

THESIS RESEARCH

<https://doi.org/10.17721/2522-1272.2020.76.15>

UDC 007:659.4:316.485.2(470+477)

The Main Narratives of Russian Propoganda as Impact-Generating Issues in Terms of Consciental War of Russia Against Ukraine

Nataliia Vashchenko

*Postgraduate Degree Seeker of Institute of Journalism
Taras Shevchenko National University of Kyiv
Y.Illienko Str., 36/1, Kyiv 04119, Ukraine*

Corresponding author's e-mail address: tannil@ukr.net

ABSTRACT

The objective of the study is to identify the main narratives of Russian propoganda as impact-generating issues in the Ukrainian media space in terms of consciental war of Russia against Ukraine.

The methods of theoretical and methodological analysis and generalization substantiate how intensive and massive penetration of Russian narratives is implemented in the media segment of Russia and post-Soviet countries, in particular Ukraine. The narratives of the modern and historical Russian propoganda are analyzed. It is shown that Russian propoganda consists of: 1) the veiled propoganda targeted at the population of Ukraine, which is close to the Ukrainian worldview in the system of coordinates, or which has an uncertain position (this type of propoganda aims to undermine the legitimacy and public support of the Ukrainian authorities); 2) The overt propoganda targeted mainly at the Russian-speaking population of Ukraine, which is in the system of coordinates close to the Russian worldview in the system of coordinates, or which has an uncertain position. Russian propoganda uses the narratives that manipulate using strong emotions. The narratives of the modern Russian propoganda – “*Crimes of the Armed Forces of Ukraine and Minsk Arrangements*” and “*Ukraine – “Failed State*” as well as the narratives of the historical Russian propoganda “*All Ukrainian Nationalists were Fascists*” and “*Ukraine Forgot about the Victory over Nazism*” are determined by the method of induction, deduction and generalization. These narratives are formed by virtual mythical facts, contain the concepts with powerful impact-generating potential and are the warfare by which it is implemented manipulation of strong emotions and consciental impact on the recipients in order to shift their identities.

KEYWORDS: modern Russian propaganda; historical Russian propaganda; narrative; concept; consciential war; Soviet identity.

УДК 007:659.4:316.485.2(470+477)

Головні наративи сучасної російської пропаганди як впливогенна проблематика в умовах консцієнтальної війни Росії проти України

Ващенко Наталія Миколаївна, Інститут журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка, здобувач.

Резюме

Мета дослідження – визначити головні наративи російської пропаганди в українському медіапросторі в умовах консцієнтальної війни Росії проти України.

Методом теоретико-методологічного аналізу та узагальнення обґрунтовано, як відбувається інтенсивне та масоване просування російських наративів в медійному сегменті Росії і країн пострадянського простору, зокрема України. Проаналізовано наративи сучасної та історичної російської пропаганди. Показано, що російська пропаганда складається з: 1) завуальованої пропаганди, спрямованої на населення України, яке перебуває у світоглядній системі координат, близькій до української, або яке має невизначену позицію (цей тип пропаганди має на меті підірвати легітимність та суспільну підтримку української влади); 2) відкрита пропаганда, націлена переважно на російськомовне населення України, яке перебуває у світоглядній системі координат, близькій до російської, або займає невизначену позицію. Російська пропаганда використовує наративи, які маніпулюють сильними емоціями. Методом індукції, дедукції та узагальнення визначено наративи сучасної російської пропаганди: «Злочини ЗСУ та Мінські домовленості» та «Україна – “Failed State”», а також наративи історичної пропаганди: «Всі українські націоналісти були фашистами» чи «Україна забула про перемогу над нацизмом». Ці наративи формуються міфічними «фактами», містять концепти з потужним впливогенним потенціалом і є зброєю, за допомогою якої намагаються маніпулювати сильними емоціями, консцієнтально впливати на реципієнта з метою його ідентифікаційного перевербування.

Ключові слова: сучасна російська пропаганда; російська історична пропаганда; наратив; концепт; консцієнтальна війна; радянська ідентичність.

Ващенко Н.Н. Главные нарративы российской пропаганды как проблематика, которая является источником влияния на аудиторию, в условиях консциентальной войны России против Украины

Цель исследования – определить главные нарративы российской пропаганды, в украинском медиа-пространстве в условиях консциентальной войны России против Украины.

Методом теоретико-методологического анализа и обобщения выяснено, как происходит интенсивное и массивное продвижение российских нарративов в медийном сегменте России и стран постсоветского пространства, в частности Украины. Проанализированы нарративы современной и исторической российской пропаганды. Показано, что российская пропаганда состоит из двух типов: 1) завуалированная пропаганда, направленная на

население Украины, которое находится в мировоззренческой системе координат, близкой к украинской, или которое занимает неопределенную позицию (этот тип пропаганды имеет целью подорвать легитимность и общественную поддержку украинской власти); 2) открытая пропаганда, нацеленная преимущественно на русскоязычное население Украины, которое находится в мировоззренческой системе координат, близкой к российской, или занимает неопределенную позицию. Российская пропаганда использует нарративы, которые манипулируют сильными эмоциями. Методом индукции, дедукции и обобщения определены нарративы современной российской пропаганды: «Преступления ВСУ и Минские договоренности» и «Украина – “Failed State”», а также нарративы исторической российской пропаганды: «Все украинские националисты были фашистами» или «Украина забыла о победе над нацизмом». Эти нарративы формируются мифическими «фактами», содержат концепты с мощным потенциалом воздействия и являются оружием, с помощью которого пытаются манипулировать сильными эмоциями, концентрированно влиять на реципиента с целью его идентификационной перевербовки.

Ключевые слова: современная российская пропаганда; российская историческая пропаганда; нарратив; концепт; концентрированная война; советская идентичность.

1. Вступ

До початку ХХІ ст. основною формою традиційної війни була війна на виснаження та фізичне знищення супротивника – його збройних сил, оборонного, економічного і демографічного потенціалу. У період Першої та Другої світових війн така форма військового протистояння була посилена за рахунок пропаганди, яка набула великого значення через використання медіа як потужного інструменту управління суспільною думкою.

Нині війна має неявно виражений характер. Вона охоплює, крім збройних сил і дипломатичних каналів, інформаційну, соціальну, культурну, світоглядну, технологічну сферу, а також науку, психологію і внутрішній світ людини.

Через свою складність та динамічність можна говорити про «концентрировану» війну, яка передбачає проведення системи інформаційно-пропагандистських та психологічних заходів із залученням медіа, культури та мистецтва як засобів впливу на окрему особистість і маси населення протягом тривалого часу. Предметом поразки і знищення в такій війні стають певні типи свідомості, натомість їхні носії будуть збережені, якщо відмовляться від форм свідомості, що є предметом руйнування та ураження. При цьому знищення певних типів свідомості передбачає переорганізацію спільнот, які консоліднують такі типи свідомості. Отже, концентрирована війна є комплексною формою впливу на народ держави супротивника.

У такій війні держава супротивника буде «підірвана зсередини»: влада втратить довіру населення, керівництво країни і збройних сил буде дезорієнтоване, оскільки будь-яке управлінське рішення буде викликати саботаж і, як підсумок, армію супротивника зустрічатимуть в країні як армію визволителів. Навіть якщо армія такої держави збереже морально-психологічну стійкість і бойову міць, то, не маючи підтримки населення, без управлінських рішень керівництва країни, вона, у кращому випадку, зможе здійснити лише частковий опір, організований на свій страх і ризик окремими командирами [1, с. 44–45].

З розвитком у ХХІ ст. сучасних інформаційних технологій змінилися способи поширення пропаганди та механізм її впливу на суспільство. Внаслідок цього пропаганда стала складником концентрированої війни, що робить можливим проведення інформаційно-пропагандистських та психологічних заходів із залученням медіа для впливу на окрему особистість і маси населення протягом тривалого часу.

Консцієнтальна війна (лат. *conscientia* – свідомість, сумління) – війна на ураження свідомості, руйнування ідентичності, а також самої здатності людини до само ідентифікації [2].

У конфлікті на сході України одну з ключових ролей відіграє саме консцієнтальна війна Росії проти України, спрямована на зміну свідомості громадян України. Завданням консцієнтальної війни є знищення ментальних структур особистості, її моральних установок, системи цінностей і як результат – національної ідентичності. Така війна працює у віртуальному просторі і має довготривалий стратегічний характер, залишаючи жертву живою, але зі зміненою системою цінностей.

Впливогенна проблематика в умовах сучасної консцієнтальної війни Росії проти України знаходиться в площині колективного несвідомого, де концепти *фашисти*, *бандерівці*, *хунта*, *картелі* відображають світоглядно-ціннісні архетипи частини українського суспільства з радянською ідентичністю і є одним з ключових інструментів впливу в цій війні. Через роботу з цими архетипами відбувається підміна понять та поступова зміна культурного коду української нації. Росія як супротивник України не тільки розуміє архетипи як фундаментальні цінності цієї частини українського суспільства, але і ефективно на них впливає.

