

УДК 323.266+327.88](470):323.272:94(477)«кв.-серп. 2014 р.»
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/91-2-10>

Геннадій ШТАН,
orcid.org/0000-0001-7697-706X
кандидат історичних наук,
доцент кафедри методологій крос-культурних практик
Харківської державної академії дизайну і мистецтв
(Харків, Україна) shtaing9@gmail.com

РОСІЙСЬКА ІНФОРМАЦІЙНА АГРЕСИЯ ПРОТИ УКРАЇНИ (КВІТЕНЬ-СЕРПЕНЬ 2014 Р.): ЗАГАЛЬНІ РИСИ

Статтю присвячено ролі та тактикам пропаганди Російської федерації в ході початкового етапу відкритої фази російської «гібридної» агресії проти України навесні-влітку 2014 р. Зазначено, що Революція гідності стала мішенню для розробки та активного поширення ряду пропагандистських наративів, спрямованих проти Української держави та українців, з метою їх дискредитації та ідеологічного обґрунтування агресивних дій Росії. Зокрема, демонізації було піддано Майдан, який визначався як збройний державний переворот задля захоплення влади, терору проти російськомовного населення та заборони російської мови. Задля цього поширювались рад термінів мови ненависті, зокрема: «українські націоналісти», «правосекі», «фашисти», «карателі», «укропи». Їм протиставлялись терміни, якими визначались представники російських окупаційних та проросійських сил: «ввічливі люди», «ополченці», «особливий народ Донбасу», «Новоросія». Найпопулярнішими прийомами пропаганди стали дегуманізація та поширення фейків – зокрема, в мережі Інтернет. Особливістю роботи російської пропаганди в даний період була надзвичайно висока щільність фейкових псевдоновин, які поширювались телевізійними каналами, із одночасним намаганням заблокувати віцання українських засобів масової інформації (зокрема, телебачення) на окупованих проросійськими сепаратистськими угрупованнями територіях Донбасу. Визначено основні етапи роботи російської пропаганди у зазначений період: лютий-березень (силове захоплення та анексія Криму, підготовка до подальших дій проти України); березень-квітень (підтримка створеної атмосфери ненависті, намагання дестабілізувати ситуацію на якнайбільшій частині її території); квітень-серпень 2014 р. (період найбільшої активності, інформаційне забезпечення дій сепаратистських угруповань та регулярних військ Росії на Донбасі).

Ключові слова: російська пропаганда, Революція гідності, «гібридна війна», дезінформація, мова ненависті.

Hennadii SHTAN,
orcid.org/0000-0001-7697-706X
Candidate of Pistorical Science,
Associate Professor at the Department of the Methodologies of Cross-Cultural Practices
Kharkiv State Academy of Design and Arts
(Kharkiv, Ukraine) shtaing9@gmail.com

RUSSIAN INFORMATION AGGRESSION AGAINST UKRAINE (APRIL-AUGUST 2014): GENERAL FEATURES

The article is devoted to the role and tactics of propaganda employed by the Russian Federation during the initial stage of the open phase of Russia's "hybrid" aggression against Ukraine in the spring-summer of 2014. Noted that the Revolution of Dignity became a target for the development and active dissemination of a number of propagandist narratives aimed against the Ukrainian state and Ukrainians, with the goal of discrediting them and ideologically justifying Russia's aggressive actions. In particular, the Maidan was demonized, being portrayed as an armed coup d'état intended to seize power, terrorize the Russian-speaking population, and ban the Russian language. For this purpose, a number of hate-speech terms were spread, including: "Ukrainian nationalists", "pravoseki", "fascists", "karateli", "ukropy". These were contrasted with the terms used to describe representatives of the Russian occupation and pro-Russian forces: "polite people", "militiamen", "the special people of Donbas", "Novorossiia". The most popular propaganda techniques included dehumanization and the dissemination and fake news – particularly online. A distinctive feature of Russian propaganda during this period was the extremely high density of fake pseudo-news spread through television channels, while simultaneously attempting to block the broadcasting of Ukrainian mass media (especially television) in territories of Donbas occupied by pro-Russian separatist groups. The main stages of Russian propaganda during this period are defined as follows: February-March (the forcible seizure and annexation of Crimea, preparation for further actions against Ukraine); March-April (maintaining the created atmosphere of hatred, attempts to destabilize the situation in as much of Ukraine's territory as possible); April-August 2014 (the period of greatest activity, with information support for the actions of separatist groups and regular Russian troops in Donbas).

