УДК 327.8
DOI https://doi.org/10.24919/2308-4863/99-1-62

Олександр ГРИЩЕНКО,
orcid.org/0000-0002-4361-5705
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри журналістики та філології
Приватного закладу вищої освіти «Міжнародний класичний університет
імені Пилипа Орлика»
(Миколаїв, Україна) olexandr.hry@i.ua

Тетяна ЯРОШОВЕЦЬ,
orcid.org/0000-0003-3690-416X
кандидат філософських наук,
завідувачка кафедри журналістики, видавничої справи, поліграфії та редагування
Інституту філології та масових комунікацій
Відкритого міжнародного університету розвитку людини «Україна»
(Київ, Україна) yti36@ukr.net

Армен МАІЛЯН,
orcid.org/0009-0006-4428-4860
студент ІІ курсу магістратури факультету соціології і права
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»
(Київ, Україна) mailyanarmen@gmail.com

МОВНІ МАРКЕРИ ДЕЗІНФОРМАЦІЇ В НОВИННИХ ТЕКСТАХ

Мова виступає не тільки інструментом комунікації, але й ефективним засобом впливу на суспільну свідомість. Актуальність проблематики дослідження зумовлена необхідністю укріплення національного безпекового інформаційного поля в Україні в умовах тривалої гібридної війни. Система російської пропаганди містить в основі ряд інструментів з дезінформації суспільства, поширення маніпулятивних наративів, просування ідеї державної двомовності, у тому числі, через новинний контент. Метою дослідження є аналіз сучасних мовних маркерів дезінформації у новинних текстах для формування ефективної стратегії протидії. Методологія. У роботі над статтею використані системний метод, компаративний аналіз, загально-теоретичні методи – аналіз і синтез, узагальнення, класифікація, систематизація. Наукова новизна. У дослідженні доведено, що влучні вислови та короткі пояснення в новинних текстах можуть міцно вкорінюватися у свідомість аудиторії, формуючи певні ідеологічні й ціннісні установки та поведінкові патерни соціуму. Гібридна війна рф проти України включає створення ідеологічного протистояння, підрив довіри до демократичних інституцій, провокування суспільного розколу, в тому числі, за посередництвом новин. Висновки. У статті запропоновано систематизацію мовних маркерів дезінформації в новинному контенті, що дозволить ефективніше боротись із пропагандою та дезінформацією. Конкретизовано основні їх наративи та функціональне призначення. Обґрунтовано, що пропагандистська риторика направлена на послаблення українського суспільства, інформаційно-психологічний тиск на українське суспільство, розпалювання внутрішньої національної, культурно-мовної і релігійної ворожнечі, поширення дезінформаційних наративів, маніпулювання історичним контекстом. Тому особливої уваги наразі потребує підвищення медіаграмотності та критичного мислення громадськості.

Ключові слова: *мовні маркери, дезінформація, пропагандистські наративи, маніпуляція, новинні тексти, контент, протидія.*

Oleksandr HRYSHCHENKO,
orcid.org/0000-0002-4361-5705
Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Journalism and Philology
Pylyp Orlyk International Classical University
(Mykolaiv, Ukraine) olexandr.hry@i.ua

Tetiana YAROSHOVETS,
orcid.org/0000-0003-3690-416X
PhD in Philosophy,
Head of the Department of Journalism, Publishing, Printing, and Editing
Institute of Philology and Mass Communications of Open International
University of Human Development «Ukraine»
(Kyiv, Ukraine) yti36@ukr.net

Armen MAILIAN,
orcid.org/0009-0006-4428-4860
2nd year master's student at the Faculty of Sociology and Law
National Technical University of Ukraine «Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute»
(Kyiv, Ukraine) mailyanarmen@gmail.com

