

УДК 327.8:[355/359(470+521):(470)]
DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/65-2-4>

Олександр ЛИСЕНКО,
orcid.org/0000-0002-4003-6433
доктор історичних наук, професор,
завідувач відділу воєнно-історичних досліджень
Інституту історії України Національної академії наук України
(Київ, Україна), ukr2ww@ukr.net

Олександр МАЄВСЬКИЙ,
orcid.org/0000-0001-9926-3270
кандидат історичних наук,
старший науковий співробітник відділу воєнно-історичних досліджень
Інституту історії України Національної академії наук України
(Київ, Україна), alexandermaievskiy@gmail.com

Людмила ХОЙНАЦЬКА,
orcid.org/0000-0001-7324-5461
кандидат історичних наук, доцент,
старший науковий співробітник відділу історії нових незалежних держав,
Інституту історії України Національної академії наук України
(Київ, Україна), L.Khoynatska@gmail.com

ЕКСПЛУАТАЦІЯ ОБРАЗУ «ІНШОГО»/ «ВОРОГА» В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СЕГМЕНТІ РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ 2014–2023 РР.

Наукова проблема дослідження охоплює комплекс аспектів, пов'язаних з характеристикою особливостей функціонування інформаційного простору як ландшафту гібридної та гарячої фаз російсько-української війни у тому сегменті, що стосується взаємного формування образу «іншого»/«ворога» і його впливу на морально-психологічний стан цивільного населення та військовослужбовців обох країн. У науковій літературі вказана тема опрацьована недостатньо, оскільки війна ще триває. Натомість деякі теоретичні аспекти студіювання особливостей іншування й алгоритмів позиціонування «чужого»/«ворога» у літературі представлені доволі ґрунтовно. Методологічне підґрунтя розвідки сформувавши напрацювання фахівців політології, історії, соціальної психології, міждисциплінарний інструментарій наукового пошуку, а також сучасний тезаурус, яким послуговуються дослідники вказаної проблематики. Фактично перетворення України та українців на «чужих» і «ворожих» почалося у Російській Федерації незабаром після розпаду СРСР та появи на пострадянському просторі суверенних держав. Розв'язавши гібридну війну проти «братнього народу», Кремль прагнув усіма можливими засобами – політичними, економічними, конфесійними та іншими – повернути Україну в орбіту свого виняткового впливу. Імперська колоніальна політика супроводжувалася широкомасштабними акціями з дискредитації нашої держави на міжнародній арені, а також формуванням усередині Росії негативного ставлення до українського народу. Одним з важливих напрямів антиукраїнської політики стали інформаційні кампанії, спрямовані на демонізацію образу українців у російському суспільстві, розхитування політичної ситуації в нашій державі, а з 2014 р. – легітимізації агресії проти України і порушення її територіальної цілісності у вигляді відторгнення Криму і частини Донбасу. Початок повномасштабної агресії проти України поклав початок новому етапу інформаційного протистояння. У відповідь на ворожі дії Москви в українському інформаційному просторі та масовій свідомості стало кристалізуватися асоціативно-семантичне поле з негативними образами Росії, представників її військово-політичного керівництва і суспільства.

Ключові слова: Гібридна війна, повномасштабне вторгнення російських військ в Україну, інформаційні технології, пропаганда, образ ворога.

Oleksandr LYSENKO,
orcid.org/0000-0002-4003-6433
doctor of Historical Sciences, Professor,
Head of the Department of Military Historical Research
Institute of History of Ukraine of the National Academy of Sciences of Ukraine
(Kyiv, Ukraine), ukr2ww@ukr.net

Oleksandr MAIEVSKYI,

orcid.org/0000-0001-9926-3270

Candidate of Historical Sciences,

Senior Researcher at the Military-Historical Research Department

Institute of History of Ukraine of the National Academy of Sciences of Ukraine

(Kyiv, Ukraine), alexandermaievskiy@gmail.com

Lyudmila KHOINATSKA,

orcid.org/0000-0001-7324-5461

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor,

Senior Researcher at the Department of History of Newly Independent States,

Institute of History of Ukraine of the National Academy of Sciences of Ukraine

(Kyiv, Ukraine), L.Khoynatska@gmail.com

EXPLOITATION OF THE «OTHER»/«ENEMY» IMAGE IN THE INFORMATION SPACE OF THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR 2014-2023.

The research problem encompasses a complex set of aspects related to characterizing the functioning of the information space as a landscape of the hybrid and hot phases of the Russian-Ukrainian war, specifically focusing on the mutual formation of the «other»/«enemy» image and its impact on the moral and psychological state of the civilian population and military personnel of both countries. This topic is insufficiently addressed in scientific literature as the war is ongoing. However, some theoretical aspects of studying the peculiarities of «othering» and positioning algorithms of the «foreign»/«enemy» are quite well-documented in the literature. The methodological foundation of the research is based on the contributions of experts in political science, history, social psychology, interdisciplinary research tools, and contemporary thesaurus used by researchers in this field. The transformation of Ukraine and Ukrainians into «foreign» and «hostile» entities began in the Russian Federation shortly after the collapse of the USSR and the emergence of sovereign states in the post-Soviet space. Kremlin, having unleashed a hybrid war against the «fraternal people,» sought to return Ukraine to the orbit of its exclusive influence using all available means - political, economic, religious, and others. The imperial colonial policy was accompanied by large-scale actions to discredit our state in the international arena, as well as the formation of a negative attitude towards the Ukrainian people in Russia itself. Information campaigns aimed at demonizing the image of Ukrainians in Russian society, destabilizing the political situation in our country, and since 2014, legitimizing aggression against Ukraine and the violation of its territorial integrity in the form of the annexation of Crimea and the conflict in Eastern Ukraine became one of the important directions of anti-Ukrainian policy. The start of full-scale aggression against Ukraine marked the beginning of a new stage in the information confrontation. In response to Moscow's hostile actions, a semantic field with negative images of Russia, its military-political leadership, and society began to crystallize in the Ukrainian information space and public consciousness.

Key words: *Hybrid war, full-scale Russian invasion of Ukraine, information technologies, propaganda, enemy image.*

Постановка проблеми. Наукова проблема, обрана авторами для спеціального дослідження, окреслена сукупністю аспектів, що віддзеркалюють сутнісні характеристики інформаційного виміру сучасної російсько-української війни у частині взаємного формування та експлуатації образу «іншого»/«ворога» та його вплив на морально-психологічний стан і настрої сторін. Крім того, існує необхідність встановлення номенклатури лінгвістично-візуальних засобів маркування «іншого»/«ворога», конкретно-історичних контекстів еволюції пропагандистських гасел і мемів, а також наукової деконструкції фальсифікованого пропагандистського продукту, що використовується у протистоянні з Україною, нівеляції його впливу на особовий склад ЗСУ і цивільне населення нашої країни.