Key words: Russian propaganda, Revolution of Dignity, "hybrid war", disinformation, hate speech.

Постановка проблеми. У 2014 році Українська держава та світ вперше зустрілись із широким та відкритим використанням Росією своєї новітньої системи пропаганди. Ефект її дії на той момент виявився значним: значна частина українців, зокрема, виявилась шокована потоком маніпуляцій та відвертих фейків, які перевантажували інформаційний простір й ускладнювали саме розуміння того, що відбувалось насправді (використовуючи так званий прийом «відкритого вентиля»). На даний момент, із урахуванням досвіду інформаційної боротьби 2022–2025 рр., в дослідників є можливість визначити основні напрямки роботи російської пропаганди проти України у зазначений період, її послідовність та основні наративи.

Хронологічні рамки статті (квітень-серпень 2014 р.) визначені періодом від початку збройного опору сепаратистів на території Донецької та Луганської областей до Іловайської трагедії. Саме у цей період російська пропаганда діяла із найбільшою ефективністю, використовуючи наративи, основа для яких була створена у період Революції гідності.

Аналіз основних досліджень. На даний момент діяльність російської пропаганди у зазначений період розглянута у ряді публікацій (Вакулич, Новодворська, 2023; Вовк, 2023; Тимчук, Карін, Машовець, Гусаров, 2016). Однак, необхідно зазначити, що жодна із них не розглядає проблему повністю, що робить тематику дослідження актуальною.

Мета статті – визначити головні наративи російської пропаганди в її роботі проти України після перемоги Майдану й анексії Криму, запропонувати періодизацію та визначення основних етапів її роботи у зазначений період.

Виклад основного матеріалу. Початок відкритої інформаційної війни Росії проти України було покладено у грудні 2013 – лютому 2014 р. із метою виправдати заплановану анексію Криму та майбутні заходи із створення т. зв. «Новоросії» на Донбасі, а також максимально мобілізувати прибічників «руського міра» в Україні. З початку 2014 року спостерігалась різка активізація антиукраїнської риторики в російських та проросійських ЗМІ. Характерним прийомом створення пропагандистської «картинки» стало залучення до зйомок сюжетів масової аудиторії – як місцевих мешканців із проросійськими поглядами, так і т. зв. «туристів Путіна» – громадян Росії, завезених для цього з території РФ. Метою акцій було штучне створення «народних протестів» для зйомки сюжетів та інформаційного забезпечення безпосередніх дій російських спецслужб на території України (Тимчук та ін., 2016: 210).

Важливе місце у російській пропаганді займав Майдан, демонізація якого набула надзвичайно яскравої форми. Згідно версії як офіційного Кремля («біла пропаганда»), так і пропагандистських ресурсів, в ході подій січня – лютого 2014 р. Так звані «українські націоналісти» силою захопили владу в Києві, зчинивши державний переворот під керівництвом дипломатів країн Заходу, задля чого 20 лютого 2014 р. провели провокативний розстріл співробітників міліції, спецпідрозділів «Беркут» та протестувальників. Нова українська влада визначалась як нелегітимна, радикальна та «фашистська» меншість, яка планувала провести терор проти усіх російськомовних та православних й заборонити використовувати російську мову. Активісти Майдану зображувались як сукупність «фашисти – зомбі – агресори» (Катеринчук, 2016: 226).