Концепти *фашисти*, *бандерівці*, *хунта*, *картелі* як архетипи та носії радянської ідентичності, що виникли в результаті консцієнтальної війни, мають особливий вплив, оскільки формуються переважно віртуальними «фактами» (відсоток яких коливається в діапазоні 78,1% – 100%), і по своїй суті є міфічними [3]. Ці концепти призначені забезпечити підтримку агресивної політики антиукраїнських сил. Нівелюючи, осміюючи дії та цінності Майдану, відносячи їх до сфери «низького» та небезпечного, вони, тим самим, спрямовані на руйнування в Україні української ідентичності та відродження радянської ідентичності. Зазначені ключові концепти відповідають міфам, створеним ще за часів Радянського Союзу, і відродженим у контексті сучасної консцієнтальної війни Росії проти України. Саме ці міфи та концепти як архетипи є найпотужнішими, оскільки знаходяться в колективному несвідомому кількох поколінь не лише росіян, а й частини громадян України. Сформоване у населення СРСР уявлення про Велику Перемогу, де визволителі боролись проти *фашистів*, *бандерівців*, *картелів*, унеможливило для пересічної людини раціональне спростування міфічних «фактів» про події в Україні, переводячи конфлікт із раціонального (інтереси) на емоційний ґрунт. Так культивується Образ Ворога, а саме образ України як нібито країни фашизму та образ «ворогів» зі США, НАТО, ЄС, які нібито намагаються знищити Росію. У результаті, населенню України, передусім у східних та південних областях, нав'язується специфічний світогляд, який спонукає підтримувати дії Москви [3, с. 34–35].

Мета статті полягає у визначенні головних наративів російської пропаганди як впливогенної проблематики в українському медіапросторі в умовах консцієнтальної війни Росії проти України.

Завданнями дослідження є:

- розглянути, яким чином відбувається інтенсивне та масоване просування російських наративів у медійному полі Росії і країн пострадянського простору, зокрема України;
- з'ясувати, у чому полягає головне зняття сучасної російської пропаганди та головна небезпека російського впливу;
- проаналізувати наративи сучасної та історичної російської пропаганди й виокремити серед них ті, які містять концепти з потужним впливогенним потенціалом, маніпулюючи сильними емоціями;

- проаналізувати взаємопов'язаність наративів, які маніпулюють сильними емоціями і консцієнтально впливають на реципієнта з метою його ідентифікаційного перевірення;
- розглянути два типи російської пропаганди в Україні: завуальовану пропаганду, спрямовану на населення України, яке перебуває у світоглядній системі координат, близькій до української або яке займає невизначену позицію, та відкриту пропаганду, спрямовану переважно на ту частину населення України, яке перебуває у світоглядній системі координат, близькій до російської або яке займає невизначену позицію.

2. Теоретичне підґрунтя

Українські вчені зробили значний внесок у дослідження російської пропаганди, перебуваючи на передовій цієї боротьби. Проведено вже досить багато як теоретичних досліджень цього феномену, так і практичних моніторингових досліджень українських масмедіа на предмет поширення ними російської пропаганди, а також досліджень впливу російської пропаганди на громадян інших країн.

Серед іноземних науковців, які досліджують сучасну російську пропаганду, можна відзначити таких авторів: М. Вайс, К. Гілес, А. Дубас, Е.Лукас, М. Метьюс, Б. Німмо, К. Паул, П. Померанцев, М. ван Херпен.

Проблематику російської пропаганди в теоретичному вимірі досліджують такі українські науковці:

Ю. Бокоч, М. Гетьманчук, В. Горбулін, А. Демартино А. Киричок, О. Кундеус, О. Лазоренко, О. Петасюк, С. Стецюк, Т. Фісенко (в контексті російської гібридної війни), Ю. Горбань, І. Малик, Я. Малик, А. Савич, Н. Семен, Т. Черпак (в контексті інформаційної війни), К. Гмирянська, О. Куцька, С. Радзіковський, О. Саєнко, М. Середенко, В. Федоренко, П. Шевчук (в контексті інформаційно-психологічного впливу російської пропаганди), С. Пахоменко, Я. Примаченко (в контексті ідентичності), В. Бушанський, Н. Войтович, Р. Кравець, І. Малик, О. Підлущкий (в контексті міфів російської пропаганди), Н. Авер'янова, О. Гапєєва, Р. Гула, О. Задорожний, А. Іванець, М. Коропатник, С.Котова, В. Лозовий, І.Любчик, Є. Магда, О.Мосієнко, Я. Примаченко, О. Розумний, Д. Торопчин (в історичному вимірі), Т. Бєвз, А. Гордієнко, В. Гурковський, А. Даценко, П. Дворянин, В. С. Залкін, Н. Еляшевська, А. Каверіна, В.Лизанчук, Л. Лясота, Н. Малімон, І. Малик, Г. Певцов, О. Ролінська, С. Сідченко, Н. Федоронько, К. Хударковський (в контексті проблеми пропаганди в українському медіапросторі); А. Денисова, Н. Семен, М. Семен (в контексті російського медіапростору).

Проте специфіку використання наративів російською пропагандою вивчено ситуативно (Д. Дубов, С. Жаботинська, О. Куцька, Л. Лясота, І. Малик, А. Марущак, Д. Павлов, В. Федоренко, Р. Хаба), а головні наративи російської пропаганди в українському медіапросторі в контексті консцієнтальної війни проти України цілком не досліджено, що визначає новизну цієї розвідки. Вважаємо, що таке дослідження є актуальним і своєчасним для збереження національної безпеки нашої держави в умовах гібридної російської агресії проти України.

Для визначення поняття «наратив» сучасної російської пропаганди, розглянемо комплексне дослідження «Слова та війни: Україна в боротьбі з Кремлівською пропагандою», в якому цей термін представлено найширше [4].

Автори цієї колективної праці пишуть про те, що з часу розпаду СРСР та приходу до влади Владіміра Путіна Росія веде інформаційно-психологічну війну, яка має свій власний дискурс. Для цього було побудовано систему пропаганди на основі маніпуляції масовою свідомістю та внесенні у свідомість цілеспрямованої дезінформації й фейків, щоб

впливати на внутрішню аудиторію (всередині Росії) та зовнішню аудиторію – пострадянський простір, Європу, Америку і решту світу.

У дослідженні зазначається, що сучасні інформаційно-психологічні війни відбуваються не на полі бою, а в головах людей. Тому Росія використовує свідомість людей як основний театр військових дій, а не додатковий, як вважалось довгі роки.

Ідеологічним підґрунтям сучасної російської пропаганди є цивілізаційні проекти «Євразійський союз» та «русский мир» (складається з православної віри; російської мови та культури; спільної історичної пам'яті та зі спільних поглядів на суспільний розвиток). Ці проекти мають на меті інтернаціоналізувати цінності «русского мира», створивши тим самим альтернативну західній системі цінностей, щоб підірвати демократичні й ліберальні ідеї Заходу.

«Інформаційно-психологічний вплив» – збірне поняття, яке посідає важливе місце в зовнішній та внутрішній політиці Росії, охоплює багатогранність методів, що їх використовує Росія в інформаційному полі.

В умовах існування «постправди» виділено три складники інформаційно-психологічної війни: пропаганда, дезінформація та інший психологічний вплив. Така потрібна комбінація представлена як «наратив» – додаткове повідомлення, яке Росія додає до факту, викривляючи його там, де потрібно, або ж повністю замінюючи ним факт, створюючи та поширюючи цілком нове сприйняття реальності [4, с. 79–82].

Автори наголошують, що завдяки використанню наративу максимально нівелюється значення фактів. Поняття «наративу» як «додаткового повідомлення», яке Росія додає до факту або яким повністю замінює факт, є ключовим маніпулятивним елементом інформаційно-психологічної війни. Тому пропаганда та дезінформація в наративах розглядається не як окремі елементи, а як такі, що взаємодоповнюють один одного. При цьому, наратив інформаційно-психологічної війни, притаманний російській пропаганді, можна розглядати і як самостійне явище, і як складник гібридної війни [4, с. 86–87].

Позиціонуючи себе як жертву інформаційної агресії Заходу, Росія вибудувала наратив, в якому важливим залишається не лише вплив на країну-ворога, а й чітке окреслення зовнішнього ворога всередині країни задля легітимації своїх дій. Так, наратив «убивать киевскую хунту» («вбивати київську хунту»), який активно поширювали російські пропагандисти з часу Революції Гідності в Україні 2013–2014 рр., є частиною головного російського наративу про те, що революція в Україні була «фашистським переворотом», після якого до влади прийшла «хунта».

Отже, окреслено чітку різницю між зовнішніми та внутрішніми напрямками пропаганди. Пропаганда назовні намагається довести, що РФ нічим не гірша за країни Заходу. Натомість внутрішня пропаганда зосереджена навколо образу ворога – це Сполучені Штати і «українські нацисти/фашисти», яких США нібито «підтримують» [4, с. 96].

У дослідженні доведено, що російська пропаганда є не тільки фейком, вона часто маніпулює напівправдою, часом грає на реальних проблемах або напівтонах. Тому передусім російська пропаганда є наративом – цілим мереживом повідомлень, тверджень, аргументів, образів, метафор, правдивих чи ні, які мають певну мету – знищення іншого. Логіка цієї пропаганди полягає в дотриманні стратегії знищення або певної реальності, або певних сенсів [4, с. 110].

Отже, виходячи з концепції консцієнтальної війни, яка є психологічною за формою, цивілізаційною за змістом та інформаційною за засобами її ведення [5], можна зробити висновок, що російська пропаганда, в основу якої закладено маніпуляції масовою свідомістю через мережу наративів, дезінформацію та фейки, є складником саме консцієнтальної війни, яку проводить Росія проти України, адже має не тільки інформаційний та психологічний компоненти, а й цивілізаційний – у формі російських цивілізаційних проектів «Євразійський союз» та «русский мир». І тому, на нашу думку, інтернаціоналізація

ідей «русского мира», а саме цивілізаційне перевербування та руйнування ціннісних установок і України, і західної цивілізації, відбувається через здійснення не «інформаційно-психологічного впливу», а саме «консцієнтального впливу». Адже розділяючи історичні цінності «русского мира», приймаючи православ'я, засвоюючи російську мову та культуру, відбувається прийняття свідомого цивілізаційного вибору, в результаті якого громадяни будь-якої країни та національності (насамперед пострадянського простору) стають «руськими» і втрачають частково або повністю свою національну ідентичність.