Аналіз досліджень. В суто історичному науковому дискурсі обрана для розвідки тема з

огляду на те, що війна продовжується в реальному часі, ще недостатньо опрацьована. Однак чимало її теоретичних аспектів у контексті інших подій і явищ вивчаються доволі давно. Особливо інтенсивно проблеми формування та функціонування у суспільному дискурсі образу «іншого»/«чужого»/«ворога» студіюються в західній соціогуманітаристиці. Однією з перших праць, у якій розглядаються алгоритми конструювання стереотипних колективних уявлень про «інших», стала книга Д. Олппорта, надрукована в Кембріджі 1957 року (Allport, 1954). Вчений розкривав специфіку процесів стереотипізації і формування забобонів і пересторог, а також їхню наступну проекцію на індивідуальних членів груп «інших». У вказаному руслі процеси соціальної категоризації вивчали М. Хог, Д. Террі, У. Вайт. У їхній розвідці показано, яким чином групи «інших» деперсоніфікуються і набувають рис ворожості

(Hogg, Terry, White, 1995: 255–269). Концептуальні напрацювання Г. Тешфела і Й. Тюрнера дали змогу забезпечити емпіричне підтвердження впливу категоризації на індивідуальну і корпоративну свідомість та відповідні моделі поведінки у рамках «свій – чужий» (Tajfel, 1982; Tajfel, Turner, 1986: 7–24). Мобілізаційний потенціал групової ідентифікації схарактеризовано у матеріалі М. Хелблінга, Т. Ріскінса й М. Райта (Helbling, Reeskens, Wright, 2016: 744–767). У дослідженні, яке підготували Р. Х'юстон, М. Рубін та Х. Вілліс, увага фокусується на чинниках, що стимулюють еволюцію процесів від групової категоризації та ідентифікації до міжгрупової диференціації, на наступному етапі – до сприйняття «чужого» об'єкта як джерела небезпеки, сплесків страху, неприязні, ненависті й агресії, отже, – «ворожого» (Hewstone, Rubin, Willis, 2002: 575–604). Структурний підхід до аналізу соціальних репрезентацій конфронтаційного змісту реалізовано у публікації О. Абріка (Abric, 2001: 621–631).

Серед вітчизняних науковців лінгвістичний зріз проблеми студіює О. Кирилюк, напрацювання якої дають уявлення про алгоритм формування та функціонування асоціативно семантичних полів зі смисловим ядром «ворог – ворожий» (Кирилюк, 2019. № 12: 29–34; Його ж, 2019. Вип. 187: 45–49; Його ж, 2019. Т. 22: 58–68; Його ж, 2020: 53–58). Дослідниця виокремила «два типи асоціативно-семантичних рядів у межах групи: «офіційний» і «неофіційний». Перший репрезентований назвами без додаткових семантичних відтінків (Росія, Москва, Кремль), другий нараховує 15 основних рядів, що на асоціативному рівні пов'язані з Росією (Орда, Мордор, бензоколонка, Раша, сусід, імперія, зло, ворог тощо)» (Кирилюк, 2020: 57). Цікаві думки з цього приводу виклав очільник Українського інституту національної пам'яті А. Дробович (Дробович, 2022). Автори цієї статті простежували застосування креолізованого (тобто такого, що поєднує візуальну і вербальну складову) продукту під час війни російсько-української війни (Лисенко, Маєвський, 2023: 7–12).

В офіційному російському дискурсі війна РФ проти України трактується як «суспільно-політична криза в Україні», що «змусило» Кремль вдатися до «демлітаризації та денацифікації України у формі «спеціальної воєнної операції» (СВО). Зразком таких інтерпретацій може слугувати стаття Є. Новаковського, у якій з апологетичних позицій характеризуються антиукраїнські настрої росіян за кілька років до повномасштабного вторгнення російської армії в Україну (Новаковский, 2022: 145–163).

Мета статті полягає у реконструкції генези та еволюції ключових меседжів, ідеологічних схем, форм і методів діяльності пропагандистських інституцій Росії та України, алгоритму і практичних наслідків застосування прийомів демонізації супротивника.

Виклад основного матеріалу. Спроби негативізації образу «іншого», що часто набували крайніх ознак «ворожого», використовувалися з давніх-давен, по-перше, задля дискредитації супротивника, по-друге, з метою підвищення мотивації та впевненості членів певних політичних, соціальних, етноконфесійних, маргінальних когорт у своїх діях, по-третє, для легітимації практичних політичних кроків на внутрішній чи зовнішній арені. Особливо активно такі технології застосовуються під час суспільно-політичних криз та війн і збройних конфліктів. У ХХ ст. вони набули найвищого рівня у формі ідеологічного протистояння. Друга світова стала першою в історії ідеологічною війною. З того часу чимало війн та локальних збройних зіткнень набували виразного ідеологічного забарвлення (наприклад, війни в Афганістані, дії радикальних ісламських формувань і терористів та інші). Аби надати політичним раціям, спрямованим на мобілізацію громадян певних держав чи прихильників окремих військово-політичних організацій, додаткової переконливості, спеціальні інформаційно-пропагандистські служби генерують і широко експлуатують стереотипи, негативні образи та цілеспрямовано сфальсифіковані мему, спрямовані на дискредитацію потенційного чи реального супротивника.

Спільна історія України і Росії позначена практично перманентними спробами останньої підпорядкувати сусідній народ, нав'язати йому колоніальні за змістом відносини, в яких метрополія привласнювала право вирішувати долю українців. Упокорення «братнього народу» так званім «старшим братом» набувало різних форм: від асиміляції до геноциду. При цьому будь-які спроби спротиву політиці денационалізації з боку українців трактувалися як «сепаратистські», «антидержавні», «бандитсько-кримінальні», такі, що «підривають єдність слов'янського світу».

У російській історичній дійсності українці завжди сприймалися як «інші». Мешканці Придніпров'я, Правобережжя Північної Таврії, Слобожанщини, Волині, Галичини поступово формували спільноту з власними мовою, культурними і звичаєвими практиками, способами організації соціального життя та господарювання, світоглядними орієнтирами й цінностями. Козацький

стан взагалі виявився унікальним феноменом історії, що згодом перетворився на ядро української ідентичності. До речі, у Московії слову «козак» одночасно з елементом окремішності часто надавали негативної конотації, як і «гайдамака», синонімізуючи їх зі словом «розбійник». Закріплюючи девіантне смислове орнаментування за вказаними словами, росіяни кристалізували певний стереотип українців, що з часом обростав іншими негативними рисами. Так, назвисько «мазепинець» асоціювалося з поняттям зради, порушення принципів васалітету й громадянського обов'язку. Іншуванням мешканців українських земель позначений термін «малороси». Навіть суто зовні перша частина цього лінгвістичного новотвору закріплювала за українцями елемент меншовартості (географічної, популяційної, етнічної, політичної тощо), а друга – базувалася на альянсах спільного походження та історичної спорідненості.

У Російській імперії «національна гордість великоросів» стала предметом не просто особливої турботи влади, політичних і культурних еліт, а зоною формування національно-державницької ідеї. Слово «народність» увійшло до символічної тріади, на якій, мов на трьох слонах, стояла імперія Романових, одночасно з іншими системотворними поняттями – «самодержавство» і «православ'я».

У добу Української революції, усіма можливими засобами перешкоджаючи вільному самовизначенню українців, російські більшовики негативізували українські політичні сили у формі неологізмів «петлюрівці», «махновці», «контрреволюціонери», «отаманщина» тощо.

Саме тоді з'явилися чергові негативні назвиська для тих, хто боровся за власну державність і українську національну ідею – «петлюрівці», «отаманщина», «махновщина» та інші.