Важливу роль у пропагандистському визначенні Майдану відіграла характеристика Революції гідності як «приходу до влади хунти». Автори концепції (можливо, за участі особисто В. Путіна) у даному випадку, вочевидь, надихались радянськими пропагандистськими образами військових переворотів у державах Південної Америки у другій половині ХХ ст. Незважаючи на те, що нове керівництво України не мало нічого спільного із даними явищами, це не завадило Путіну ввести дане визначення до пропагандистського обігу, й активно його використовувати.

Протягом всього 2014 року російська пропаганда активно використовувала термінологію, яка отримала поширення в період силового захоплення та анексії Криму Росією (лютий-березень), коли агітпроп зіграв роль ідеологічного забезпечення російської операції. Як зазначають Д. Тимчук, Ю. Карін, К. Машовець та В. Гусаров, це був етап «інформаційної агресії» у Криму та «розкачування ситуації» на Донбасі (Тимчук та ін., 2016: 209). В основі її була широко розповсюджена на усі цільові аудиторії концепція про те, що «українські націоналісти» з «Правого сектору» збираються прибути до Криму, щоб чинити терор проти місцевого населення, від чого врятувати кримчан могла тільки Росія. В ході операції російських силових структур із встановлення контролю над півостровом як російські офіційні особи, так і пропаганда протягом довгого часу заперечували участь росіян у подіях, використовуючи позицію, яка отримала у медіа назву «іх там нет».

Всі ці прийоми активно використовувались РФ також і у розв'язуванні «гібридної війни» на Донбасі.

Загальновідомим із весни 2022 р. став термін «ввічливі люди», яким позначались російські вій-

ськові – учасники операції із захоплення Криму. Сам вираз був взятий із соціальних мереж й почав широко використовуватись пропагандою усіх рівнів через позитивну конотацію та відсутність необхідності розробляти більш складні терміни. Термін «ввічливі люди», паралельно із твердженнями В. Путіна про форму та спорядження окупаційних військ, які нібито можна «купити у воєнторзі», продемонстрував всю лицемірність російської агресивної державної та інформаційної політики.

У березні-квітні 2014 р. (до початку розгортання активної фази російської гібридної війни на Донбасі) пропаганда РФ переважно підтримувала гостроту ненависті до України та українців та намагалась дестабілізувати ситуацію на якнаймога більшій частині її території. Яскравим прикладом цього напрямку діяльності, спрямованої на демонстрацію «фашистської загрози» в Україні, була розтиражована ЗМІ заява Міністерства закордонних справ РФ (березень 2014 р.). В ній йшлося про те, що у потязі Москва-Кишинев 21 березня 2014 р. у м. Вінниця «до пасажирських вагонів увійшли люди в формі української повстанської армії», які перевіряли документи, змушували пасажирів із російськими паспортами віддавати гроші та золоті прикраси, супроводжуючи грабунок «політичною роз'яснювальною роботою» (Астапкович, 2014). Саме таким чином пропаганда інтерпретувала дії української міліції, що проводила пошукові дії щодо розслідування заяви про крадіжку...

12 квітня 2014 р. російський диверсійний загін, очолюваний Ігорем Гіркіним («Стрелковим»), під прикриттям місцевих сепаратистів захопив місто Слов'янськ на Донеччині, що стало поштовхом для створення фейкового територіального об'єднання «Новоросія». Із цього моменту розпочалась активна фаза російської інформаційної агресії, спрямованої на загальну дестабілізацію України.

Період з березня 2014 р. до початку 2015 р. став найбільш ефективним у інформаційному впливі російської пропаганди на українську цільову аудиторію. Характерним для цього етапу (в першу чергу – саме в період до серпня 2014 р.) стало найбільш масоване використання інформаційного ресурсу Кремля та насичення своїм контентом українського інформаційного потоку. При цьому російські медіа намагались витіснити українські ЗМІ із схеми поточного інформування. На територіях Донецької та Луганської областей це супроводжувалось блокадою українських ресурсів із метою повного «занурення» населення у росій-

ське інформаційне поле, що (разом із неефективністю інформаційної протидії з українського боку) мало вирішальне значення для забезпечення створення псевдореспублік «ДНР» та «ЛНР».