3. Методи дослідження

Для досягнення мети дослідження застосовано такі методи: методом теоретико-методологічного аналізу та узагальнення обґрунтовано, яким чином відбувається інтенсивне та масоване просування російських нарративів як в медійному сегменті Росії, так і країн пострадянського простору, зокрема України; з'ясовано, у чому полягає головне знаряддя сучасної російської пропаганди та головна небезпека російського впливу; проаналізовано нарративи сучасної та історичної російської пропаганди; показано, що російська пропаганда в Україні, складається з двох типів: завуальованої та відкритої пропаганди з використанням нарративів, через які здійснюється маніпуляція сильними емоціями. Методом індукції, дедукції та узагальнення визначено ті нарративи російської пропаганди, які містять концепти з потужним впливогенним потенціалом *фашисти, бандерівці, хунта, карателі*, і є консцієнтальною зброєю. Методом систематизації створено вибірку ключових концептів та нарративів сучасної російської пропаганди в умовах консцієнтальної війни Росії проти України.

4. Результати і обговорення

Вразливість населення України перед російською пропагандою є високою завдяки її активному поширенню українськими медіа по всій території країни [6], а також засобами масової інформації Росії та країн пострадянського простору, що значною мірою зменшує здатність нашої країни протистояти дезінформаційним кампаніям Кремля.

Однак від російської пропаганди потерпає не тільки Україна. Соціологічні наслідки її впливу можна спостерігати в країнах Вишеградської групи, а політичні – на прикладі таких країн як Великобританія під час Brexit, США під час президентських виборів, Німеччина, Франція, Іспанія. Насправді, ні в Україні, ні в світі ще ніхто по-справжньому не починав протидіяти російській пропаганді. Країни Центральної Європи та Балтії від обговорення фейків і дезінформації тільки почали переходити до питання нарративів російської пропаганди, що є значно ширшим і складнішим, але ближчим до суті проблеми. Для наших західних партнерів у фокусі досі залишаються фейкові новини (fake news) як пряме порушення права людини на достовірну інформацію. Небезпека російського впливу розглядається саме в контексті фейків, які поширюють російські мас-медіа та інтернет-ресурси. Хоча зрозуміло, що найбільш загрозливими є ідеї, нарративи, й озвучувати їх можуть мейнстрім-медіа, підконтрольні проросійським фінансово-політичним групам, а фейк – це лише найгрубіша, найпростіша форма цієї роботи. Варто подивитись на цю проблему більш комплексно: проблема не у фейках, а в ідеях, які дедалі більше популярні в народі і які несумісні з демократією; у вразливості медіа до фінансових і політичних впливів; у фобіях і фрустраціях серед громадян, якими маніпулює Кремль; у відсутності такої культури інформаційного споживання, коли істина, правда стають цінністю. Спочатку про це говорили тільки українці, тепер на цих позиціях стоять балтійські, чеські, угорські й польські партнери [7].

Ці тези підтверджують результати моніторингового дослідження медій шести країн Східного партнерства та Росії «Пропаганда, яка поглиблює прірву у взаєморозумінні. Моніторинг ЗМІ країн Східного партнерства», яке проводилося в рамках проєкту «Спіль-

ні зусилля і професійні знання з протистояння пропаганді» з 6 червня по 3 липня 2016 р. за підтримки Міністерства закордонних справ Чехії і Секретаріату Форуму громадянського суспільства Східного партнерства [8]. Моніторинг медіа проводився паралельно в кожній країні за єдиною методологією і охопив мас-медіа семи країн: Азербайджану, Вірменії, Білорусі, Грузії, Молдови, України та Росії. Крім трьох федеральних російських телеканалів, було досліджено 16 мас-медіа країн Східного партнерства, відібраних як такі, що найбільш схильні транслювати національним аудиторіям «мандрівні» меседжі російської пропаганди.

У результаті проведеного моніторингу мас-медіа було відстежено та визначено потенційний вплив на місцеву аудиторію так званих «мандрівних» пропагандистських наративів, які часто потрапляють в інформаційний простір, в тому числі в мас-медіа країн Східного партнерства, саме з федеральних телеканалів Росії або під впливом їх контенту. Для дослідження створено вибірку з 44 найбільш широко розповсюджених наративів [8, с. 4].

Як зазначено у дослідженні, головним знаряддям російської пропаганди далеко не завжди є дезінформація. Натомість російська пропаганда наполегливо і масово поширює одні і ті самі суперечливі наративи під виглядом «думок», що пригнічують будь-яку альтернативну оцінку чи судження. Внаслідок цього значна частина аудиторії піддається своєрідному гіпнозу, втрачаючи здатність сприймати іншу точку зору та критично осмислювати одержувану інформацію [8, с. 43].

Наполегливе і масоване просування суперечливих наративів охоплює певний медійний сегмент відразу кількох країн, зокрема, Росії та партнерів ЄС в рамках ініціативи «Східне партнерство». Через те, що інформаційний простір країн Східного партнерства в певній мірі залишається єдиним, пропагандистський контент поширюється в ньому як спонтанно (це зумовлено, перш за все, історичними зв'язками і відносною відсутністю мовних бар'єрів), так і в результаті цілеспрямованих дій Росії. Враховуючи активізацію офіційної інформаційної політики РФ, адресованої закордонним аудиторіям, це може розцінюватися як результат цілеспрямованої діяльності РФ за допомогою російських мас-медіа. Саме російські медіа стають тими стартовими майданчиками багатьох «мандрівних» наративів, які поширюються потім на пострадянському інформаційному просторі.

За період моніторингу в мас-медіа шести країн східного партнерства та мас-медіа Росії, було зафіксовано 852 матеріали з наративами російської пропаганди. З них більша частина 57,1% (або 487) – в матеріалах українських медіа, які транслювали меседжі безпосередньо про Україну. Водночас, медіа Вірменії (13,6% або 116 матеріалів) та Білорусі (12,3% або 105 матеріалів) висвітлювали зазначені наративи значно менше, ніж українські. Найменш схильними для поширення цих меседжів були медіа Грузії (4,5% чи 38), Азербайджану (5,8% чи 49 матеріалів) і Молдови (6,7% чи 57 матеріалів) [8, с. 6–8].

Що стосується моніторингу медіа Росії, то за зазначений період було зафіксовано 360 матеріалів з відповідними меседжами.

Отже, можна говорити про високу інтенсивність поширення наративів російської пропаганди в певних медіа країн Східного партнерства і, зокрема в Україні.

Аналогічний висновок можна зробити і за частотою повторюваності наративів у матеріалах досліджуваних медіа. З 2310 випадків появи меседжів у медіа шести країн Східного партнерства найчастіше вони зафіксовані в Україні (1073 або 46,5%). У матеріалах досліджуваних російських медіа відібрані меседжі повторювалися 1553 рази [8, с. 8].

Таким чином, можна відзначити значний рівень «взаємопроникнення» пропагандистського контенту в інформаційному просторі Росії та країн Східного партнерства.

Відібрані наративи найбільш інтенсивно з'являлися в українських медіа (телеканал «Інтер», газета «Вести» і сайт «Страна.ua») [8, с. 34]. Слід зауважити, що телеканал «Інтер», газета «Вести» і сайт «Страна.ua» є рейтинговими в Україні. Телевізійний канал

«Інтер» входить в десятку найпопулярніших телевізійних каналів [9]. Водночас, новинні сайти «Вести» і «Страна.ua» також мають високі рейтинги (згідно з даними Української Інтернет-асоціації, у грудні 2017 р. «Страна.ua» зайняла дев'яте місце в топ-100 новинних веб-сайтів (12%), «Вести» – 23 місце (8%) [10].

Використовуючи дані моніторингу щодо присутності наративів про Україну в медіа шести країн Східного партнерства та Росії, відповідні наративи зведено в таблицю, де видно «взаємопроникнення» цих наративів на пострадянському інформаційному просторі [8, с. 13].

Спираючись на дані, представлені в таблиці, можна зробити висновок, що «мобільність» та «взаємопроникнення» російських наративів на пострадянському інформаційному просторі є дуже високою.

Так, у медіа країн Східного партнерства зосереджується увага на тому, що «Реформи в Україні провалилися, ступінь корумпованості вище, ніж при Януковичі», «Україна Європі не потрібна», «Влада в Україні захоплена радикальними націоналістами (фашистами)» та «Україна несе відповідальність за невиконання Мінських домовленостей».

Натомість, у російських медіа увага фокусується на тому, що «Україна несе відповідальність за невиконання Мінських домовленостей», «Влада в Україні захоплена радикальними націоналістами (фашистами)», «Україна Європі не потрібна» та «Якби Крим і Донбас не вийшли з-під контролю Києва, їх населення стало б жертвою націоналістичного (фашистського) терору».

У російських медіа через найбільше поширення наративу «Україна несе відповідальність за невиконання Мінських домовленостей» знімається відповідальність з РФ за агресію проти України. Використовуючи водночас наративи «Влада в Україні захоплена радикальними націоналістами (фашистами)» та «Якби Крим і Донбас не вийшли з-під контролю Києва, їх населення стало б жертвою націоналістичного (фашистського) терору», Росія культивує образ ворога – образ України як країни фашизму для того, щоб консолідувати російське населення та виправдати свою агресію перед своїми громадянами та громадянами інших країн.

Отже, інтенсивність висвітлення наративу «Влада в Україні захоплена радикальними націоналістами (фашистами)» в медіа Росії і країн Східного партнерства є майже однаковою (3-я позиція в медіа країн Східного партнерства проти 2-ї позиції в мас-медіа Росії). Це свідчить про те, що в Україні та країнах пострадянського простору поширюється внутрішня російська пропаганда, яка здійснює конспіраційний вплив, фокусуючись навколо образу ворога – «українські нацисти/фашисти».