З «легкої руки» більшовицьких вождів (як Леніна, так і Сталіна) в інформаційне поле СРСР постійно вкидалися нові лексеми з негативною конотацією. Серед численних «ухилів», що накидалися партійним функціонерам в УРСР, зустрічаємо «націонал-комунізм», «волобуєвщину», «хвильовізм», «скрипниківщину», «шумськізм» та інші.

Та найвищим зарядом негативу володіли такі лінгвістичні одиниці як «шкідники», «антирадянські елементи», чи не найневдаліший словотвір «українські буржуазні націоналісти» та особливо узагальнений образ «вороги народу». У 30–40-ві роки перелічені дефініції підпадали під кримінальну кваліфікацію і прирікали їх носіїв на репресії, і смерть.

Під час Другої світової війни похідні від прізвища одного з лідерів ОУН С. Бандери слова «бандерівщина» і «бандерівці» набули у радянській пропаганді різко негативного та навіть лайливого значення і синонімізувалися з криміналізованими дефініціями «антирадянські елементи», «бандитизм» та інші.

Зі здобуттям Україною незалежності у Росії поступово, але рельєфно оформилися й одночасно співіснували дві тенденції, що витворювали суперечливу ситуацію: з одного боку, там продовжували усіляко насичувати й аргументувати версію «спільного походження і спорідненості трьох братніх східнослов'янських народів», а з іншого, – позиціонувати українців як «відщепенців», «розкольників православної Святої Русі», «прислужників духовно занепадаючого Заходу» тощо. З приходом на посаду президента РФ В. Путіна друга тенденція стала виразно домінувати. Вдаючи з себе знавця історії (це виглядає як жалюгідне бажання бути схожим на Й. Сталіна, який вважав себе фахівцем у багатьох галузях знань – мовознавстві, історії, економіці, генетиці та інших), новий «вождь нації» відмовляв українцям у праві на самовизначення і суверенітет, класифікував Українську державу як failed state, тобто штучну, таку що не відбулася. Завдяки розгалуженій мережі впливових ЗМІ за кордоном та дипломатичним каналам, за Україною закріплювалося негативне реноме «ненадійного торговельного партнера і транзитера газу», держави, неспроможної виконувати свої дво- і багатосторонні міжнародні зобов'язання. При цьому використовувалися об'єктивні соціально-економічні труднощі в Україні (часто інспіровані саме Кремлем з метою позбавлення її ядерного статусу, військово-морського флоту, економічної самостійності, а також формування залежності від російських енергоносіїв, урану, імпортного ринку). Фінансувалися й продовжують фінансуватися численні громадські, лівацькі та парамілітарні організації в багатьох країнах Євросоюзу, США, Латинської Америки. Утримуються певні політичні партії та окремі інфлюенсери, які виконують роль ретрансляторів тез російської пропаганди на світовому рівні. Яскравим прикладом може слугувати інформаційна боротьба російської пропаганди проти українських націоналістів, яких Росія демонізувала як для власного населення, так і для всього цивілізованого світу. На початковому етапі для російських ідеологів-пропагандистів уособленням крайнього націоналізму в Україні був «Правий Сектор», проти якого прокуратура РФ навіть подала судовий позов.

Оскільки матеріали слідства мали гриф «таємно», публічно озвучили лише резолюцію, в якій Верховний суд Росії визнавав УНА–УНСО, «Правий сектор», Українську повстанську армію і «Тризуб Степана Бандери» екстремістськими організаціями та від 17 листопада 2014 р. заборонив їхню діяльність на території РФ. «Правий Сектор» та Д. Ярош з 2014 р. стали уособленням зла в інструментарії російської пропаганди, яка сформувала образ «бандерівців націоналістів-терористів», неонацистів, фашистів сьогодення. Використовуючи ці штампи, ЗМІ жахали власне населення, періодично вкидаючи в інфопростір меседжі, що агенти-«правосеки» вербують росіян та готують диверсії по всій території Росії. Пропагандисти таврували учасників Революції Гідності штампом «фашисти», усіяючи уникаючи інформації про соціальний, географічний і етнічний склад учасників протестних акцій, зводячи все до регіонального поділу України твердженнями, що більшість учасників її – це західноукраїнські бандерівці, неонацисти і фашисти. Відповідно проводилися паралелі з власними фейками про співпрацю значної частини українців з німецькою окупаційною владою, участю українців у добровольчих збройних формуваннях нацистів та службу в німецькій поліції. Саме у зв'язку з існуванням «Правого сектору» російська пропаганда формувала міф про «український фашизм». Згодом намагаючись дискредитувати найбільш вмотивовані українські добровольчі підрозділи, як для власної, так і для західної спільноти, російські пропагандисти обрали своєю ціллю «Азов». Акцентуючи увагу на символіці, ідеології та структурі вказаного формування, російська пропаганда паразитувала на візуальному сегменті, поширювала наратив, що основою ідеології «Азову» є неонацизм, расизм, антисемітизм та вся палітра ксенофобій. Варто зазначити, що кампанія з дискредитації та демонізації «Азову» частково була успішною: значна частина демократичних світових видань підхоплювала окремі тези російської пропаганди і формувала для своїх респондентів негативний образ цієї організації. Західні медіа, серед яких The Telegraph, The Times, The New York Times, Vice повторювали на своїх шпальтах російські тези про «неонацистські батальйони», «ультраправих радикалів», «ультраправе ополчення», «нацистські батальйони» і тому подібні кліше. Як наслідок, рефрен брехні під різним кутом призвів до того, що конгресмен США Ро Ханна запропонував заборонити надавати полку озброєння. Демократи і республіканці підтримали цю ініціативу у 2018 р., а 2019 р. сорок членів Палати Представ-

ників звернулися до Держсекретаря США з вимогою занести полк «Азов» до переліку терористичних організацій.

На противагу частині українського суспільства, що обстоює україноцентричний погляд на Другу світову війну, її перебіг і наслідки, одним з консолідаційних, системотворних чинників російської ідентичності стало «победобесіє». Перемогу в тій війні радянсько-російська пропаганда звела у всенародний культ і експлуатує його задля «милітаризації суспільної свідомості» росіян (Дацюк, 2015). Сформувавши ідеологему «Великої Перемоги», кремлівські ідеологи наповнили її кластерними символами-цеглинами: «9 травня», «геніальний полководець Сталін», «Севастополь – місто російської слави», «Діди воювали!», «Можемо повторити!»

Широкомасштабна і планомірна інформаційно-психологічна операція у 2014 р. за основу мала російський наратив про Другу світову війну. Образи «Переможної війни» стали головним концептом консолідації і легітимації окупаційного режиму й одночасного переведення України на інший від Добра бік. Апелюючи до історичної пам'яті, пропагандисти проводили паралелі між «київським режимом» і колаборантами в часи Другої світової. З квітня 2014 р. на білбордах Донбасу і Криму з'явилися репродукції-плакати І. Тоїдзе «Батьківщина мати кличе!», Д. Моора «Ти чим допоміг фронту?», цитати і репліки з плакатів Кукриніксів. Російські технологи креолізованої індустрії активно вмонтовували радянський плакат Другої світової війни в інформаційний простір, одночасно звертаючись до образу захисника, Батьківщини (звісно ж «советской Родіни», себто Росії), експлуатували образ ворога – «українонацистів», фашистів і «бандерівців-посіпак нацизму», жертвами яких зображували російських жінок і дітей. Ці прості концепти були сформовані ще радянською пропагандою і легко декодувалися певними віковими категоріями та слугували мобілізаційним інструментарієм. Все це доповнювало загальні кампанії з конструювання інформаційного консервату з лекціями, виставками, відеороликами, масовими акціями антиукраїнського змісту. До транслявання ключових пропагандистських меседжів була залучена й так звана «пошта Донбасу», що продукує поштівки, марки, конверти та іншу різноманітну філателістичну продукцію із залученням візуальних образів й вербальних меседжів російського міфу «Великої Вітчизняної війни». У такий спосіб війну проти України намагаються позиціонувати як продовження боротьби проти наці-фашизму.