Необхідно зазначити, що в самій РФ медіаландшафт є жорстко контрольованим. При цьому використовувалась, як зазначає дослідниця А. Хатсенко, «гібридна модель контролю, що включає поєднання цензури радянського зразка із сучасними цифровими маніпуляціями», що робить російську пропаганду особливо ефективною (Hatsenko, 2025).

Метою інформаційних заходів із початку бойових дій на Донбасі було забезпечення боротьби проросійських воєнізованих формувань та ЗС РФ проти ЗСУ, внесення розладу в інформаційний простір України, створення перешкод мобілізації до лав української армії та Національної гвардії.

Особливістю роботи з боку російських ЗМІ навесні-влітку 2014 р. була надзвичайна щільність інформаційних повідомлень (по декілька випусків новин протягом кожної години) із нагнітанням негативних настроїв. При цьому використовувались сформовані протягом попередніх місяців твердження, такі, як:

- Українська влада залишає жителів Східної України напризволяще перед нібито неминучою (як напередодні у Криму) навалою «Правого сектору»;
- В Україні діють солдати НАТО, які навчають українців убивати;
- Магазины в містах порожні, незабаром розпочнеться голод;
- Пального залишилося на кілька днів (Тимчук та ін., 2016: 212–213).

Надзвичайне поширення пропагандою отримали в даний період сформовані або вигадані специфічні *терміни новоязу*, які: а) спотворювали реальний стан речей у суспільстві; б) спрощували ситуацію задля «правильного» розуміння її наймаргінальнішими прихильниками Росії, підштовхуючи їх до протестних настроїв та радикальних дій у потрібному напрямку. Такими стали: «київський режим», «бендеровці», «майдануті», «фашисти» (будь-які активні супротивники «руського міра»); «карателі», «укропи» (ЗСУ, Національна гвардія); «особливий народ Донбасу», «Новоросія», «ополченці» (проксі-«республіки» «ДНР» та «ЛНР», члени проросійських незаконних збройних формувань) (Вакулич, Новородовська, 2023: 124). Також активно використовується термін «громадянська війна», який був введений до політичного вжитку із 2004 року. Із 2014 року дане формулювання мало на меті приховати дії російських проксі на Донбасі й виправдати їх злочини

(Хорунжий, 2016). Особливе місце зайняв термін «фашисти», який регулярно використовувався ще радянським агітпропом задля дискредитації представників будь-яких народів, які виступали проти російської експансіоністської політики.

Із перших днів загострення ситуації на Донбасі навесні 2014 р. в інформаційному впливі широко використовувались ресурси УПЦ Московського патріархату. У проповідях та літературі цієї конфесії поширювались ідеї «громадянської війни», оцінка Майдану як нелегітимного державного перевороту, що розгорнув Україну від «святої Русі» до «безбожного Заходу». Тих, хто воює проти ідей «руського міра», у церковній пропаганді визначали як не православних, а «уніатів» (Novorun, 2020: 7). В ході бойових дій на Донбасі неодноразово відмічено факти використання церков УПЦ МП у якості центрів агентурної та логістичної діяльності «ополченців», а також безпосередню участь священників УПЦ МП в бойових діях.

Завдяки надзвичайній щільності інформаційного впливу, який продовжувався цілодобово та щоденно протягом тривалого часу, у глядачів створювалось відчуття паралельної, альтернативної, інформаційної реальності, яка намагалась підмінити собою дійсність (Вовк, 2023: 15). Як зазначає Д. Кіллаген, це стало реалізацією концепції «рефлексивного контролю», розробленої в СРСР з 60-х років. Метою реалізації його у пропаганді в 2014 р. стало відвертання уваги цільової аудиторії від реального розвитку подій, перевантаження об'єктів інформацією, їх виснаження, провокування на реалізацію потрібних маніпуляторів дій (Кіллаген, 2024).