Важливу роль в нинішній російській пропаганді відіграють історичні наративи, адже в центрі сучасної агресії Росії проти України опинилася також і історія.

Найбільш комплексним дослідженням наративів російської історичної пропаганди є дослідження «Ре-візія історії. Російська історична пропаганда та Україна» [11]. Тут обґрунтовується теза про те, що Кремль використовує історію, щоб надати цій агресії сенс, щоб зробити її «зрозумілою» для певного кола людей, «змушуючи мертвих керувати живими, а минуле – майбутнім». Тому для кожного акту агресії РФ «підганяла» той чи інший історичний наратив, який мав довести «права» і виправдати дії агресії. Так, незаконну анексію Криму обґрунтовували тим, що Крим «завжди був російським», і що він «святиня російського християнства». Російську агресію на Донбасі обґрунтовували тим, що Донбас опинився в межах України «випадково», і що там живуть винятково «російськомовні», яких от-от прийдуть знищувати українські «нацисти», бо всі українці – «нацисти». Спроби принести «руський мир» в Одесу чи Харків обґрунтовували тим, що від XVIII століття існує якась міфічна «Новоросія», і що ці території не були б українськими, якби не російські царі. «Бойовий дух» донецьких чи луганських «ополченців» підживлювали тезою про те, що Україна забула перемогу над нацизмом, бо сама стала «фашистсь-

кою», а отже, до неї слід застосовувати ту саму ненависть, яку застосовували до «німецько-фашистських загарбників» майже 80 років тому [12, с. 4–5]. Сучасна російська пропаганда б'є на випередження: *анексія історії* передує анексії територій. У результаті «страшний і руйнівний міф» про Радянський союз вважається брехнею, знищення Сталіним десятків мільйонів невинних людей – міфом гітлерівської Німеччини, який пізніше використали США в інформаційній війні проти СРСР. Своєю чергою, історію України представлено як міф та фальшивку, які і *саму Україну*: тези про Україну як проект інших держав, про те, що Україну «вигадали» є одними з найпоширеніших тез російської історичної пропаганди [12, с. 4–5].

Таблиця

Наративи про Україну в медіа країн Східного партнерства та Росії (за даними [8, с. 13])

Порядок інтенсивності висвітлення наративу	Наративи про Україну в медіа країн Східного партнерства (кількість)	Наративи про Україну в медіа Росії (кількість)
1	Наратив 14: Реформи в Україні провалилися, ступінь корумпованості вище, ніж при Януковичі (404)	Наратив 16: Україна несе відповідальність за невиконання Мінських домовленостей (83).
2	Наратив 18: Україна Європі не потрібна (89).	Наратив 13: Влада в Україні захоплена радикальними націоналістами (фашистами) (74).
3	Наратив 13: Влада в Україні захоплена радикальними націоналістами (фашистами) (88).	Наратив 18: Україна Європі не потрібна (33).
4	Наратив 16: Україна несе відповідальність за невиконання Мінських домовленостей (82).	Наратив 17: Якби Крим і Донбас не вийшли з-під контролю Києва, їх населення стало б жертвою націоналістичного (фашистського) терору (31).
5	Наратив 12: Україна – «Failed state». Це штучно створена держава на територіях Росії, Польщі, Угорщини (та ін.), яка рано чи пізно розвалиться (76).	Наратив 15: Приєднання Криму до Росії – легітимний акт самовизначення (28).
6	Наратив 15: Приєднання Криму до Росії – легітимний акт самовизначення (27).	Наратив 12: Україна – «Failed state». Це штучно створена держава на територіях Росії, Польщі, Угорщини (та ін.), яка рано чи пізно розвалиться (27).
7	Наратив 43: Надія Савченко – псевдополітик, радикал. Вона несе небезпеку Росії і Україні (26).	Наратив 14: Реформи в Україні провалилися, ступінь корумпованості вище, ніж при Януковичі (24).
8	Наратив 17: Якби Крим і Донбас не вийшли з-під контролю Києва, їх населення стало б жертвою націоналістичного (фашистського) терору (13).	Наратив 43: Надія Савченко – псевдополітик, радикал. Вона несе небезпеку Росії і Україні (7).
Усього	805	307

За допомогою «фашистського» наративу Росія намагається встановити наступність подій в Україні із Другою світовою війною, порівнюючи сучасні українські сили з «бандерівцями, які присягали Гітлеру та нищили росіян, євреїв та поляків» [13, с. 358] та про-

вести паралель між сучасною українською владою та фашистським режимом та ідеологією [13, с. 355].

Цілоком слушно пояснює цей феномен український історик В. В'ятрович, який стверджує, що «Друга світова війна, представлена як Велика Вітчизняна, стала наріжним міфом СРСР, що мав націтворче завдання – послужити основою формування радянської ідентичності, а в перспективі й радянського народу. Його складниками були тези про масовий патріотизм і жертвовність в ім'я радянської Батьківщини, небачена мобілізація всіх «радянських» людей у боротьбі зі страшною загрозою, месіанський похід на Захід з метою визволення Європи». Велика Перемога була останнім потужним акордом міфу про Велику Вітчизняну, що підтверджувала правильність обраного радянським керівництвом курсу, могутність та нездоланність комуністичної влади» і стала канонічною частиною радянської пропаганди [14, с. 120].

Дослідження «Ре-візія історії: російська історична пропаганда і Україна» містить аналіз ключових наративів російської історичної пропаганди щодо України та відповідь українських істориків на ці наративи. У ньому представлено такі ключові наративи щодо української історії [11]:

Наратив I. «Україна – це невдала тінь Росії». У цьому наративі російська історична пропаганда стверджує, що Україна – «окраїна» Росії, звідки, мовляв, походить назва України; що саме Росія – наступниця Русі; і що українська церква не має підстав для незалежності.

Наратив II. «Україна – це штучний проект Заходу». У цьому наративі російська пропаганда стверджує, що Україна – це «вигадана» держава, що це «проект» західних країн, спрямований на послаблення Росії. Стверджується, що «Україну придумали поляки та австрійці», що «українську мову створили штучно», і що «Україна відібрала чужі землі».

Наратив III. «Крим, Донбас і південний схід України – це Росія». У цьому наративі російська історична пропаганда розвиває свої головні тези: мовляв, Крим і Донбас завжди були російськими, а південний схід України – це насправді «Новоросія».

Наратив IV. «СРСР – потужна імперія, Сталін – герой». Цей наратив російської пропаганди полягає у звеличенні радянського минулого і створенні нового культу Сталіна. Відповідно до російських тез, саме СРСР створив Україну, перетворив її з відсталою на прогресивну і промислову.

Наратив V. «Усі українські націоналісти були фашистами».

Наратив VI. «Україна забула про перемогу над нацизмом».

У результаті аналізу наративів російської історичної пропаганди, можна виокремити два основні: «Усі українські націоналісти були фашистами» та «Україна забула про перемогу над нацизмом» як такі, що містять концепти з потужним впливогенним потенціалом (*фашисти, бандерівці, карателі*), через які здійснюється маніпуляція **сильними** емоціями реципієнта з метою його ідентифікаційного перевербування. Натомість концепт *хунта* стосується керівництва української держави, яке згідно з сучасною російською пропагандою прийшло до влади насильницьким шляхом в результаті державного перевороту і по своїй суті є фашистським режимом.

Отже, наратив «Усі українські націоналісти були фашистами» є одним з найважливіших наративів російської історичної пропаганди. Його суть – усі націоналісти 1930-х–1940-х рр. були «фашистами», «слугами» Гітлера. Російська історична пропаганда часто стверджує, що між українським націоналізмом 1930-х–1940-х рр. та німецьким нацизмом немає ніяких відмінностей. У багатьох російських медіа та в соцмережах безупинно підкреслюється спільність «ідей, інтересів та цілей» діячів ОУН та фашистів. Наголошується, що ті були «братами по духу». Мовляв, «деятели ОУН неоднократно підчёркивали с приходом к власти Гитлера, что украинский национализм является синонимом

и практически идентичным по духу гитлеровскому нацизму и итальянскому фашизму». Вони часто транслюють ідею, що в Україні після Майдану домінують націоналістичні настрої, а Україна після Революції гідності очима російської пропаганди – це місце, де відроджується фашизм. У російських медіа також побутує думка, що оунівці та упівці «були главными исполнителями в Львовских лагерях смерти, где убито сто двадцать тысяч евреев». Оунівців у російських соцмережах зображують вкрай жорстокими [11, с. 7–9].

Основні меседжі⁹⁰ наративу «**Усі українські націоналісти були фашистами**» є такі:

1. «**УПА – це колаборанти Гітлера**»
 - 1а «**УПА обслуговувала Гітлера**»
 - 1б «**УПА сіяла терор і страх серед місцевого населення**»
 - 1в «**Карпатська Січ – нацистська українська організація**»
2. «**Гасло “Слава Україні!” – це калька з нацистського гасла “Гайль Гітлер!”**»
3. «**Мазепа, Петлюра, Бандера, Шухевич стали героями в Україні тільки тому, що були проти Росії**» [11, с. 30–35].