Одним з символів «победобесія» стала «георгіївська стрічка». Саме цей вербально-візуальний маркер відрізняв в очах російських пропагандистів «своїх» від «чужих» на Донбасі після російського вторгнення у 2014 р. Чорно-помаранчева георгіївська стрічка виявилася одним із найголовніших атрибутів належності до «руського міра». 2005 р. вона була введена у вжиток в Російській Федерації та інших пострадянських країнах як основний символ перемоги Червоної армії над нацизмом. У лютому 2014 р. георгіївські стрічки отримали нове конотаційне наповнення – їх активно використовували учасники руху «Антимайдан», щоб підкреслити тим самим свою «антифашистську» і проросійську позицію (Маєвський, 2020: 132–140). З метою легалізації нового символу Дня Перемоги, а також намагаючись затерти та знівелювати пам'ятні дати України в «ДНР», замість 6 грудня, коли ще з 1993 р. в Україні відзначається День Збройних сил України, російські політтехнологи у 2015 р. створили нову «пам'ятну дату» – «День георгіївської стрічки». Перший заступник керівника виконкому так званого громадського руху «Донецька Республіка» А. Крамар заявив: «Сьогодні в Україні відзначають День збройних сил. Це робиться цілеспрямовано, тому в нашій молодій Республіці крім традиційних свят виникають нові – такі, як День георгіївської стрічки. І ці свята зможуть об'єднати всіх жителів ДНР» (Донецьке агентство новостей, 2015). Ідеологи намагаються вкласти у свідомість населення хибний, зумисно викривлений код візуального об'єкту – стрічки, як нібито символу спадкоємності поколінь, прихильності до миру і головного візуального символу антифашистського руху. Російська пропаганда спеціально роздмухувала ореол стрічки, формуючи з неї розпізнавальний знак – «наші». А російська влада легалізувала його законом від 29 грудня 2022 р., в якому йдеться про те, що «георгіївська стрічка є одним із символів військової слави Росії і передбачається відповідальність в разі публічної наруги над цим символом у вигляді штрафу до 3 млн рублів чи колонії терміном на 3 роки» (Федеральний закон РФ, 2022). Російська влада вживала спеціальних заходів задля формування у масовій свідомості громадян РФ відповідного образу українців як неспроможних до самостійного державного життя, «підступних», «зрадливих», «невдячних» росіянам за їхню культуртрегерську і цивілізаційну місію. За таких обставин звичне маркування «хохол» перетворювалося з поблажливо зверхнього назвиська на принизливе.

Гібридна війна, яку Москва латентними засобами розгортала проти України водночас з розпадом СРСР, набувала відвертішого вигляду і брутальних форм. З цією метою широко використовувалася розгалужена мережа ЗМІ, створених за вказівками російської правлячої верхівки чи афілійованих з іншими центрами впливу. Ретрансляторами пропагандистського продукту стали відверто агресивні видання, розраховані на широку аудиторію, наприклад, «РИА Новости», «Readovka», «Интерфакс», «Звезда ТВ» та десятки інших. Існувала ще одна група умовно «опозиційних» ЗМІ, які латентно просували пропагандистські наративи: «Meduza», «Телеканал Дождь», «Эхо Москвы» і власне ті ретранслятори, які діяли в Україні – «News One», «112 Україна», «ZIK».

Напускна толерантність російського істеблішменту геть зникла під час «Помаранчевої революції» та «Революції Гідності». Російські політтехнологи, які відкрито працювали на території України під час виборчих кампаній В. Януковича, у штабах і керівних центрах різних політичних сил, вдавалися до використання асоціацій з явищами, що мали найвищий негативний рейтинг сприйняття серед мешканців пострадянського простору. Експлуатуючи рудименти й атавістичні стереотипи радянського способу мислення, вони «вкидали» в інформаційний ландшафт ідеологеми на кшталт «нашисти», намагаючись у такий спосіб дискредитувати прихильників та лідерів партії «Наша Україна», і насамперед В. Ющенка.

Завдяки гібридним акціям розхитувалася ситуація у східних та південних регіонах України, що завершилося анексією та окупацією Криму, частини Донецької і Луганської областей. З цього часу вже Російська Федерація постала у сприйнятті українців не просто як «інша», а як «ворожа» сила.

В офіційному російському тезаурусі термін «майдан» спочатку сприймався як гарячі каштани в руках. Зовсім чужий і незрозумілий, лякаючий своєю неосяжною внутрішньою органікою і силою та зовсім неприйнятний на російському ментальному і поведінковому полі, феномен майдану став стрімко набувати негативної конотації та обростати похідними термінами – «майданути», «антимайдан». Після втечі В. Януковича до Росії там почали посилено експлуатувати тезу про відсутність легальності української влади. Навіть після обрання президентом України П. Порошенка, у конструйованому кремлівськими «темниками» інформаційному просторі, вище політичне керівництво України продовжували називати

«незаконним», «узурпаторами», «хунтою». Як це постійно відбувається в Росії, інформаційний ландшафт «проростає» дивовижними перлами на кшталт «жидо-бандерівці», що за структурою та беззмістовністю скалькований з інших оксюморонів сталінської доби – «українські буржуазні націоналісти» та «українсько-німецькі націоналісти». У прагненні задовольнити запит влади і значної частини електорату, зорієнтованого на неї, спічрайтери російського «вождя» та його поплічників, приручені за допомогою багатої годівнички журналісти, блогери, різного роду «аналітики» лякали російського телевізійнозалежного обивателя «смертельною» (не інакше!) для Росії та етнічних росіян в Україні загрозою з боку «укро-нацистів». Водночас у масовій свідомості населення Криму, Донбасу та РФ насаджувалося різке негативне ставлення до мешканців західних регіонів України, зокрема Галичан. До речі, власну руку до цього процесу свого часу приклав сумної слави міністр освіти України Д. Табачник, відомий не тільки антигалицькими висловлюваннями, а й псевдонауковими спробами системного викладу власної «концепції».