В роботі на проросійські цільові аудиторії пропаганда працювала із активацією тригерів, закладених у свідомість споживачів протягом попередніх місяців («фашисти», «заборона російської мови», «колективний Захід» та США у якості образу ворога тощо) або років (економічні проблеми України, нібито «високий» рівень зарплат та пенсій в РФ, туга за радянським минулим). В умовах інформаційного «занурення» (шляхом інформаційної блокади, надзвичайної щільності фейкових «новин» та систематичної роботи «тролів» у соціальних мережах) такий вплив став дуже ефективним не тільки в Донецькій та Луганській, а й у Харківській області, а також у деяких районах Запорізької, Дніпропетровської, Одеської та Миколаївської областей.

Основними напрямками російської пропаганди, спрямованої на українську цільову аудиторію, у середині 2014 р. були наступні:

1) «Тяжкий» стан української економіки: «дефолт», «спустошення українського золотовалютного резерву»;

2) «Гуманітарна катастрофа», яка неминує на Сході України й пережити яку може допомогти тільки Росія;

3) Замовчування присутності російських військових на Сході України, осміювання та дискредитація доказів їхньої діяльності. Дана операція, метою якої було повне заперечення причетності Росії до військових дій на Донбасі та твердження того, що цьому нібито немає жодних доказів, стала довгостроковою й продовжувалась до 2022 р.;

4) «Злочини українських націоналістів», ЗСУ та Нацгвардії проти мирного населення, масова загибель українських солдат в бою та збагачення українських генералів. Популярними звинуваченнями стали «побиття та вбивства на Майдані» співробітників спецпідрозділів «Беркут», «спалення живцем невинних громадян» у одеському Будинку профспілок 2 травня 2014 р., «мародерство українських карателів», «розстріли полонених ополченців», «артобстріли та бомбардування мирних кварталів» та ін. Найбільш одіозним з цих повідомлень за 2014 р. став відомий фейк російського «Першого каналу» про «розп'ятого хлопчика»;

5) «Героїчна боротьба» «ополченцев» за «свободу Донбасса». В самому Донбасі проводилась популяризація т. зв. «історії Новоросії», російських традицій, історії та державних цінностей РФ, підготовка населення до отримання російських паспортів. У соцмережах поширювались чутки про неминучість швидкого приєднання «ДНР» та «ЛНР» до Росії.

Яскравою ілюстрацією роботи російської пропаганди стало використання нею трагедії в одеському Будинку профспілок 2 травня 2014 р. В ході даної інформаційної операції було надзвичайно активно використано риторику дегуманізації та «розлюднення». Задля емоційної «накачки» користувачів у антиукраїнському дусі стало протиставлення одеситів (які, як стверджувалось, були виключно проросійськими та такими, що переживали за статус російської мови в Україні) та «фашистських радикалів», які нібито приїхали із Києва та Львова заради того, щоб їх убити. Одеський Будинок профспілок на російському ТБ порівнювали із Хатинню – у майбутньому цей прийом став використовуватись настільки часто, що через це майже втратив свій вплив на користувачів. Задля підсилення почуття ненависті також повідомлялось, що члени «Правого сектору» нібито взяли будівлю штурмом, вбивали, гвалту-

вали, катували, розчленовували чоловіків, жінок (у тому числі вагітних) та дітей. Пожежа описувалася як «спланована бійня», якій передував «наказ на знищення», а також як «ритуальне вбивство» та «спеціальна сатаністська операція» (ЦСКІБ, 2023). Через надзвичайну кількість «вкиннутих» фейків та версій події 2 травня 2014 р. перетворились у свідомості багатьох росіян та українців на своєрідний міф, який кожен з них трактував у залежності від власних політичних поглядів.