Наступним важливим нарративом російської історичної пропаганди є «**Україна забула про перемогу над нацизмом**», який має на меті знецінити роль України в перемозі над нацизмом, а саме – «анексувати» цю перемогу, і присвоїти Росії статус єдиної «справжньої» переможниці, яка «по-справжньому» цінує цю перемогу. Для цього використовуються три головні меседжі:

1. «**Україна нехтує перемогою 1945-го року**». «Переписування» підручників історії, відмова від терміна «Велика Вітчизняна», заборона георгіївської стрічки, святкування 8 травня як Дня пам'яті та примирення «разом з усією Європою» – це, на думку апологетів російської пропаганди, «важная часть украинского каргокульту, позволяющая местным идеологам и всей националистической общественности считать себя Европой». Відповідно до меседжів російської історичної пропаганди, в Україні «не цінують нічого, пов'язаного з Великою Перемогою»; навіть більше, «там отправляют в тюрьму за георгиевскую ленту, запрещают знамя Победы и поздравляют ветеранов ВОВ вместе с теми, кто стрелял им в спины во время войны». Натомість «людей, которые чтят Великую Победу, на Украине всячески запугивают, не дают им праздновать 9 мая, во время шествий “Бессмертного полка” националисты просто избивают “неудобных”, а полиция задерживает всех, кто “посмел” надеть георгиевскую ленточку».
2. «**Україна забороняє “георгіївські стрічки”, але люди продовжують їх носити**»
3. «**Європу від нацизму звільнили росіяни**». Російські медіа регулярно поширюють повідомлення про те, що саме Росія «визволила» Європу від «фашистської» окупації [11, с. 36–38].

Усі згадані вище нарративи утворюють мозаїку «російської історичної пропаганди», яка є не завжди суто «дезінформацією» чи «фейковою новиною». У дослідженні наголошується, що ця мозаїка є значно більшою і значно складнішою за «дезінформацію» та «фейки», використовуючи суміш фактів і вигадок, знань і маніпуляцій з метою утвердити свій нарратив і знецінити нарратив опонента за допомогою спрощених і однозначних тез, часто підкріплених **сильними емоціями**. Так Росія проводить «ре-візію історії», тобто насаджує свою візію, яка ґрунтується на повному запереченні українських і, ширше, європейських спроб показати складність історичних процесів [11, с. 5].

⁹⁰ У дослідженні «Ре-візія історії» нарратив і меседж є різними речами. Наративи – головні «ідеї» російської пропаганди, а меседжі – їхні складники чи підтеми

Отже, можна вважати, що міфи «Велика Вітчизняна війна» та «Велика Перемога» на чолі зі Сталіним – це сакральні стовпи сучасної ідеології Росії, її базові цінності, що об'єднують сучасне російське суспільство. У Путіна немає ідеології, немає образу майбутнього і дорожньої карти, яка буде до цього майбутнього вести, тому ідеологію шукають в минулому, а сталінізм є невід'ємною частиною путінізму. Ця сакральна структура є не тільки інструментом управління російським суспільством, а й засобом отримання власної легітимності для російської влади в очах російського суспільства. Пропаганда цих ідей ефективно впливає на свідомість людей, формує їхню автоматичну реакцію на маніпуляції російської влади. Велика Вітчизняна війна та Велика Перемога не мають в цьому плані конкурентів, адже містять у собі символічні образи, які діють не на розум, а на підсвідомість людей, активуючи їхню архетипну структуру. Відроджуючи архетипні образи у формі концептів з потужним впливогенним потенціалом *фашисти*, *бандерівці*, *хунта*, *каратели* всередині Росії та на пострадянському просторі, російська пропаганда намагається відродити сакральне і одухотворити таким чином російську політику, зробивши її внутрішнім фактом свідомості не тільки кожного росіянина, а й громадян пострадянських країн.

Цю думку підтверджує С. Вессьє, французька дослідниця російської пропаганди, історик та політолог, автор праць «За вашу і нашу свободу! Дисидентський рух в Росії» та «Кремлівські мережі у Франції». С. Вессьє наголошує на тому, що тема Другої світової війни і «фашистської хунти», що захопила владу в Києві, активно обговорювалася у Франції і для цього є кілька причин.

По-перше, ця тема, детально розроблена в Росії, вписується в «конфлікт пам'яті» між Західною і Східною Європою. Цей конфлікт полягає у тому, що у країнах Центральної і Східної Європи центром, серцем і ядром пам'яті ХХ століття є комуністичні репресії, а в Західній Європі – Голокост, вчинений нацистами. Таким чином, будь-яка згадка про нацизм і масове знищення євреїв викликає на Заході більший емоційний відгук, ніж на Сході. Ця різниця історичної пам'яті, яка добре зрозуміла західним дослідникам, є джерелом низки непорозумінь або навіть маніпуляцій і конфліктів між суспільствами Західної і Східної Європи.

По-друге, зловживання терміном «фашист» глибоко вкоренилося в певному типі дискурсу і у Франції, і на пострадянському просторі. У СРСР «фашист» – це той, хто не «комуніст», не «наша людина»; це чужий / ворог у біполярному світі. Тому в Росії тема «фашиста», що бореться проти «Росії», з 2000 років почала знову використовуватися, ставши основою певної геополітичної амальгами: деякі народи, будучи «фашистськими» під час і після Другої світової війни, залишилися такими і донині. Цей дискурс спочатку досить успішно використовувався відносно країн Балтії (зокрема в Латвії), коли вони приєдналися до Європейського Союзу. Згодом той самий дискурс було застосовано відносно України [15].

Наративи російської історичної пропаганди мають на меті встановити наступність сучасних подій в Україні із Другою світовою війною, і вони тісно пов'язані з наративами сучасної російської пропаганди, яка безпосередньо стосується сьогодення України.

Розглянемо дослідження «Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014–2018», проведене експертами Міністерства інформаційної політики України [13]. Тут найбільш повно представлено всі наративи сучасної російської пропаганди. Для систематизації знань про російські пропагандистські кампанії й активні заходи спецслужб в інформаційному просторі, автори запропонували представити російські наративи та дезінформаційні прийоми у формі серіалів. Такий вибір дослідники обумовили тим, що російські наративи й дезінформаційні прийоми мають високий ступінь ефективності саме завдяки повторюваності в медіа, коли об'єктам дезінформації постійно розповідають одні

й ті самі історії, роблячи їх щоразу цікавішими та більш «екзотичними» (наприклад, в історії про українських «карателів» кульмінацією стала поява «розіпнутого хлопчика»).

У дослідженні наголошується, що протягом п'яти років російської агресії ключові меседжі Кремля були модифіковані, а інформаційні спецоперації проти України набули більш систематизованого характеру. Тому більшість меседжів були об'єднані за кількома напрямками, кожен з яких відповідав одному великому наративу, що просувається російською стороною у світовий інформаційний простір і розрахований на конкретну цільову аудиторію.

Використовуючи наративи, російська сторона прагне змусити певні цільові аудиторії повірити в потрібні їй ідеї. Тому такий масштабний наратив російської пропаганди названо СЕРІАЛ, адже він має одну сюжетну лінію, яка може змінюватися, але зберігає ключові риси та розрахована на певну цільову аудиторію. У будь-якому успішному серіалі є СЕЗОНИ – серії, які об'єднані навколо однієї проблематики.

У дослідженні «Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014–2018» зібрано конкретні набори та комплекси меседжів російської пропаганди, які можуть бути різними, але разом формують великий наратив. Тобто кожна серія, а іншими словами, дезінформаційне повідомлення або спеціальна інформаційна операція розвідок – підсилює великий наратив та повторює пропагандистську історію. У дослідженні зібрано найпоширеніші в інформаційному просторі «серіали» російської пропаганди.

Натомість ми позначимо такі «серіали» як головні наративи російської пропаганди та їхні меседжі з тим, щоб мати можливість в подальшому уніфікувати їх разом з обраними наративами історичної пропаганди **«Усі українські націоналісти були фашистами»** та **«Україна забула про перемогу над нацизмом»**.

Отже, у дослідженні «Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014–2018» представлено дев'ять основних наративів російської пропаганди:

Наратив 1. «Кишеньковий ІДІЛ».

Наратив 2. Злочини ЗСУ та Мінські домовленості.

Наратив 3. Рейс МН-17: від Карлоса – до російського «БУКА».

Наратив 4. Невидимі підрозділи західних країн в Україні.

Наратив 5. Бій за ЄС.

Наратив 6. Кримська інформаційна війна.

Наратив 7. У пошуках української зброї.

Наратив 8. Міжнародні суди та брехня Кремля.

Наратив 9. Україна – «Failed State» [13, с. 3–7].

На нашу думку, лише два наративи – **«Злочини ЗСУ та Мінські домовленості»** та **«Україна – “Failed state”**» тісно пов'язані з наративами російської історичної пропаганди і містять концепти з потужним впливовим потенціалом *фашисти, бандерівці, хунта, карателі*, через які здійснюється маніпуляція **сильними** емоціями.

Наратив **«Злочини ЗСУ та Мінські домовленості»** став ключовим з початком війни на Донбасі, коли російська пропаганда почала масштабну інформаційну кампанію для дискредитації дій України на Сході. У результаті Збройні Сили України та добровольчі батальйони висвітлюються у фейкових новинах як **«карателі»** та **«фашисти»**, намагаючись провести паралелі з Другою світовою війною. Водночас щодо російських військ вживається термін «ополченці», який «має чіткі конотації з героїчною боротьбою “радянського народу” проти німецької агресії під час Другої світової війни, для позначення і водночас виправдання заколоту проти української держави» [13, с. 49]. Також активно використовується риторика «геноциду, який здійснюють українські війська», для підтвердження якого використовують фейки про «злочини» ЗСУ та добровольчих батальйонів [13, с. 49].

Усе це спрямовано на демонстрацію агресії з боку України щодо «російськомовного населення Донбасу» і виправдання таким чином вторгнення російських військ на українську територію.