У згаданій статті Є. Новаковського зазначається: дані, отримані внаслідок емпіричних досліджень 2018–2019 рр. кафедри соціології та психології політики факультету політології МДУ ім. М. В. Ломоносова показали, що «в образі України у свідомості росіян дійсно значною мірою присутні компоненти образу ворога. При цьому ворогом в уяві росіян переважно є влада і державні структури України, ніж народ. Простежується загострене почуття загрози з боку України – як геополітичного характеру, так і для російської національної ідентичності. Разом з тим геополітична загроза у свідомості росіян є не прямою, а опосередкованою і надходить не стільки від самої України, скільки від її статусу певного «провідника» і каталізатора загрози з боку масштабніших західних гравців». Загроза ж національній ідентичності виростає з відчуття культурно-історичної близькості до народу України та схильності громадян Росії ототожнювати народи Росії, України і Білорусії. У зв'язку з цими факторами поворот України до антиросійського вектора і зростаючий на цьому фоні антиросійський політичний дискурс всередині України були сприйняті громадянами вкрай болісно» (Новаковський, 2022: 145). Полишаючи на сумління автора підміну причинно-наслідкових зв'язків, слід наголосити, що з часу проведення згаданого ним соціологічного дослідження у Росії відбувся не просто дрейф, а різкий стрибок у зміні настроїв російських гро-

мадян до війни в Україні. Згідно з результатами вказаного ним опитування, у 2018–2019 рр. 10% сприймали Україну як конкурента, 14% як партнера, 10% як друга, 34% як ворога. Нейтральне позиціонування – «сусід» – обрали 68%. (Новаковський, 2022: 154).

Понад 70% респондентів називали українську владу як «нестійку», «залежну від Заходу», «безвольну», «маріонеткову», а політичну ситуацію в нашій державі – анархічною». Половина опитаних вважали Збройні сили України слабкою ланкою держави. Визначаючи іманентні якості українців, більшість росіян акцентували увагу на негативних стереотипах: «хитрі», «підступні», «зрадливі», «безцеремонні», «дурні», «ворожі», «злі», «недалекоглядні» (Новаковський, 2022: 158–159).

Розганяючи з наростаючою силою антиукраїнську істерію у власній країні, кремлівські пропагандисти домоглися того, що від лютого 2022 р. українці як політична нація, державна та етнічна спільнота перетворилися з метафоричного «іншого» на об'єкт фізичного знищення. Завдяки Т. Сергєйцеву, В. Соловйову, А. Гаспаряну, М. Симоньян та іншим рупорам путінізму гасло «убий українця!» стало найактуальнішим політичним меседжем, що прирівнюється до патріотичного обов'язку та слугує кращим доказом вірності авторитарному режиму Путіна.

Замість більш-менш нейтральних «укропів» українці від початку 2022 р. позиціонуються не інакше як «укро-нацисти», носії західних «псевдоцінностей» (наприклад, глорифікації гей-парадів) та інших загроз «православній російській цивілізації».

На думку М. Хеблінга, Т. Ріскінса і М. Райта, ступінь насичення політичного дискурсу на рівні еліт елементами образу ворога володіє суттєвим впливом на виразність/рельєфність виявів етнічної і громадянської форм ідентичності серед населення (Helbling, Reeskens, Wright, 2016: 744–767). Вказану залежність промовисто ілюструє консенсус російського суспільства щодо проблеми статусу Криму. Слоган «Крим наш» став найпереконливішим генетичним штрих-кодом само-свідомості росіян, незалежно від соціального статусу, політичних вподобань і культурно-освітнього рівня. Усі, хто кваліфікує спосіб «повернення» півострова під юрисдикцію Росії (а це не тільки українці, а й уся світова спільнота, що сповідує цінності демократії і верховенства права), автоматично переводяться у стан «ворогів Росії».

Російські пропагандисти, які працюють у паралельних площинах, вдало провели кампанію із дегуманізації українців. Так, контент для

внутрішнього реципієнта суттєво відрізнявся від того, що транслювалося для зовнішньої аудиторії. Втім, мета цих кампаній була одна – обґрунтувати логіку утримання України в зоні своїх інтересів. Назовні російська пропаганда транслювала меседжі «братських народів», «єдиного коріння», «спільної колиски», історичної тяглості і сусідства. Для внутрішнього реципієнта, починаючи від шкільних навчальних програм і закінчуючи телевізійними новинами та періодичними виданнями, українці презентувалися як другосортна, меншовартісна спільнота. Водночас путінським пропагандистам не вдалося чітко викристалізувати образ «іншого»: спроби візуального та смислового окреслення «правильного» і «неправильного» українця виявилось їм не до снаги. Очевидно, що важливим для росіян є редукція інакшості, навернення у свою віру, і якщо редукція виявляється неможливою, то вони обирають знищення «іншого», що автоматично набуває статусу «ворожого».

В ідеологічному протистоянні з Україною активно використовується релігійна «карта». Перетворивши Російську православну церкву на слухняне знаряддя своєї внутрішньої і зовнішньої політики, Кремль постійно «висловлює» занепокоєння з приводу порушення свободи сумління в Україні». Насправді «стурбованість» Москви каналізується винятково в русло ситуації в українському православ'ї. Завдяки агентам російського впливу Українська православна церква Московського патріархату давно перетворилася на провідника ідей «руського міра». Прагнення значної частини політикуму і суспільства до створення помісної Української православної церкви наштовхнулося на справжню істерію не тільки в архиєрейському середовищі РПЦ, а й усіх верств російського соціуму. Для духовенства Української православної церкви Київського патріархату призначалися лайливі назвиська: «самос'яти», «розкольники», «еретики», «філаретівці». Особливо високу хвилю обурення спричинила поява Томосу Вселенського патріарха Варфоломія, яким УПЦ (КП) переходила під юрисдикцію Константинополя.

Кремль закодував «спеціальну воєнну операцію» літерою «Z», що викликало різні припущення фахівців. Одіозна айдентика у вигляді літер латинського алфавіту «Z» і «V» залишилася без якогось зрозумілого змістового наповнення і стала провальним пропагандистським трюком, ніж сама СВО. Літерне зображення з незрозумілою семантикою навздогін намагалися бодай якось пояснити, однак на офіційному рівні жодних трактувань так

і не надійшло, окрім спроби Міноборони РФ обіграти це словами «Z» – «за перемогу» і «V» – «сила в правді». Листівки, плакати, вся наочна реклама, численні флешмоби та акції включно з хештегами та змінами у написанні офіційних ресурсів з імплементацією літер, що стали символом агресії, злочинів РФ, до цього часу не знаходять жодного логічного пояснення з боку російських ідеологів чи офіційних представників влади та силових структур. Власне самі організатори багатьох акцій, які на теренах РФ послуговуються цією символікою, не змогли пояснити ані її походження, ані значення. Тому «Z» і «V» трактують переважно як кому заманеться: «Сила V правде», «За победу», «За пацаноV», «За Россию». Вихваляючи самотність і велич російської культури, зневажаючи латинську абетку, заборонивши англійську візуальну рекламу в міському просторі у вигляді вивісок назв закладів, росіяни при цьому переінакшують деякі топоніми на кшталт «Забайкальє», а логотип офіційного сайту Кузбасс видозмінюють на «КуZбасс». Консолідована підтримка пересічними росіянами війни і вторгнення в Україну знаходить відображення і в таких побутових речах, як намагання замінити кириличні З і В всюди, де тільки можна. Символіка з'явилася на бірках для одягу, вивісках, цінниках, манікюрі, повітряних кульках, в рекламі послуг, різноманітних товарах, включно з яйцями, десертами та короваями. Натомість значна кількість брендів у демократичних країнах асиметрично відмовилася використовувати ці літери в маркуванні своєї серійної продукції чи навіть брендів на кшталт компаній Samsung, Zurich Insurance, Zipair Tokyo та багатьох інших. У більшості цивілізованих країн символіка вторгнення стала візуальним синонімом загарбницьких амбіцій і жорстокості. В Україні ж вона перетворилася на зловісні сигнальні символи страждань, наруги і смерті.