Після розгортання на Донбасі активних бойових дій російська пропаганда також розпочала реалізовувати комплекс заходів, спрямовані на зрив мобілізації до ЗСУ. Загальною їхньою метою стало нав'язування українському суспільству думку про марність та ущербність призову військовозобов'язаних для створення резерву сил АТО. Зокрема, поширювався мем «Мобілізація вбиває!» та чутки про примусовий призов (теза про те, що українців нібито хапають на вулицях, знімають із потягів та відправляють на службу). Крім того, реалізовувались інформаційні заходи, спрямовані на зниження морального духу українських військових та добровольців – як в цілому, так і стосовно конкретних операцій на фронті. У якості таких розповсюджувались фейкові повідомлення «від очевидців та учасників» про нібито масову загибель військовослужбовців, важкі побутові умови й нестачу спорядження, зловживання та некомпетентність безпосередніх командирів і вищого керівництва АТО та держави. Зокрема, у серпні 2014 р. (напередодні вторгнення російських військ та флангового удару у секторі «Д», що призвів до Іловайської трагедії) на телефонні номери українських солдатів та офіцерів на ділян-

ках запланованих Генштабом РФ проривів масово надсилались фейкові повідомлення нібито від бійців сусідніх підрозділів про поразки, масові втечі та створені «котли» (Горбулін та ін., 2017: 263).

Висновки. 2014 рік став найефективнішим у роботі російської пропаганди на українську цільову аудиторію за увесь період антиукраїнської агресії путінської держави. Це був один із перших випадків реалізації «активних засобів» роботи сучасної пропагандистської машини зразка ХХІ століття, які неодноразово спостерігались у наступні роки. Кампанія російських пропагандистів продемонструвала можливості широкого використання Інтернету для ефективного впливу (ведення «чорної» пропаганди, створення фейкових сторінок організацій із розміщенням на них інформації провокативного змісту, діяльність ботоферм та «тролів» задля «розгону» наративів із впливом на емоції користувача тощо). Іншою особливістю стало масоване використання фейкових «новин» та ТБ та у пропагандистській пресі, які завдяки надзвичайній щільності та активності створювали у об'єктів впливу відчуття існування повномірної реальності – виключно фейкової, такої, яка була необхідна на той момент політичному керівництву РФ.

Російська пропагандистська кампанія 2014 р. продемонструвала необхідність розуміння та наявності навичок фактчекінгу для будь-якого сучасного користувача ЗМІ та мережі Інтернет. В організованому, ретельно спланованому потоці брехні та дезінформації, який виявилась здатною реалізувати рашистська пропаганда, критичне мислення стало необхідною навичкою для орієнтації та розуміння істини у інфопросторі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Астапкович В. В МИД РФ возмущены ограблением россиян в поезде в украинской Виннице. *РИА Новости* : веб сайт. 24.03.2014. URL: <https://ria.ru/20140324/1000824035.html> (дата звернення: 23.04.2025).
2. Вакулич В., Новородовська Н. Російська пропаганда агресії проти України (2014-2021 рр.). *Український інформаційний простір*. 2023. № 11. С. 119-132.
3. Вовк С. О. Створення альтернативної реальності: стратегія російської пропаганди в контексті російсько-української війни. *Політикус*. 2023. Вип. 5. С. 14-18.
4. Катеринчук П. Російська пропаганда як інструмент зовнішньополітичної стратегії щодо України. *Історико-політичні проблеми сучасного світу*. 2016. Т. 33-34. С. 222-229.
5. Кілгаллен Д. Драconi і змії: еволюція ворогів Заходу та майбутні загрози: пер. з англ. О. Михельсон. Київ : Наш Формат, 2024. 360 с. URL: <https://nashformat.ua/products/drakony-i-zmii-Voltaire-vorogiv-zahodu-ta-manhunt-zagrozy-709563> (дата звернення: 23.04.2025)
6. Світова гібридна війна: український фронт / за заг. ред. В. П. Горбуліна; Національний інститут стратегічних досліджень. Київ : НІСД, 2017. 495 с.
7. Тимчук Д., Карін Ю., Машовець К., Гусаров В. Вторгнення в Україну: хроніка російської агресії. Київ : Брайт Букс, 2016. 240 с.
8. Хорунжий Г. Війна Росії проти України: російська пропаганда як складова «гібридної війни». *Освіта регіону. Політологія. Психологія. Комунікації*. 2016. № 4. С. URL: <https://social-science.uu.edu.ua/article/1392> (дата звернення: 25.04.2025).