Цільовими аудиторіями цього кремлівського нарративу є:

- українська аудиторія (мешканці окупованих регіонів Донецької та Луганської областей, а також Криму), яку щоденно переконували в безальтернативності російського вибору, оскільки з української сторони на російськомовне населення чекають тільки звірства і насильство;
- внутрішньо-російська аудиторія (громадяни та мешканці Росії), для яких цей нарратив означав легітимізацію російської агресії проти України. Мовляв, в іншому разі, російськомовне населення було б знищено радикальними українськими націоналістами. Щоб цього не допустити, необхідно підтримати Путіна. А ще краще – взяти до рук зброю та поїхати воювати проти українців на Донбас. Цей меседж був вкрай успішним серед російської аудиторії;
- міжнародна аудиторія (громадяни та політичні еліти західних країн Європи та Америки), для якої створюється викривлена картина подій, яка має змусити західних партнерів України відмовитися від надання Києву підтримки. Європейська аудиторія, яка здебільшого споживала новини про події в Україні з джерел, близьких до Москви, повинна була переконатися в тому, що Україну підтримувати не слід, оскільки вона нічим не відрізняється від Росії, а військові злочини скоюють обидві сторони. Тому немає сенсу підтримувати одну з них [13, с. 49].

Наратив «**Злочини ЗСУ та Мінські домовленості**» має два основні меседжі та такі підтеми:

1. ЗСУ, Нацгвардія та добровольці «знищують» населення Донбасу.

- 1.1. Обстріли «мирних жителів Донбасу» українськими «карателями».
- 1.2. ЗСУ обстрілює «ополченців» снарядами з пропагандою.
- 1.3. «Карателі» з ЗСУ: розіпнений хлопчик та інші фантазії російської пропаганди.
- 1.4. Українські добровольці – мародери, гвалтівники та вбивці.
- 1.5. Геноцид населення Донбасу.
- 1.6. Фейкові фотографії із зони АТО.

2. Україна зриває виконання Мінських домовленостей.

- 2.1. Західні лідери та спостерігачі звинувачують Україну у порушенні Мінських домовленостей.
- 2.2. Росія: «ОБСЄ ігнорує обстріли української сторони».
- 2.3. ЗСУ готується до штурму Донецька [13, с. 3–4].

Наступний нарратив «**Україна – «Failed state»**» має чотири основні меседжі, однак лише в одному – «**Україна – країна майданів та розгулу радикалів**» містяться концепти з потужним впливовим потенціалом *фашисти, бандерівці, хунта, карателі*, через які здійснюється маніпуляція **сильними емоціями**.

Поширення меседжу «**Україна – країна майданів та розгулу радикалів**» російськими спецслужбами має своєю метою дискредитувати українську владу як таку, що нібито закриває очі на збільшення правого радикалізму в країні. Для цього всіляко акцентується увага на ролі правих під час подій Революції Гідності, викривлено зображуються заходи із політики пам'яті, розганяється паніка з приводу фашистського терору на вулицях міст на прикладі акцій проти національних меншин.

Окрім безчинств радикалів, російська пропаганда всіляко використовує тему «третього майдану», який буцімто може виникнути в будь-який момент через крайній ступінь невдоволення населення політикою влади.

Головною метою цієї пропаганди на початку російсько-українського конфлікту було обґрунтування окупації Криму та введення військ на Донбас задля захисту «російськомовного населення».

Ключовими цільовими аудиторіями цього кремлівського нарративу є:

- українська аудиторія (переконати населення східних і південних областей у тому, що в Києві відбувся «фашистський переворот», і всіх незгодних очікує терор «Свободи» та «Правого сектору»).
- внутрішня російська аудиторія (росіяни, для яких український «фашистський» режим протиставляється «правильному» російському, який захищає пам'ять про перемогу у «Великій вітчизняній війні»).
- іноземна аудиторія (насамперед, західні партнери України, в очах яких російські акти агресії мають стати легітимними, а також, щоб посягти недовіру західних партнерів до української влади через її потурання радикальним рухам та через відсутність реакції на насильницькі акції, які вчиняють радикали) [13, с. 344].

Меседж **«Україна – країна майданів та розгулу радикалів»** має такі підтеми:

1. Україна – країна нестабільності та революцій.

Російські мас-медіа намагаються показати, що Україну роздирають внутрішньополітичні чвари. Кремлівські пропагандисти використовують опозиційні акції як свідчення того, що в будь-який момент може відбутися «третій Майдан» і країна може поринути у політичну кризу, анархію та беззаконня. Вони подають навіть незначні протестні акції щодо соціальних питань як серйозні докази нестабільності в державі, анархії.

Російські пропагандисти, висвітлюючи реальні мітинги щодо конкретних питань, створюють фейкові новини, маніпулюючи показниками кількості протестувальників та/або розповідають про вигадані причини виходу людей на вулиці [13, с. 345].

2. Після «Євромайдану» Україна стала полігоном для націоналізму та радикальних рухів.

Наратив про **«фашистів-нацистів-бандерівців»** є одним із наріжних в російській пропаганді з початку 2014 р. Це певного роду **«метанаратив»**, адже є не лише самодостатнім, а й присутній у інших наративах. Наприклад, Кремль активно використовує теми фашистських елементів в ЗСУ, які нібито здійснюють звірства щодо російськомовного населення Донбасу. Пишуть про небажання країн ЄС приймати Україну в європейську спільноту через розгул нацизму на вулицях українських міст.

Під час подій січня-лютого 2014 р. російські мас-медіа поширили відверто пропагандистські новини про події на Майдані зі згадкою про «фашистів».

Після подій Революції Гідності пропаганда щодо можливого «поширення фашизму» в Криму використовувалася Росією як один з основних аргументів виправдання анексії півострову.

З початком активних бойових дій фейки про українських «фашистів» стали стосуватися більшою мірою бійців ЗСУ та добровольчих батальйонів. В інших випадках це були або загальні матеріали про «український фашизм», або матеріали про окремі «звірства», такі як Одеська трагедія [13, с. 349].

Медійна кампанія, направлена на «фашизацію» України, особливо активізується перед Днем Перемоги і направлена на тих 39% українців, для яких День Перемоги залишається найбільш важливим святом [16].

Нині міф про «Велику вітчизняну війну» став ледь не головним не тільки в історичній російській пропаганді, а й в сучасній російській пропаганді. Він усіяко використовується для демонізації України, яка нібито «зрадила пам'ять про подвиг дідів і сама скотилася до фашизму». Цей конструкт апелює до нарративу «єдиної радянської нації», етично виправдовуючи дії Росії, адже вона, таким чином, продовжує боротьбу радянської армії, але вже

проти сучасних «фашистів» в Україні. А це, у свою чергу, сприяє консолідації російської нації задля боротьби із зовнішнім ворогом.

Крім Дня Перемоги, пропаганда щодо «фашизму/нацизму» в Україні активізується під час деяких українських свят та пам'ятних дат. Наприклад, російські мас-медіа серед усіх свят, які припадають на 14 жовтня, акцентують увагу лише на Дні заснування УПА і поширюють фейкові повідомлення про безчинства «нацистів» в цей день, не говорячи вже про маніпуляції щодо заходів, які проводяться під час цих свят.

Як і у випадку із наративом про «зовнішнє управління» Україною, для озвучення меседжів про «фашизацію України» використовують колишніх представників «Партії регіонів» [13, с. 353-354].

Отже, у результаті аналізу наративів сучасної російської пропаганди, описаних у публікаціях [11; 13], виокремлено наративи сучасної російської пропаганди – «**Злочини ЗСУ та Мінські домовленості**» та «**Україна – «Failed State»**» та наративи російської історичної пропаганди «**Усі українські націоналісти були фашистами**» та «**Україна забула про перемогу над нацизмом**» як такі, що формуються не фейками та дезінформацією, а саме міфічними «фактами». Ці наративи є наріжними в російській пропаганді з початку 2014 р. і у певному сенсі є «метанаративами» консцієнтальної війни, адже є не лише самодостатніми, а й проникають в інші наративи російської пропаганди. До цього ж, обрані наративи сучасної російської пропаганди («**Злочини ЗСУ та Мінські домовленості**» та «**Україна – «Failed State»**») та наративи російської історичної пропаганди («**Усі українські націоналісти були фашистами**» та «**Україна забула про перемогу над нацизмом**») взаємопов'язані між собою і містять концепти з потужним впливогенним потенціалом *фашисти, бандерівці, хунта, карателі*, через які здійснюється маніпуляція **сильними емоціями**.

Беручи до уваги високий рівень вразливості українського суспільства перед російською пропагандою [17, с. 304], ці наративи підтримуються і поширюються не лише всередині Росії, на Донбасі та в Криму, а й по всій території України.

Про це свідчать результати дослідження рівня підтримки головних тез російської пропаганди населенням України, проведене Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС). У результаті дослідження було створено Індекс результативності російської пропаганди (Індекс РРП) [18].

Під Індексом результативності російської пропаганди на території України розуміється поширеність підтримки головних тез російської пропаганди населенням України в цілому або на певній частині території України.

Аналітики КМІС пропонують такий квазілогічний ланцюжок, який є ядром російської пропаганди:

Майдан був організований американцями разом з націоналістами → У результаті Майдану до влади прийшли націоналісти, які загрожують російськомовному населенню України → Крим і Схід України були в небезпеці → Крим вдалося захистити, включивши його до складу Росії, а Схід повстав і хоче незалежності і гарантій безпеки → Націоналісти, що незаконно прийшли до влади, почали війну зі своїм народом.

На підставі цього ланцюжка аналітиками КМІС були сформульовані судження: сприйняття Майдану, оцінка США, підтримка анексії Криму, засудження АТО, довіра до російських ЗМІ, недовіра до українських ЗМІ. Опитування респондентів України стосовно цих суджень показало такі результати:

«**Довіра до ЗМІ Росії**»: найбільше довіряють – Донбас (25,6), Харківська область (20,2), Одеська (17,2), Херсонська + Миколаївська області (11,3), Дніпропетровська + Запорізька області (6,7). У середньому по Україні – 8,9.