О. Кирилюк, вивчаючи особливості функціонування лексеми «ворог» у сучасному протистоянні РФ та України, наголошує на тому, що «вона є домінантною у ядрі, навколо якого групується обраний корпус номенів. Асоціативно-семантичне поле «ворог» представлене в дискурсі інформаційної війни широким набором рефлексем. До структури поля входять п'ять асоціативно-семантичних груп (АСГ): «країна-ворог», «ворожі війська», «вороже суспільство», «ворожі ЗМІ», «ворожі явища». Асоціативно-семантичну групу «країна-ворог» формують мікрогрупи «Росія» та «квазідержавні утворення» (Кирилюк, 2020: 54).

В українському інформаційному просторі та побутовому мовленні від 2014 р. вказаними

конотаціями наділялися слова «антимайдан», «зелені чоловічки», «сепаратисти»/«сепари», «ополченці», «бойовики», «російські найманці» «вата»/«ватники». Дефініція «незаконні збройні формування» охоплювала усі військово-політичні групи в Криму і Донбасі, що протидіяли українській владі та її силовим структурам, – як російські диверсійні групи на кшталт Стрелкова-Гірка, так і місцевих прихильників «русского міра», які відкрито чи приховано порушували конституційний порядок. Усі ці елементи де-факто і де-юре стали до табору ворогів українського народу і його держави. На окрему ремарку заслуговують «ватники» – малосвідома, інертна маса, особливо податлива на телевізійну російську пропаганду, що своєю побутовою та суспільною поведінкою і участю у так званих «референдумах» підтримала окупаційні російські війська.

Дії РФ у Криму і в Донбасі кваліфікуються міжнародним правом як «акт агресії» та «окупація». Відповідна дефініція («російська агресія проти України») міститься у тексті резолюції Парламентської асамблеї Ради Європи (ПАРЄ) (Високий замок, 2015). У правовому полі України цей факт також знайшов офіційне закріплення у постанові Верховної Ради України від 15 січня 2015 р. (Постанова ВР України, 2015). Якщо агресія однозначно вважається злочином проти миру, то режим окупації позбавлений такої однозначно негативної юридичної та емоційної конотації, адже у багатьох випадках такий стан має тимчасовий характер і регулюється відповідними нормативно-правовими регламентами. Резолюція Генеральної асамблеї ООН від 1 лютого 2017 р. засудила «тимчасову окупацію частини території України» і закликала Російську Федерацію «виконувати всі свої зобов'язання згідно із застосовним міжнародним правом як державу-окупанта» (Резолюція 71/205, ГА ООН, 2016). Однак у суспільній свідомості України номени «агресор» та «окупант» по відношенню до російських військовослужбовців одразу набули значення ворожості, хоча якась частина мешканців жила іншими очікуваннями і настроями. Донедавна нейтрально-іронічні словосполучення «старший брат», «північний сусід» та подібні стали набувати в'їдливо-саркастичного характеру.

Події 2014 р. актуалізували в Україні колоніально-імперський дискурс. Усвідомлення себе жертвою агресії та окупації доповнювалося вписуванням нової реальності у ширші історичні контексти, принаймні 300-літньої колоніальної політики Петербурга/Москви щодо України. Лексеми «імперія» і «колонія» стосовно Росії та України

набували нових смислових та емоційних відтінків. Якщо до Революції Гідності значна частина українців підтримувала курс на добросусідські відносини з Російською Федерацією, то соціологічне опитування 2020 р. (тобто задовго до повномасштабного вторгнення в Україну!) показало, що 70% наших співгромадян вважають цю державу ворогом (Більшість українців вважають Росію ворогом України, – опитування, 2020).

Цитуючи тезу Л. Гумільова про те, що «Москва не продовжувала традицій Києва. Навпаки, вона знищувала традиції вічевої вольності, замінивши їх іншими нормами, багато в чому запозиченими у монголів» (Гумилев, 2009), О. Кирилюк вказує: «В українській національній пам'яті набіги татарської орди асоціюються виключно зі смертями й руйнуваннями. Досі збереглися фразеологізми «ніби Мамай пройшов», «наче набігла татарська орда», «гнати в орду». Отже, лексема «орда» містить семи «жорстокість», «варварство», «руйнування», «натовп». Такі ж конотації накладаються в суспільній свідомості українців і на позначення Росії, яка здійснила збройну агресію. Терміни цього асоціативно-семантичного ряду використовуються переважно в побутовому мовленні. У ЗМІ їх можна зафіксувати тільки в коментарях до статей: Обгородити Ордостан колючкою (коментарі на sensor.net.ua, 01.05.2016)» (Кирилюк, 2020: 55).

У побутовому мовленні та соціальних мережах з'явилися численні варіації, в яких обігруються географічні та історичні компоненти ворога: «Орда», «Ватостан», «Рашка», «Рашкостан», «Рашколяндія», «Мокшандія», «Мордор». У топонімах з графічними трансформаціями педалюються асоціації з нацистською символікою та організаціями: «роССія», «роSSія» (алюзія з СС).

Зневажливим змістом наповнені такі словотвори як «глибинний російський народ», «рашки», «орки».

Та найбільшою негативною конотацією наповнений контент, у якому головним персонажем постає Путін. Тут також рельєфно проступають співставлення з Гітлером і нацизмом – «Путлер», «Путлер капут», «Хайль Путлер!»

Завдяки ненормативній лексиці, яка також доволі часто фігурує в інформаційному протиборстві, підсилюється емоційне навантаження тих чи інших меседжів.

Висновки. У рамках гібридної і «гарячої» фаз війни Російської Федерації проти України широко використовуються прийоми негативізації та дегуманізації образу українців. Розгалужена пропагандистська машина Кремля вкидає у

внутрішній та зовнішній інформаційний простір вербальний та візуальний (або синтетичний – креолізований) продукт, спрямований на дискредитацію військово-політичного керівництва України, ЗСУ, української політичної нації в очах росіян та світової спільноти. У першому випадку мета полягає у мобілізації російського соціуму на виконання забаганок Путіна, а в другому, – на міжнародну ізоляцію нашої країни. Якщо в Росії інструменталізація образу «ворога» демонструє