LINGUISTIC MARKERS OF DISINFORMATION IN NEWS TEXTS

In the modern media space, several types of distortion of facts can be distinguished, which are differentiated by the degree of intentionality and distortion. In the context of linguistic analysis, it is necessary to note that the falsehood of a news text is manifested not only in the content, but also in the manner of its presentation. Thus, for the most part, disinformation content is characterized by the use of emotionally colored vocabulary, categorical statements. The purpose of the study is to analyze modern linguistic markers of disinformation in news texts to form an effective countermeasure strategy. Methodology. The work on the article used a systemic method, comparative analysis, general theoretical methods – analysis and synthesis, generalization, classification, systematization. Scientific novelty. The study proves that apt statements and short explanations in news texts can be firmly rooted in the consciousness of the audience, forming certain ideological and value attitudes and behavioral patterns of society. The Russian war against Ukraine involves undermining trust in democratic institutions, and provoking social division in the medium of news. Conclusions. The article proposes a systematization of linguistic markers of disinformation in news content, which will allow for a more effective fight against propaganda and disinformation. Their main narratives and functional purpose are specified. It is substantiated that propaganda rhetoric is aimed at weakening Ukrainian society, informational and psychological pressure on Ukrainian society, inciting internal national, cultural, linguistic, and religious hostility, spreading disinformation narratives, and manipulating the historical context. Therefore, special attention currently needs to be paid to increasing media literacy and critical thinking of the public.

Key words: *linguistic markers, disinformation, propaganda narratives, manipulation, news texts, content, counteraction.*

Постановка проблеми. Новини – один з уніфікованих продуктів глобальних медіа, які сьогодні працюють в режимі інформаційних агентств. Ворожа пропаганда рф наразі активно використовує медійний простір для поширення дестабілізуючих наративів. У його межах залучається мовний чинник задля просування ідей державної двомовності, створення «спільного культурного простору», підриву національної ідентичності. Навіть у новинних текстах часто ідентифікуються використання манімулятивних технік, поширення фейків та викривлене подання інформації.

Наративи пропагандистської машини кремля, що поширюється у цифрових медіа для залучення більшої аудиторії споживачів інформації, мають певні особливості викладу, у тому числі серед них – мовностилістичні особливості (застосування більш емоційних слів, заголовків, перекручених цитат), семіотика та семантика (вплив значення слів на характер сприйняття фейкових новин), психолінгвістика (вплив фейкових новин на мислення та інші психологічні процеси), комунікаційні стратегії (способи поширення фейкових новин – медіа, соціальні платформи тощо).

Нинішні можливості цифрового медійного простору пропонують нові способи для поширення новинного контенту, що актуалізує проблему дослідження динаміки мовних маркерів дезінформації в новинних текстах для перспективної розробки стратегій протидії ворожій пропаганді та маніпулятивним впливам.

Аналіз досліджень. Науковий дискурс із досліджуваної проблематики спрямований на дослідження сучасних тенденцій динаміки російської пропаганди у медіапросторі та пошук кращих практик протидії маніпулятивному впливу. Зокрема, Л. Овсієнко (2025), O. Babichev (2024), S. Hutchings, J. Szostek (2015) досліджують основні наративи російської пропаганди та медіадискурсу після повномасштабного вторгнення в Україну, актуалізують необхідність укріплення статусу української мови як державної, обговорюють питання мовної ідентичності. В. Данилік та ін. (2024), Ю. Дібікова (2024) акцентують основну увагу на аналізі ефективності протидії дезінформації в Україні, розробленні ефективної інформаційної політики.

Л. Башманівська (2025), V. Ilnytskyi та ін. (2022) аналізують ключові меседжі пропаганди рф як елементу гібридного впливу на українське суспільство, наполягають на необхідності підвищення медіаграмотності громадськості та розширення україномовного контенту в медіа. Водночас, науковці О. Ачилова (2023), М. Бутиріна, Л. Темченко (2023), I. Khoma та ін. (2020), T. Plekhanova (2023) зосереджують наукові пошуки динаміці мови інформаційного простору на тлі глобальної цифровізації, припускаючи, що соціальні мережі є важливим інструментом для просування дезінформаційних наративів. Не применшуючи досягнень вчених, необхідно відзначити низький рівень дослідженості еволюції мовних маркерів дезінформації в новинних текстах сучасного медійного простору, що потребує додаткових зусиль теоретико-практичного наукового спрямування.

Мета статті. Метою дослідження є аналіз сучасних мовних маркерів дезінформації у новинних текстах для формування ефективної стратегії протидії.

Виклад основного матеріалу. Українські засоби масової інформації (ЗМІ) навіть у часі повномасштабної війни продовжують формувати інформаційну політику на власний розсуд та часто залежать від вимог власників. Ефективність медіа-діяльності у контексті політичного маніпулювання здебільшого залежить від медіа-посередників (зокрема, журналістів, котрі обирають, що й у якій формі подати), а також від позиції медіакратів. Саме вони найбільш практично впливають на характер комунікаційного процесу. Медіа-канали прагнуть систематично поліпшувати свою статистику аудиторії, тому вони часто публікують неперевірену інформацію, яку потім просто редагують відповідно до оновлених відомостей.