«**Приднання Криму до Росії**»: найбільше підтримують – Донбас (27,0), Харківська область (24,2), Одеська (32,2). У середньому по Україні – 10,7.

«**Ставлення до США**»: найбільш негативне – Донбас (41,9), Харківська область (37,3), Одеська (52,12), Херсонська + Миколаївська області (25,3), Київ (24,9). У середньому по Україні – 22,4.

«**АТО – каральні операції проти звичайного населення**»: погоджуються з цим меседжем російської пропаганди найбільше – Донбас (37,98), Харківська область (56,8), Одеська (52,12), Дніпропетровська + Запорізька області (22,5). У середньому по Україні – 18,9.

«**Сприйняття Майдану (як боротьба націоналістичних, антиросійських сил за підтримки спецслужб Заходу)**»: погоджуються з цим меседжем російської пропаганди найбільше – Харківська область (52,6) vs **Народний протест** (21,48), Донбас (33,2) vs **Народний протест** (40,8), Одеська (41,0) vs **Народний протест** (50,1), Дніпропетровська + Запорізька області (37,54) vs **Народний протест** (49,2), Херсонська + Миколаївська області (27,5), vs **Народний протест** (45,5). У середньому по Україні – 23,1.

Отримані результати свідчать також, що середнє значення індексу РПП для населення України в цілому дорівнює 26, динаміку визначити неможливо, тому що це був перший вимір. Зафіксовано, що найбільш суттєві відмінності в чутливості до російської пропаганди пов'язані з регіоном проживання респондентів, а саме:

- найнижчий рівень підтримки головних тез російської пропаганди в Західному регіоні (індекс РПП = 12) та в Центральному регіоні (РПП = 19);
- набагато вище значення індексу в Південному регіоні (РПП = 32);
- значення індексу у Східному регіоні в 4 рази вище, ніж у Західному (РПП = 48).

Отже, можна зазначити, що Східний регіон являє собою велику проблему і вимагає серйозних зусиль у боротьбі проти російської пропаганди. Також у зоні ризику залишається і Південний регіон України.

Найбільше російська пропаганда (крім Донбасу) впливає на жителів Харківської (індекс РПП = 50) та Одеської області (індекс РПП = 43).

Значно краща ситуація у Херсонській, Миколаївській, Дніпропетровській та Запорізькій областях (індекс РПП = 28-29).

У Києві ситуація не відрізняється від інших територій Півночі та Центру України (індекс РПП = 19) [18].

На підставі проаналізованих даних вибірка ключових концептів і наративів складається з чотирьох концептів – *фашисти*, *бандерівці*, *хунта*, *картелі* та чотирьох наративів російської пропаганди – «**Злочини ЗСУ та Мінські домовленості**», «**Україна – «Failed State»**», «**Усі українські націоналісти були фашистами**», «**Україна забула про перемогу над нацизмом**», які взаємодоповнюють один одного (див. рис.).

Виходячи з вищезазначених фактів, можна припустити, що російська пропаганда, яка нині поширюється в Україні, має два типи:

- **Завуальована пропаганда**, спрямована на населення України, яке перебуває у світоглядній системі координат, близькій до української або яке займає невизначену позицію. Цей наратив є витонченим та непомітним, він спекулює на внутрішніх проблемах і переживаннях пересічних українців з тим, щоб посягти зневіру та розчарування серед українського суспільства та підірвати легітимність та суспільну підтримку української влади. Для цього Росія використовує українську журналістику, просуваючи наративи російської пропаганди за принципом Парето 80/20, у результаті чого українські журналісти висвітлюють 80% нейтральної інформації та 20% тез російської пропаганди.



Рисунок. Вибірка ключових концептів та наративів сучасної російської пропаганди в умовах консцієнтальної війни Росії проти України.

Цей тип пропаганди має такий квазіланцюжок: *Майдан був організований американцями разом з націоналістами → У результаті Майдану до влади прийшли націоналісти, які загрожують російськомовному населенню України → Крим і Схід України були в небезпеці → Крим вдалося захистити, включивши його до складу Росії, а Схід повстав і хоче незалежності і гарантій безпеки → Націоналісти, що незаконно прийшли до влади, почали війну зі своїм народом.*

- **Відкрита пропаганда**, спрямована переважно на російськомовне населення України, яке перебуває у світоглядній системі координат, близькій до російської, або яке займає невизначену позицію. Аналогічна пропаганда діє всередині самої Росії та на окупованих територіях, викликаючи ностальгію за тоталітарним минулим; проводячи глорифікацію Сталіна; відроджуючи Перемогу в Другій світовій війні та міф про «фашистів»; культ особи Путіна; обґрунтування прав Росії на геополітичне лідерство; мілітаристські та імперіалістські ідеї; традиціоналізм; антиамериканські та антиєвропейські настрої. У цьому випадку демонізація України, українців, українських Збройних сил є важливою складовою частиною міфичного дискурсу. Україна демонструється як царина хаосу, свавілля фашистів, зубожіння й деградації народу; така реальність має лякати громадян і підкреслювати «успіхи молодих республік». Подібний дискурс спрямований на те, щоб українські громадяни відчували себе повноцінними громадянами РФ і забули про свою належність до України. Наратив цього типу пропаганди містить концепти з потужним впливовим потенціалом *фашисти, бандерівці, хунта, каратели*, через які здійснюється маніпуляція сильними емоціями, а саме консцієнтальний вплив на реципієнта з метою його ідентифікаційного перевербування.

Цей тип пропаганди має інший квазіланцюжок: *«Революція Гідності в Україні була фашистським переворотом → У результаті Майдану до влади прийшли фашисти/хунта, які загрожують російськомовному населенню України → Крим і Схід Укра-*

їни були в небезпеці → Крим вдалося захистити, включивши його до складу Росії, а Схід повстав і хоче незалежності і гарантій безпеки → Фашисти, що незаконно прийшли до влади, проводять каральні операції над своїм народом.

5. Висновки

Україна є однією з найбільш уражених російською пропагандою країн, яка одночасно потерпає від російської військової агресії. Протягом останніх п'яти років російсько-української війни всередині України з'явився великий ризик посилення внутрішньополітичної нестабільності, викликаний впливом російської пропаганди двох типів. Така ситуація спричинена високим рівнем вразливості населення України перед російською пропагандою та активним поширенням російської пропаганди через українські медіа по всій території країни, що значною мірою зменшує здатність нашої країни протистояти дезінформаційним кампаніям Кремля. А це, своєю чергою, свідчить про високий рівень загрози для України з боку Росії на рівні національної безпеки.

Головним знаряддям сучасної російської пропаганди і головною небезпекою російського впливу є не стільки дезінформація та фейки, як масоване поширення одних і тих же наративів під виглядом «ідей», що пригнічують будь-яку альтернативну оцінку чи судження. Унаслідок цього значна частина аудиторії піддається своєрідному гіпнозу, втрачаючи здатність сприймати іншу точку зору та критично осмислювати одержувану інформацію. Таке інтенсивне та масоване просування російських наративів охоплює певний медійний сегмент як Росії, так і країн пострадянського простору, серед яких Україна займає провідне місце. У той же час, «мобільність» та «взаємопроникнення» російських наративів на пострадянському інформаційному просторі є дуже високою.

Наративи сучасної російської пропаганди – **«Злочини ЗСУ та Мінські домовленості»** та **«Україна –“Failed State”»** та наративи російської історичної пропаганди **«Усі українські націоналісти були фашистами»** та **«Україна забула про перемогу над нацизмом»** є наріжними в російській пропаганді з початку 2014 року і є певного роду «метанаративами» консцієнтальної війни, адже є не лише самодостатніми, але й проникають у інші наративи російської пропаганди. Саме ці наративи взаємопов'язані між собою, формуються міфічними «фактами» і містять концепти з потужним впливогенним потенціалом *фашисти, бандерівці, хунта, карателі*, через які здійснюється маніпуляція сильними емоціями, тобто консцієнтальний вплив на реципієнта з метою його ідентифікаційного перевербування.

Через демонізацію України, яка нібито «зрадила пам'ять про подвиг дідів і сама скотилася до фашизму», відбувається не тільки консолідація російської нації задля боротьби із зовнішнім ворогом. Саме через два найважливіших наративи історичної пропаганди: **«Усі українські націоналісти були фашистами»** та **«Україна забула про перемогу над нацизмом»** здійснюється спроба «анексувати» перемогу у Другій світовій і присвоїти Росії статус єдиної «справжньої» переможниці, яка «по-справжньому» цінує цю перемогу. До цього ж, використання конструкту «Великої вітчизняної війни» в Україні направлене на третину українців, для яких «День перемоги» все ще залишається найбільш важливим святом. Це робиться для того, щоб відродити міф про Другу Вітчизняну війну, який, як наріжний міф СРСР, мав націєтворче завдання: сформувати радянську ідентичність та радянський народ. На прикладі України це означає, що нею не хочуть володіти, її хочуть знищити через цивілізаційне та ідентифікаційне перевербування, відновивши на її території радянську/російську ідентичність.

Російська пропаганда, яка сьогодні поширюється в Україні, має два типи: **завуальована пропаганда**, що націлена на населення України, яке перебуває у світоглядній системі координат, близькій до української або яке займає невизначену позицію і направле-

на підірвати легітимність та суспільну підтримку української влади; та **відкрита пропаганда**, що націлена переважно на російськомовне населення України, яке перебуває у світоглядній системі координат, близькій до російської, або яке займає невизначену позицію, і використовує наративи, що містять концепти з потужним впливогенним потенціалом *фашисти, бандерівці, хунта, карателі*, через які здійснюється **маніпуляція сильними емоціями**, а саме консцієнтальний вплив на реципієнта з метою його ідентифікаційного перевербування.