високу ефективність, то за кордоном і в Україні ці прийоми виявилися не такими результативними. Підривні дії Росії завдяки ІПСО зустріли протидію з боку України, контрпропаганда якої також використовує прийоми іншування й експлуатації образу «ворога», але на іншому фактологічному рівні. Провал російського «бліцкригу» багато в чому пояснюється провалом ідеологічних акцій в Україні та успіхами української контрпропаганди.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Abric J. C. A Structural approach to social representations / Deaux K., Philogene G. *Representations of the social: Bridging theoretical traditions*. Oxford : Blackwell, 2001. P. 621–631.
2. Allport G. W. *The nature of prejudice*. Cambridge : Addison-Wesley, 1954. 537 p.
3. Helbling M., Reeskens T., Wright M. The mobilization of identities: a study on the relationship between elite rhetoric and public opinion on national identity in developed democracies. *Nations and Nationalism*. 2016. № 22 (4). P. 744–767. DOI: <https://doi.org/10.1111/nana.12235>.
4. Hewstone M., Rubin M., Willis H. Intergroup Bias. *Annual Review of Psychology*. 2002. № 53. P. 575–604.
5. Hogg M., Terry D., White K. A Tale of Two Theories: A Critical Comparison of Identity Theory with Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*. 1995. Vol. 58, Iss. 4. P. 255–269.
6. Tajfel H. *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge : Cambridge University Press, 1982. 546 p.
7. Tajfel H., Turner J. The social identity theory of intergroup behavior / Worchel S., Austin W. G. *Psychology of Intergroup Relation*. Chicago : Nelson Hall Publishers, 1986. P. 7–24.
8. Федеральный закон от 29.12.2022 № 579-ФЗ «О Георгиевской ленте и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации». URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202212290014?index=1> (дата звернення: 20.08.2023).
9. Більшість українців вважають Росію ворогом України, – опитування. 2020. URL: <https://newformat.info/news/bilshist-ukrainciv-vvazhajut-rosiju-vorogom-ukraini-opituvannya/> (дата звернення: 22.08.2023).
10. Гумилев Л. Н. От Руси до России: Очерки этнической истории. 2009. URL: http://dubenshov.ucoz.ru/2009/dok/gumilev_lev-ot_rusi_do_rossii-rovallib.ru.pdf (дата звернення: 21.08.2023).
11. Дацюк С. Отказ мира в моральном праве России на Победу во Второй мировой войне. 2015. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/554c5704d8268/> (дата звернення: 26.08.2023).
12. Дробович Антон. Зневага з малої літери. *Українська правда*. 2022. 15 трав. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/05/15/7346243/> (дата звернення: 28.08.2023).
13. Кирилюк О. Л. Асоціативно-семантична мікрогрупа «назва конфлікту» в дискурсі інформаційної війни. *Закарпатські філологічні студії*. 2019. № 12. С. 29–34.
14. Кирилюк О. Л. Мовні засоби творення образу ворога в умовах інформаційної війни. *Наукові записки ЦДПУ ім. В. Винниченка. Сер. Філологічні науки*. 2019. Вип. 187. С. 45–49.
15. Кирилюк О. Л. Особливості мікрополя «ворожі війська» у структурі асоціативно-семантичного поля «ворог» (на матеріалі дискурсу російсько-української інформаційної війни). *Вісник КНЛУ. Сер.: Філологія*. 2019. Т. 22. № 2. С. 58–68.
16. Кирилюк О. Структура асоціативно-семантичного поля у дискурсі інформаційної війни. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2020. Вип. 29. Т. 2. С. 53–58.
17. Лисенко О., Маєвський О. «Бандити, хохли, укропи...»: формування негативного образу українців рашистською пропагандою під час російсько-української війни. *Російсько-українська війна: історичні ретроспективи та сучасні реалії* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Переяслав, 18–19 трав. 2023 р.). Переяслав : Університет Григорія Сковороди в Переяславі, 2023. С. 7–12.
18. Маєвський О. О. Формування інформаційного простору в так званих «ДНР» та «ЛНР» методами експлуатації візуальних образів другої світової війни. *Інформація і право*. 2020. 2(33), 132–140. DOI: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2\(33\).208106](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2(33).208106).
19. Митинг в честь Дня георгиевской ленты собрал в Донецке 5 тыс. горожан. *Донецкое агентство новостей*. 2015. URL: <https://dan-news.info/obschestvo/miting-v-chest-dnya-georgievskoj-lenty-sobral-v-donecke-5-tys-gorozhan.html> (дата звернення: 25.08.2023).
20. Новаковский Е. Образ Украины как врага России в сознании российских граждан. *Вестник Московского областного государственного университета* 2022. № 1. С. 145–163.
21. Постанова Верховної Ради України від 27 січ. 2015 р. № 129-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/129-19> (дата звернення: 30.08.2023).
22. Резолюція 71/205, ухвалена Генеральною Асамблеєю Організації Об'єднаних націй «Положення в галузі прав людини в Автономній Республіці Крим і місті Севастополі (Україна)». 2016. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/mu16077> (дата звернення: 27.08.2023).

23. Текст резолюції ПАРЄ щодо зниклих безвісти. *Високий замок*, 25.06.2015. URL: <https://wz.lviv.ua/world/132616-tekst-rezoliutsii-parye-shchodo-znyklykh-bezvisty> (дата звернення: 29.08.2023).