Національний законодавчо-правовий простір є фрагментарним і наразі не містить ефективних підходів до нормативного врегулювання балансу між інформаційною безпекою та свободою слова в цифровому медійному полі, хоча окремі положення та норми присутні в різних затверджених законодавчих ініціативах, таких як Закони України «Про медіа», «Про інформацію», «Про захист персональних даних», «Про електронні комунікації» тощо.

Соціальні платформи залишаються важливими ресурсами для інформаційного забезпечення українського суспільства. Водночас у їх просторі часто генеруються оціночні судження, поширюються відверті маніпуляції та пропагандистський контент. У даному випадку мова йде про медіа не лише як про суб'єкт політичного маніпулювання, а й як про об'єкт або ж інструмент маніпуляції. Часто соцмережі страждають від падіння рейтингів саме через використання їх політичними маніпуляторами (Демешко, 2023: 58).

У сучасному медіапросторі можна виокремити декілька типів викривлення фактів, що диференціюються за ступенем навмисності та спотворення. У контексті лінгвістичного аналізу необхідно зауважувати, що неправдивість новинного тексту проявляється не тільки у змісті, але й у способі його подання. Так, здебільшого дезінформаційний контент характеризується використанням емоційно забарвленої лексики, категоричністю висловлювань, репрезентацією риторики протиставлення «своїх» і «чужих».

Власне, такі меседжі дещо спрощують складну реальність, зводячи її до цілком зрозумілих, проте викривлених бінарних опозицій. При цьому неправдиві повідомлення значно швидше й масштабніше поширюються саме завдяки когнітивним та мовним особливостям, адже дезінформаційний контент зазвичай має сильніші емоційні тригери – страх, здивування, обурення тощо, при цьому використовуючи лексику, яка стимулює афективну реакцію.

Мовні маркери фейкових наративів у новинних текстах проявляються на декількох рівнях:

– на лексичному рівні мовними маркерами слугують надмірне використання гіпербол (наприклад, *повна катастрофа*, *ніколи не бачили*» тощо), вигуків і емоційно забарвлених прикметників (типу *сенсаційний, жахливий, приголомшливий*);

– на синтаксичному рівні властивим є переважання уривчастих, коротких речень, часте застосування знаків оклику та великих літер, риторичних запитань, що формує загальне враження напруженості та нагальності;

– на дискурсивному рівні характерними є повторюваність основних тез, відсутність поси-

лань на першоджерела інформації, апеляції до колективного досвіду (типу *ніхто не знає, усі говорять про це*).

Сукупність зазначених мовних засобів викликає у аудиторії емоційне залучення, відчуття невідкладності, стимулюючи процес поширення. Психолінгвістичною особливістю дезінформаційного новинного контенту є активація ним не аналітичних, а емоційних центрів сприйняття. Тобто маніпуляція, значною мірою, вибудовується на емоційному впливі, а не на змісті.

При цьому контекст російської пропаганди зазнав значної динаміки в інтересах інтенсифікації інформаційно-психологічної війни проти України як відповідь на заяви міжнародного співтовариства: пропагандистські наративи гостро реагують на зміни та висвітлюють актуальні ідеологічні контексти, адже рф веде гібридну війну шляхом ідентифікації слабких місць противника з послідуючою «грою» на них, уникаючи відкритої конфронтації та визнання власної агресивної поведінки.

Сучасний фахівець у медіа має володіти новими інструментами аналізу, редагування та репрезентації інформації, серед яких – штучні нейронні мережі, імерсивні рішення та кросплатформенність, датацентризм, фактчекінг. У сфері нових підходів до аналізу вербальної складової новинного контенту варто відзначити потенціал штучного інтелекту щодо розпізнавання фейків та дезінформації. Алгоритми аналізують не самі факти в новинах, а лінгвістичні прийоми, використані при створенні новинних текстів, зокрема, використання слів з сильним емоційним забарвленням чи гіперболізацією.

Основними завданнями у сфері виробництва новин, що можуть бути успішно вирішені за допомогою інструментарію ШІ, доцільно виділити: перевірку фактів (Fact-checking tools); виявлення фейкової інформації (Fake news detection tools) – аналіз контенту та структури, класифікація та фільтрація; аналіз великих даних (Big data analysis tools) – аналіз та візуалізація даних, їх обробка; аналіз та виявлення інформації, дезінформації та дипфейків (Fake news detection tools) – моніторинг та аналіз даних, аналіз взаємодій та мереж; моніторинг соціальних мереж (Social media monitoring tools) – моніторинг та аналіз трендів, аналіз взаємодій (Рабчун, Тищенко, Голобородько, 2024: 37).

