінку створили недавно, вона за короткий час кілька разів змінила назву та/або нею керують адміністратори поза межами України — це привід насторожитися.

Якщо переглядаєте відео чи зображення, придивляйтеся до ознак ШІ. Іноді контент може містити позначку «Згенеровано ШІ» (зазвичай у куті відео чи зображення). Якщо позначки немає, гляньте на загальну композицію контенту — чи видається відео/зображення занадто глянцеvim, чи є якісь незрозумілі/нечитабельні тексти, чи є зайві пальці? Все це може вказувати на контент, згенерований ШІ. Також важливо завжди враховувати контекст публікації.

Загляньте на фактчекінгові проєкти на кшталт [НотаЄнота](#), [VoxCheck](#) та [StopFake](#). Вони регулярно повідомляють про нові схеми маніпуляцій і зрозуміло пояснюють, як від них захиститися.

І лише «сім разів перевіривши» сторінку та її контент, натискайте «поширити».

4) Репост не горобець — вилетить, не спіймаєш. Натискаєте «Поділитися» — і пост миттєво з'являється у стрічках друзів, запускаючи новий ланцюг коментарів, лайків і повторних шерів. Навіть якщо згодом видалите поширений пост, алгоритми вже «занесли» це у вашу взаємодію.

5) Дерево тримається корінням, людина сім'єю, а користувач соцмереж — критичним мисленням. Якщо допис «заграє» з вашими емоціями чи

переживаннями — це привід задуматися. Перед будь-якою взаємодією з контентом (а надто з емоційним) зробіть паузу й поставте два запитання: хто публікує і навіщо. Тільки таке критичне й виважене сприйняття інформації допоможе впоратись із невпинними потоками маніпуляцій у цифровому просторі.

Висновки

Історія так званої «Церкви Всемогутнього Бога» — це не про віру й не про богослов'я. Це історія про мережу спільнот, що майстерно експлуатують онлайн-платформи і цинічно паразитують на темах війни, патріотизму, релігії та вразливості людей, щоб оманливим шляхом збільшити кількість «прихожан» китайської секти і потенційно збирати з них «пожертви».

Ключові **інструменти цієї мережі — маніпуляція і брехня**. «ЦВБ» грає на емоціях людей, видає штучно згенеровані зображення за справжні, змінює зміст постів після того, як вони зібрали багато реакцій, і свідомо підштовхує людей до «одкровенень» лякалками про невідворотні катастрофи й апокаліпсиси. Такі оманливі й брехливі практики порушують заповіді, які та ж «ЦВБ» начебто мала б сповідувати.

Перед нами — не набір розрізнених сторінок, а мережа зі спільними сценаріями дій, централізованими «методичками» та інфраструктурою адміністрування за кордоном. У публічному просторі мережа маскується під «своїх» — православних українців, патріотів, «людей доброї волі». У приватному — насаджує доктрину секти, нав'язує «онлайн-проповіді», збирає персональні дані через додатки і розвиває ритуальну слухняність.

Відповідь має бути системною.

Платформи соціальних мереж мають систематично виявляти і чітко позначати сторінки (зокрема пов'язані з «ЦВБ»), що регулярно нарощують охоплення внаслідок публікації клікбейтного контенту. Ба більше, алгоритмічну поширюваність такого клікбейтного контенту необхідно обмежувати, бо це контент низької якості. Крім того, необхідно вдосконалити алгоритмічне виявлення ШІ-зображень і відео, які часто є складовою клікбейтних кампаній, і відповідно їх маркувати. Окремий пріоритет — відстеження постів, зміст яких було відредаговано після піку взаємодій, із додаванням більш видимих попереджень. Поширюваність таких постів теж варто обмежувати, якщо присутні ознаки оманливих маніпуляцій.

Громадські організації мають забезпечити послідовне документування кейсів і нових тактик маніпуляторів, готувати регулярні публічні звіти та брифінги для платформ і регуляторів, а також проводити адвокацію вдосконалення інструментів прозорості платформ. Останнє стосується, зокрема, підвищення прозорості сторінок, полегшення доступу дослідників до агрегованих метрик мережевої поведінки тощо. Також важливо доступно пояснювати користувачам механіку маніпуляцій через навчальні матеріали, короткі чек-листи та тренінги для цільових груп (школи, релігійні громади, волонтерські осередки, держслужбовці та інші), розгортати партнерства з фактчекерами і медіа для швидкого обміну виявленими патернами, а також розвивати канали співпраці з платформами для повідомлень про підозрілі мережі.

Користувачі мають відновити контроль над власною увагою та мінімізувати внесок у поширення маніпуляцій. Практична модель проста: зробити паузу перед взаємодією, перевіряти «Прозорість сторінки» (історію змін назви сторінки, країни адміністраторів), уникати лайків і репостів клікбейтних публікацій, активно скаржитися на оманливий контент та відписуватися від підозрілих джерел.

Головне правило інформаційної гігієни: замість «Амін» — скарга і відписка; замість репоста — перевірка прозорості сторінки; замість автоматичної довіри до «зворушливого відео чи фото» — питання «хто і навіщо це публікує». Така поведінка зменшує «паливо» для алгоритмів, ускладнює механізми вербування до «ЦВБ», і повертає користувачам контроль над власною увагою й безпекою в інформаційному та цифровому просторі.