REFERENCES

1. Abric J. C. (2001). A Structural approach to social representations. In K. Deaux, G. Philogène (Eds.), *Representations of the social: Bridging theoretical traditions*. (pp. 621–631).
2. Allport G. W. (1954). *The nature of prejudice*. Cambridge: Addison-Wesley, 537.
3. Helbling M., Reeskens T., Wright M. (2016). The mobilization of identities: a study on the relationship between elite rhetoric and public opinion on national identity in developed democracies. *Nations and Nationalism*, 22 (4). 744–767. DOI: <https://doi.org/10.1111/nana.12235>.
4. Hewstone M., Rubin M., Willis H. (2002). Intergroup Bias. *Annual Review of Psychology*, 53. 575–604.
5. Hogg M., Terry D., White K. (1995). A Tale of Two Theories: A Critical Comparison of Identity Theory with Social Identity Theory. *Social Psychology Quarterly*. Vol. 58. Iss. 4. 255–269.
6. Tajfel H. (1982). *Social Identity and Intergroup Relations*. Cambridge: Cambridge University Press. 546.
7. Tajfel H., Turner J. C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In S. Worchel, W. G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relation*. Chicago: Nelson Hall Publishers, 7–24.
8. Federal'nyj zakon ot 29.12.2022 № 579-FZ «O Georgievskoj lente i vnesenii izmenenij v otdel'nye zakonodatel'nye akty Rossijskoj Federacii». [Federal Law No. 579-FZ of December 29, 2022 «On the St. George Ribbon and Amendments to Certain Legislative Acts of the Russian Federation»]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202212290014?index=1> (accessed: 20.08.2023) [in Russian].
9. Bilshist ukrainsiv vvazhaiut Rosiiu vorohom Ukrainy, – opytuvannia. [The majority of Ukrainians consider Russia to be an enemy of Ukraine, according to a survey]. 2020. URL: <https://newformat.info/news/bilshist-ukrainsiv-vvazhajut-rosiiu-vorogom-ukraini-opituvannya/> (accessed: 22.08.2023) [in Ukrainian].
10. Gumilev L. N. Ot Rusi do Rossii: Ocherki e'tnicheskoi istorii. [Vid Rusi do Rosiyi: Narysy etnichnoyi istoriyi]. 2009. URL: http://dubenshov.ucoz.ru/2009/dok/gumilev_lev-ot_rusi_do_rossii-royallib.ru.pdf (accessed: 21.08.2023) [in Russian].
11. Dacyuk S. Otkaz mira v moral'nom prave Rossii na Pobedu vo Vtoroj mirovoj vojne. [The world's denial of Russia's moral right to victory in World War II]. 2015. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/datsuk/554c5704d8268/> (accessed: 26.08.2023) [in Russian].
12. Drobovykh Anton. Znevaha z maloï litery. *Ukrainska pravda*. [Insult with a lowercase letter]. 2022. URL: <https://www.pravda.com.ua/columns/2022/05/15/7346243/> (accessed: 28.08.2023) [in Ukrainian].
13. Kyryliuk O. L. (2019). Asotsiatyvno-semantychna mikrohrupa «nazva konfliktu» v dyskursi informatsiinoi viiny. [Associative-semantic microgroup «conflict names» in the discourse of information warfare] *Zakarpatski filolohichni studii*, 12. 29–34. [in Ukrainian].
14. Kyryliuk O. L. (2019). Movni zasoby tvorennia obrazu voroha v umovakh informatsiinoi viiny. [Linguistic means of creating an image of the enemy in the conditions of information warfare] *Naukovi zapysky TsDPU im. V. Vynnychenka. Ser. Filolohichni nauky*, (187). 45–49. [in Ukrainian].
15. Kyryliuk O. L. (2019). Osoblyvosti mikropolia «vorozhi viiska» u strukturі asotsiatyvno-semantychnoho polia «voroh» (na materiali dyskursu rosiisko-ukrainskoi informatsiinoi viiny). [Peculiarities of the microfield «enemy troops» in the structure of the associative-semantic field «enemy» (on the material of the discourse of the Russian-Ukrainian information war)] *Visnyk KNLU. Ser.: Filolohiia*. Vol. 22, 2. 58–68. [in Ukrainian].
16. Kyryliuk O. (2020). Struktura asotsiatyvno-semantychnoho polia u dyskursi informatsiinoi viiny. [The structure of the associative-semantic field in the discourse of information warfare] *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 29. Vol. 2. 53–58. [in Ukrainian].
17. Lysenko O., Maievskiy O. (2023). «Bandyty, khokhly, ukropy...»: formuvannia nehatyvnoho obrazu ukrainsiv rashytskoiu propahandoiu pid chas rosiisko-ukrainskoi viiny. [«Bandits, hochlys, dills...»: formation of a negative image of Ukrainians by racist propaganda during the Russian-Ukrainian war] *Materials of the international scientific and practical conference: Rosiisko-ukrainska viina: istorychni retrospektyvy ta suchasni realii*. (pp. 7–12). Pereiaslav. [in Ukrainian].
18. Maievskiy O. O. (2020). Formuvannia informatsiinoho prostoru v tak zvanykh «DNR» ta «LNR» metodamy ekspluatatsii vizualnykh obraziv druhoi svitovoi viiny. [Formation of the information space in the so-called «DPR» and «LPR» by methods of exploitation of visual images of the Second World War] *Informatsiia i pravo*, 2(33), 132–140. DOI: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2\(33\).208106](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2020.2(33).208106). [in Ukrainian].
19. Miting v chest' Dnya georgievskoj lenty sobral v Donecke 5 tys. gorozhan. [The rally in honor of the St. George Ribbon Day gathered 5,000 citizens in Donetsk] *Doneckoe agentstvo novostej*. 2015. URL: <https://dan-news.info/obschestvo/miting-v-chest-dnya-georgievskoj-lenty-sobral-v-donecke-5-tys-gorozhan.html> (accessed: 25.08.2023) [in Russian].
20. Novakovskij E. (2022). Obraz Ukrainy kak vraga Rossii v soznanii rossijskix grazhdan. [The image of Ukraine as an enemy of Russia in the minds of Russian citizens] *Vestnik Moskovskogo oblastnogo gosudarstvennogo universiteta (E'lektronnoe izdanie)*, 1. 145–163. [in Russian].
21. Postanova Verkhovnoi Rady Ukrainy vid 27 sich. 2015 r. [Resolution of the Verkhovna Rada of January 27, 2015] № 129-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/129-19> (accessed: 30.08.2023) [in Ukrainian].
22. Rezoliutsiia 71/205, ukhvalena Heneralnoiu Asambleieiu Orhanizatsii Obiednanykh natsii «Polozhennia v haluzi prav liudyny v Avtonomnii Respublitsi Krym i misti Sevastopoli (Ukraina)». [Resolution 71/205, adopted by the General Assembly of the United Nations «Situations in the field of human rights in the Autonomous Republic of Crimea and the city of Sevastopol (Ukraine)»]. 2016. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/mu16077> (accessed: 27.08.2023) [in Ukrainian].

23. Tekst rezoliutsii PARie shchodo znyklykh bezvisty. [The text of the PACE resolution on missing persons] Vysoky zamok, 2015. URL: <https://wz.lviv.ua/world/132616-tekst-rezoliutsii-parye-shchodo-rosi-krym-ta-znyklykh-bezvisty> (accessed: 29.08.2023) [in Ukrainian].



1. Візуальна алюзія на походження символу «Z» (автор невідомий)



2. Карикатура «Зберись ганчірка! Вперед», автор: Юрій Журавель



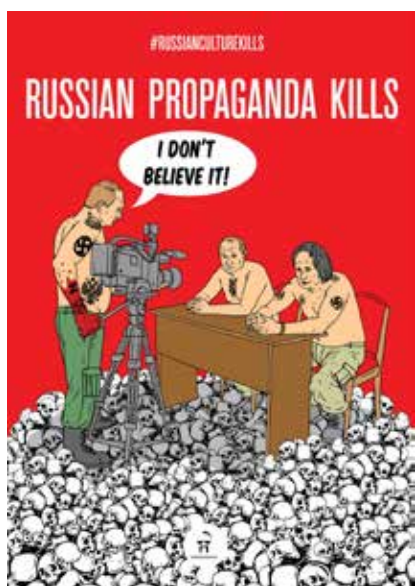
3. Плакат «1944-2014», автор: Андрій Єрмоленко



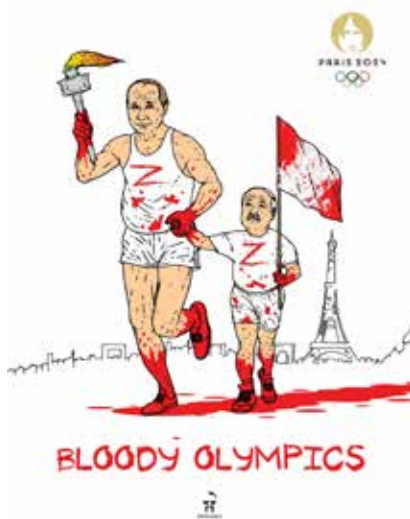
4. Плакат «Україна Бабин Яр 1941-43 – нацисти 2022 – росіяни», автор Нікіта Тітов



5. Плакат «Я тобі не красавиця!» Андрій Єрмоленко



6. Плакат «Російська пропаганда вбиває» Андрій Єрмоленко



7. Плакат «Кривава олімпіада» Андрій Єрмоленко



8. Плакат «Чемпіон світу з мародерства» Андрій Єрмоленко



9. Плакат «Чемпіони світу із зґвалтування» Андрій Єрмоленко



10. Банер «Воин русской армии спаси!», російська пропаганда на вулицях м. Донецьк 2014р.



11. Плакат «Враг рядом!», російська пропагандистська продукція 2014 р.



12. Карикатура «Взвыл бесноватый...», російська пропаганда



13. Карикатура «Братья! Мы едины!», російська пропаганда



14. Карикатура «Слава Україні!»



15. Плакат «Армия России чистит Украину...»



16. Ілюстрації міноборони РФ із соц мереж