Зокрема, прикладом успішного використання штучного інтелекту для перевірки фактів в умовах високої швидкості інформаційних процесів може слугувати видання Ґвара Медіа, що функціонує на теренах України та спеціалізується на протидії дезінформації та критичному погляді на суспільно-політичні події.

Загалом, доцільно виділити ключові тенденції мовного маркування дезінформаційного новинного контенту:

1) використання посилань на неперевірені джерела (*за інформацією джерел, говорять, стало відомо, подейкують* тощо) чи повна відсутність посилань;

2) використання ярликів і оціночних суджень (*ніхто не вірить, усі знають, західняки, малороси*);

3) спонукальні та агресивні конструкції (*ви повинні знати, не мовчіть, розкиньте у всі можливі групи, передайте якомога швидше рідним і знайомим*);

4) маніпулятивні кліше (*незалежні експерти, як прийнято вважати*);

5) нагнітання та емоційно-експресивна лексика (*сенсація, шок, катастрофа, терміново* тощо);

6) заголовок новинного тексту часто містить вигуки чи складений великими літерами для привернення уваги аудиторії;

7) мова контенту спонукає сильний емоційний відгук: паніку, страх тощо.

Ще один маркер дезінформації – знецінення, ігнорування українських офіційних джерел. Часто фейкові новини супроводжуються фразами на кшталт «*влада нічого не каже*», «*офіційні ЗМІ мовчать*» тощо, що нагнітають зневіру серед населення.

У реальних медіа такі засоби часто використовуються одночасно, що підсилює ефект. Наприклад, новина з заголовком «*Захід кинув Україну – катастрофа неминуча!*» поєднує емоційне забарвлення, узагальнення та апеляцію до страху, хоча конкретних фактів у ній немає. Механізми такого плану набувають особливої ефективності в умовах підвищеного стресу – наприклад, під час воєнних подій або соціальної нестабільності.

При цьому феномени дезінформації та маніпуляції взаємопов'язані: дезінформація є інструментом реалізації маніпулятивних стратегій, тоді як маніпуляція створює сприятливе когнітивне та емоційне тло для її сприйняття (Baginsky, Linichenko, 2023: 29). Їхня спільна дія сприяє формуванню викривленої картини світу, поляризації суспільної думки та зниженню рівня критичного мислення громадян, поширенню паніки, зневіри.

Найчастішими прийомами маніпуляції в новинних ресурсах вбачається вживання емоційно забарвленої лексики, структурування повідомлень із пріоритезацією неперевіреної інформації, капіталізація окремих слів, апелювання до авторитету, відсутність покликання на першоджерело, заклики

до дії, використання обставин часу з метою створення ефекту терміновості тощо. Також іншими ключовими маркерами маніпулятивного повідомлення виявилися друкарські хиби, некоректність викладу інформації та граматичні помилки.

Перенасиченість маніпулятивною інформацією, як і безперервне поглинання великої кількості різноаспектних новин за короткий проміжок часу може завдавати неабиякої шкоди українському суспільству. На тлі затяжної прихованої інформаційної війни важливо розвивати медіаграмотність та критичне мислення громадськості, а також продовжувати апгрейд освітньої сфери.

Це означає, що людина має не лише вміти аналізувати мовні маркери дезінформації, а й усвідомлювати власні емоційні реакції, не піддаючись імпульсивному поширенню недостовірної інформації. Мінімізація впливу російськомовного контенту в освітніх програмах, розвиток українознавства виступають на сьогодні невід'ємними елементами інформаційної безпеки, як і формування уміння аналізувати джерела інформації.

Ініціативи такого плану наразі успішно впроваджуються через громадські проєкти та цільові державні програми, водночас потребуючи розширення та системної інтеграції. Необхідною передумовою ефективної реалізації політики протидії дезінформації в новинах вбачається визначення чіткого правового статусу онлайн-медіа та цифрових виробників контенту. При цьому необхідно зберігати збалансованість між контролем та гарантіями свободи слова.

Висновки. Гібридна війна рф проти України включає створення ідеологічного протистояння, підрив довіри до демократичних інституцій, провокування суспільного розколу, в тому числі, за посередництвом новин. Короткі емоційні меседжі в новинних текстах можуть міцно вкорінюватися у свідомість аудиторії, формуючи певні ідеологічні й ціннісні установки та поведінкові патерни соціуму, транслюючи у громадськість відчуття зневіри, паніки, невпевненості.