В умовах сучасної консцієнтальної війни Росії проти України ці концепти та наративи, які їх містять, знаходяться в площині колективного несвідомого, відображають світоглядно-ціннісні архетипи частини українського суспільства з радянською ідентичністю і є одним з ключових інструментів впливу в цій війні. Через роботу з цими архетипами відбувається підміна понять та поступова зміна культурного коду української нації та її майбутньої життєвої стратегії. Унаслідок цього, населенню України, насамперед, у східних та південних областях, нав'язується специфічний світогляд, який спонукає їх підтримувати дії Москви й навіть прагнути відділення їхніх регіонів та приєднання їх до Росії.

References

1. Radikov, I. V. (2015), "The new essence of war in the 21st century and its reflection in the military doctrine of the Russian Federation", *Vestnik Sankt-Peterburgskogo Universiteta. Politologija. Mezhdunarodnye Otnoshenija [Bulletin of St. Petersburg University. Political Science. International Relationships]*, issue 2, pp. 39-51.
2. Kolodiy, A. (2015), "About consciental war and a cool head to the authorities", *Dumky z Pryvodu [Thoughts About]*, available at: <https://political-studies.com/?p=1311> (accessed: 06.04.2020).
3. Vashchenko, N. M. (2017), "Sphere of concepts that represents impact-generating issues in terms of consciental war as a component of Russia's hybrid aggression against Ukraine", *Aktualni Pytannia Masovoi Komunikatsii [Current Issues of Mass Communication]*, no. 22, p. 19-39.
4. Words and Wars: Ukraine in the Fight Against Kremlin Propaganda (2017), KIS, Kyiv, 132 p.
5. Potekhin, V. K. (1998), "Modern wars and national security of Russia", *Who Will Own a Consciental Warfare in the 21st Century?*, Russia-2010, Moscow, pp. 69-87.
6. Texty.org.ua (2018), "Rating of sites with manipulative content", available at: http://old.texty.org.ua/pg/blog/infoviz/read/89880/Rejtyng_sajtiv_z_manipulativnym_kontentom?a_offset= (accessed: 06.04.2020).
7. Media Sapiens (2017), "The Ukrainians themselves create the media space favorable for Moscow, - an expert about propaganda trends", available at: <https://ms.detector.media/tip-intervyu/post/20262/2017-12-22-ukraintsi-sami-stvoryuyut-informatsiine-pole-yake-useful-moskvi-ekspert-pro-tendentsii-in-propaganda/> (accessed: 20.04.2020).
8. Propaganda That Deepens the Gap in Mutual Understanding. Media Monitoring of the Countries of the Eastern Partnership and Russia (2016), 46 p., available at: https://ypc.am/wp-content/uploads/2017/03/2016_Monitoring_Propaganda_Report_RUS.pdf (accessed: 06.04.2020).
9. Detector Media (2019), "The National Council announced the ratings of TV channels for the second quarter of 2019", available at: <https://detector.media/rinok/article/172043/2019-10-31-natsrada-oprilyudnila-reitingi-telekanaliv-za-ii-kvartal-2019-roku/> (accessed: 06.04.2020).
10. Ukrainian Internet Association (2018), "Rating of TOP-100 news sites of socio-political topics for December 2017", available at: <http://inau.ua/news/rejtyng-top-100-novynnyh-sajtiv-suspilno-politychnoyi-tematyky-for-chest-2017r> (accessed: 06.04.2020).

11. Yermolenko, V. (Ed.) (2019), *Re-Vision of History. Russian Historical Propaganda and Ukraine*, KIS, Kyiv, 99 p.
12. Yermolenko, V. & Iliuk, O. (2019), "Introduction", *Re-Vision of History. Russian Historical Propaganda and Ukraine*, KIS, Kyiv, pp. 4–6.
13. Zolotukhin, D. Yu. (2018), *White Book of Special Information Operations Against Ukraine 2014–2018*, Kyiv, 384 p. available at: https://mip.gov.ua/files/pdf/white_book_2018_mip.pdf (accessed: 06.04.2020).
14. Viatrovych, V. (2020), *Ukraine. History Stamped "Confidential"*, Knyzhkovyi Klub "Klub Simeinoho Dozvillia", Kharkiv, 512 p.
15. Vaissie, C. (2016), "France, the war with Ukraine and manipulation by historical myths", *Grani.ru*, available at: <http://mirror715.graniru.info/Society/History/m.251995.html> (accessed: 06.04.2020).
16. Sociological Agency "Rating" (2017), "The Ukrainians about history, culture and Polish-Ukrainian relations", available at: http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ukraincy_ob_istorii_kulture_i_polsko-ukrainskih_otnosheniyah.html (accessed: 06.04.2020).
17. Gerasymchuk, S. & Maksak, H. (2018), "Ukraine", *Disinformation Resilience in Central and Eastern Europe*, Eurasian States in Transition, Foreign Policy Council "Ukrainian Prism", Kyiv, pp. 304-307, available: http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf (accessed: 20.04.2020).
18. Kyiv International Institute of Sociology (2015), *Index of Effectiveness of Russian Propaganda*, available at: <https://www.kiis.com.ua/?lang=en&cat=reports&id=510> (accessed: 06.04.2020).

Submitted 06.02.2020

Список літератури

1. Радиков И.В. Новая сущность войны в XXI в. и ее отражение в военной доктрине Российской Федерации // Вестник СПбГУ. Сер. 6. 2015. Вып. 2. С. 39-51.
2. Колодій А. Про консцієнтальну війну і тверезий глузд у ставленні до влади / Думки з приводу. 5 січня 2015. URL : <https://political-studies.com/?p=1311> (дата звернення: 06.04.2019).
3. Ващенко Н.М. Концептосфера відображення впливогенної проблематики в умовах консцієнтальної війни як складової гібридної агресії Росії проти України // Актуальні питання масової комунікації. 2017. № 22. С. 19–39.
4. Слова та війни: Україна в боротьбі з Кремлівською пропагандою. Київ : КІС, 2017. 132 с.
5. Потехин В.К. Современные войны и национальная безопасность России. / Кому будет принадлежать КОНСЦИЕНТАЛЬНОЕ ОРУЖИЕ в XXI веке? Москва : Россия-2010, 1998. С. 69–87.
6. Рейтинг сайтів з маніпулятивним контентом. Тексти.org.ua. 10.12.2018. URL : http://old.texty.org.ua/pg/blog/infoviz/read/89880/Rejtyng_sajtiv_z_manipulyativnym_kontentom?a_offset= (дата звернення: 06.04.2019).
7. «Українці самі створюють інформаційне поле, яке корисне Москві», – експерт про тенденції у пропаганді. MediaSapiens. 22 грудня 2017. URL : <https://ms.detector.media/tip-intervyu/post/20262/2017-12-22-ukraintsi-sami-stvoryuyut-informatsiine-pole-yake-korisne-moskvi-ekspert-pro-tendentsii-u-propagandi/> (дата звернення: 06.04.2019).
8. Пропаганда, углубляющая пропасть во взаимопонимании. Мониторинг СМИ стран Восточного партнерства и России. 2016. 46 с. URL : <https://ypc.am/wp>

content/uploads/2017/03/2016_Monitoring_Propaganda_Report_RUS.pdf (дата звернення: 06.04.2019).

9. Нацрада оприлюднила рейтинги телеканалів за II квартал 2019 року. Детектор Медіа. 31 жовтня 2019. URL : <https://detector.media/rinok/article/172043/2019-10-31-natsrada-oprilyudnila-reitingi-telekanaliv-za-ii-kvartal-2019-roku/> (дата звернення: 06.04.2019).

10. Рейтинг ТОП-100 новинних сайтів суспільно-політичної тематики за грудень 2017р. Інтернет Асоціація України. 16.01.2018. URL : <https://inau.ua/news/reytyng-top-100-povynnyh-saytiv-suspilno-politychnoyi-tematyky-za-gruden-2017r> (дата звернення: 06.04.2019).

11. Ре-візія історії. Російська історична пропаганда та Україна / за ред. В.Єрмоленка. Київ : К.І.С., 2019. 99 с.

12. Єрмоленко В., Ілюк О. Вступ / Ре-візія історії. Російська історична пропаганда та Україна. Київ : К.І.С., 2019. С. 4–6.

13. Золотухін Д. Ю. Біла книга спеціальних інформаційних операцій проти України 2014–2018. Київ. 2018. 384 с. URL : https://mip.gov.ua/files/pdf/white_book_2018_mip.pdf (дата звернення: 06.04.2019).

14. В'ятрович В. Україна. Історія з грифом «Секретно». 3-тє вид. Харків : Книжковий Клуб «Клуб Сімейного Дозвілля», 2020. 512 с.

15. Вессье С. Франция, война с Украиной и манипулирование историческими мифами / Грани.ру. 06.06.2016. URL : <http://mirror715.graniru.info/Society/History/m.251995.html> (дата звернення: 06.04.2019).

16. Українці про історію, культуру та польсько-українські відносини. Соціологічна група «Рейтинг». 01.06.2017. URL : http://ratinggroup.ua/research/ukraine/ukraincy_ob_istorii_kulture_i_polsko-ukrainskih_otnosheniyah.html (дата звернення: 06.04.2019).

17. Gerasymchuk S., Maksak H. Ukraine / Disinformation Resilience in Central and Eastern Europe. Eurasian States in Transition, Foreign Policy Council “Ukrainian Prism”. Kyiv. 2018. p. 304, available: http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf (accessed: 20.04.2020).

18. Індекс результативності російської пропаганди. Київський міжнародний інститут соціології. 25.3.2015. URL : <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=510> (дата звернення: 06.04.2019).

Надійшла до редколегії 06.02.2020