9. Центр стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки України (ЦСКІБ). 2 травня в Одесі: як Кремль розпалював війну в Україні. *Spravdi* : веб-сайт. 2023. URL: <https://spravdi.gov.ua/2-travnya-v-odesi-yak-kreml-rozpalyuvav-vijnu-v-ukrayini> (дата звернення: 23.04.2025).
10. Hatsenko A. Myths & Propaganda: The Legacy of the USSR in modern Russia. *INVED: institut zur verteidigung der europäischen demokratien*. 2025. URL: <https://inved.eu/insight/myths-propaganda-the-legacy-of-the-ussr-in-modern-russia/> (date of application: 17.09.2025).
11. Hovorun C. War and Autocephaly in Ukraine. *Kyiv-Mohyla Humanities Journal*. 2020. Issue 5. P. 1-25.

REFERENCES

1. Astapkovych V. (2014) V MYD RF vozmushcheny ohrablenyem rossyian v poezde v ukaynskoi Vynnytse [The Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation are outraged by the robbery of Russians on a train in Vinnytsia, Ukraine]. *RIA Novosti*, 24.03.2014. [in Russian].
2. Vakulych V., Novorodovska N. (2023) Rosiiska propahanda ahresii proty Ukrainy (2014-2021 rr.) [Russian propaganda of aggression against Ukraine (2014-2021)] Ukrainian information space, Kyiv, 11. 119-132. [in Ukrainian].
3. Vovk C. (2023) Stvorennia alternatyvnoi realnosti: stratehiia rosiiskoi propahandy v konteksti rosiisko-ukraynskoi viiny [Creating an alternative reality: Russian propaganda strategy in the context of the Russian-Ukrainian war]. *Politykus*, Odessa, 5. 14-18. [in Ukrainian].
4. Katerynychuk P. (2016) Rosiiska propahanda yak instrument zovnishnopolitychnoi stratehii shchodo Ukrainy [Russian propaganda as an instrument of Ukraine's foreign policy strategy]. *Istoryko-politychni problemy suchasnogo svitu*, Chernivtsi, 33-34. 222-229. [in Ukrainian].
5. Kilkallen D. (2024) Drakony i zmii: evoliutsiia vorohiv Zakhodu ta maibutni zahrozy [Dragons and Serpents: The Evolution of the West's Enemies and Future Threats]. *Nash Format*, Kyiv. 360. [in Ukrainian].
6. Horbulin V. (2017) Svitova hibrydna viina: ukraiynskyi front [Global Hybrid War: Ukrainian Front]. *National Institute for Strategic Studies*, Kyiv. 495. [in Ukrainian].
7. Tymchuk D., Karin Yu., Mashovets K., Husarov V. (2016) Vtorhennia v Ukrainu: khronika rosiiskoi ahresii [Invasion of Ukraine: a chronicle of Russian aggression]. *Brait Buks*, Kyiv. 240. [in Ukrainian].
8. Khorunzhyi H. (2016) Viina Rosii proty Ukrainy: rosiiska propahanda yak skladova «hibrydnoi viiny» [Russia's war against Ukraine: Russian propaganda as a component of "hybrid warfare"]. *Osvita rehionu. Politolohiia. Psykholohiia. Komunikatsii*, Kyiv, 4 [in Ukrainian].
9. Tsentr stratehichnykh komunikatsii ta informatsiinoi bezpeky Ukrainy (2023) 2 travnia v Odesi: yak Kreml rozpaliuvav viinu v Ukraini [May 2 in Odessa: how the Kremlin fueled the war in Ukraine]. *Spravdi* [in Ukrainian].
10. Hatsenko A. (2025) Myths & Propaganda: The Legacy of the USSR in modern Russia. *INVED: institut zur verteidigung der europäischen demokratien*
11. Hovorun C. (2020) War and Autocephaly in Ukraine. *Kyiv-Mohyla Humanities Journal*, Kyiv, 5. 1-25.

Дата першого надходження рукопису до видання: 23.09.2025
Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 29.10.2025
Дата публікації: 24.11.2025