Мовні маркери фейкових новин відображають глибинні психологічні механізми переконання, засновані на емоційності, простоті та повторюваності висловлювань. Серед ключових тенденцій мовного маркування дезінформаційного новинного контенту, окрім сильного емоційного відгуку – використання посилань на неперевірені джерела, застосування ярликів і оціночних суджень, спонукальні та агресивні конструкції, маніпулятивні кліше, нагнітання та емоційно-експресивна лексика, «шокуючі» заголовки.

Дезінформаційний контент не існує ізольовано, він функціонує у взаємодії з алгоритмами соціальних платформ, суспільними нормами та культурними кодами, що підсилює його вплив. Тому розпізнавання лінгвістичних особливостей дезінформації має стати важливою складовою медіаосвіти, журналістських стандартів і практик критичного мислення. Перспективні дослідження мають бути спрямовані на дослідження міжнародної практики механізмів протидії маніпулятивним пропагандистським впливам.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ачилова О. Л. Медіатекст як дзеркало сучасного суспільства. *Закарпатські філологічні студії.* 2023. Т. 1. Вип. 28. С. 23–28. http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/28/part_1/4.pd

2. Башманівська Л. Актуальні питання мови сучасних медіатекстів. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка. Філологічні науки*. 2025. №1(104). С. 93–102. https://doi.org/10.35433/philology.1(104).2025.93-102

3. Бутиріна М., Темченко Л. Телеграм як середовище просування російських дезінформаційних наративів: канали, методи, фрейми. *Communications and Communicative Technologies*. 2023. № 23. С. 71–79.

4. Данилік В., Висоцька В., Назаркевич М. Методи ідентифікації дезінформації, фейків та пропаганди у ЗМІ на основі машинного навчання. *Кібербезпека: освіта, наука, техніка*. 2024. Т. 1. №25. С. 449–467.

5. Демешко І. Лексико-словотвірні інновації в медіадискурсі періоду війни. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2023. №205. С. 58–63.

6. Дібікова Ю. С. Медіаграмотність як компонент інформаційної безпеки в умовах гібридної війни: український контекст. *Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки, культурологічні науки*. 2024. Т. 2. №. 27. С. 67-77. DOI: 10.34142/24130060.2023.27.2.0

7. Овсієнко Л. М. Мовні маркери маніпуляції та перекручення фактів у сучасних українських медіа. Current Challenges in Scientific Research. 2025. №64. С. 365–368.

8. Рабчун Д. І., Тищенко В. С., Голобородько С. О. Ефективне розпізнавання дезінформації за допомогою нейронних мереж: фокус на виявленні емоційного впливу. *Телекомунікаційні та інформаційні технології*. 2024. №2. С. 37–48.

9. Babichev O. I. Analysis of Russian narratives of denial of the genocide of the Ukrainian nation during the war of 2014-2024. Sumy Historical and Archival Journal. 2024. Vol. XLII. Pp. 45-52. https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/9587

10. Baginsky A. V., Linichenko V. V. Signs of genocide in the Russian-Ukrainian war. Bulletin of NTUU "KPI". Political science. Sociology. Law. 2023. Vol. 2(58). Pp. 29-40.

11. Hutchings S., Szostek J. Dominant Narratives in Russian Political and Media Discourse during the Ukraine Crisis. 2015. URL: https://www.e-ir.info/wp-content/uploads/2015/03/ Ukraine– and– Russia-E-IR.pd

12. Ilnytskyi V., Starka V., Haliv M. Russian propaganda as an element of preparation for armed aggression against Ukraine. Ukrainian Historical Journal. 2022. Vol. 5. Pp. 43-55. http://resource.history.org.ua/publ/UIJ_2022_5_6.

13. Khoma I., Fedushko S., Kunch Z. Media manipulations in the coverage of events of the Ukrainian revolution of dignity: Historical, linguistic, and psychological approaches. *CEUR Workshop Proceedings*. 2020. №2616. Pp. 25-38. https://doi.org/10.48550/arXiv.2407.17425

14. Plekhanova T. Language policy and its media representation in post-war Ukraine: Implications for identity and inclusivity. *Amazonia Investiga*. 2023. №12(71). Pp. 223-232.https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/2597

REFERENCES

1. Achylova O. L. (2023). Mediatekst yak dzerkalo suchasnoho suspilstva [Media text as a mirror of modern society]. Zakarpatski filolohichni studii, 1(28), 23–28. Available at: http://zfs-journal.uzhnu.uz.ua/archive/28/part_1/4.pd [in Ukrainian]

2. Bashmanivska L. (2025). Aktualni pytannia movy suchasnykh mediatekstiv [Current issues of the language of modern media texts]. Visnyk Zhytomyrskoho derzhavnoho universytetu imeni Ivana Franka. Filolohichni nauky, 1(104), 93–102. https://doi.org/10.35433/philology.1(104).2025.93-102 [in Ukrainian]

3. Butyrina M., & Temchenko L. (2023). Telehram yak seredovyshche prosuvannia rosiiskykh dezinformatsiinykh naratyviv: kanaly, metody, freimy [Telegram as an environment for promoting Russian disinformation narratives: channels, methods, frames]. Communications and Communicative Technologies, 23, 71–79. [in Ukrainian]

4. Danylyk V., Vysotska V., & Nazarkevych M. (2024). Metody identyfikatsii dezinformatsii, feikiv ta propahandy u ZMI na osnovi mashynnoho navchannia [Methods for identifying disinformation, fakes, and propaganda in media based on machine learning]. Kiberbezpeka: osvita, nauka, tekhnika, 1(25), 449–467. [in Ukrainian]

5. Demeshko I. (2023). Leksyko-slovotvirni innovatsii v mediadyskursi periodu viiny [Lexical and word-formation innovations in media discourse during wartime]. Naukovi zapysky. Seriia: Filolohichni nauky, 205, 58–63. [in Ukrainian]

6. Dibikova Yu. S. (2024). Mediahramotnist yak komponent informatsiinoi bezpeky v umovakh hibrydnoi viiny: ukrainskyi kontekst [Media literacy as a component of information security in conditions of hybrid war: Ukrainian context]. Suchasne suspilstvo, 2(27), 67–77. https://doi.org/10.34142/24130060.2023.27.2.0 [in Ukrainian]

7. Ovsiienko L. M. (2025). Movni markery manipuliatsii ta perekrychennia faktiv u suchasnykh ukrainskykh media [Linguistic markers of manipulation and distortion of facts in modern Ukrainian media]. Current Challenges in Scientific Research, 64, 365–368. [in Ukrainian]

8. Rabchun D. I., Tyshchenko V. S., & Holoborodko S. O. (2024). Efektyvne rozpiznavannia dezinformatsii za dopomohoiu neironnykh merezh: fokus na vyiavlenni emotsiinoho vplyvu [Effective detection of disinformation using neural networks: focus on emotional impact]. Telekomunikatsiini ta informatsiini tekhnolohii, 2, 37–48. [in Ukrainian]

9. Babichev O. I. (2024). Analysis of Russian narratives of denial of the genocide of the Ukrainian nation during the war of 2014–2024. Sumy Historical and Archival Journal, XLII, 45–52. Available at: https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/9587

10. Baginsky A. V., & Linichenko V. V. (2023). Signs of genocide in the Russian-Ukrainian war. Bulletin of NTUU "KPI". Political Science. Sociology. Law, 2(58), 29–40.

11. Hutchings S., & Szostek J. (2015). Dominant narratives in Russian political and media discourse during the Ukraine crisis. Available at: https://www.e-ir.info/wp-content/uploads/2015/03/Ukraine-and-Russia-E-IR.pd

12. Ilnytskyi V., Starka V., & Haliv M. (2022). Russian propaganda as an element of preparation for armed aggression against Ukraine. Ukrainian Historical Journal, 5, 43–55. Available at: http://resource.history.org.ua/publ/UIJ_2022_5_6

13. Khoma I., Fedushko S., & Kunch Z. (2020). Media manipulations in the coverage of events of the Ukrainian revolution of dignity: Historical, linguistic, and psychological approaches. CEUR Workshop Proceedings, 2616, 25–38. https://doi.org/10.48550/arXiv.2407.17425

14. Plekhanova T. (2023). Language policy and its media representation in post-war Ukraine: Implications for identity and inclusivity. Amazonia Investiga, 12(71), 223–232. Available at: https://amazoniainvestiga.info/index.php/amazonia/article/view/2597

Дата першого надходження статті до видання: 29.04.2026
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 22.05.2026
Дата публікації (оприлюднення) статті: 30.05.2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)