

УДК 811.112.2

DOI <https://doi.org/10.32782/folium/2025.7.25>

ДО ПРОБЛЕМИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПРОПАГАНДИСТСЬКОГО НАРАТИВУ У СУЧАСНІЙ НІМЕЦЬКОМОВНІЙ ПРЕСІ

Олег Остапович

кандидат філологічних наук,

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

ORCID ID 0000-0002-8945-9525

oleg.ostapovych@pnu.edu.ua

Ключові слова: *наратив, пропаганда, ідеологія, маніпулятивна технологія, гібридна інформаційна війна, прецедентна текстова алюзія, медійний стереотип.*

У статті представлено спробу новітнього тлумачення базових понять наративу, пропаганди, ідеології, маніпулятивних технологій та гібридної інформаційної війни, у контексті їх змін за останні 3 роки, з точки зору лінгвістики і медіа-науки в цілому. Предметом розгляду стал а контекстна та ідіоматична вербалізація медіа-образу України та російсько-української війни, починаючи з 2014 року, у німецьких періодичних виданнях «Die Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Die Tageszeitung» та «Der Spiegel». Особливу увагу звернуто на потенційні можливості та реальні вербальні засоби маніпулювання читацькою аудиторією для створення спотвореного образу реальності. На матеріалі німецьких пресових джерел 2014–2022 років, проаналізовано еволюцію пропагандистських наративів агресора, у часовому проміжку від початку російського вторгнення у 2014 році до початку повномасштабної загарбницької війни у 2022 році. З цією метою ідентифіковано часто використовувані мотиви, образи, кліше, прецедентні текстові алюзії і медійні стереотипи України, які представлені у проаналізованих пресових джерелах. Запропоновано їх класифікацію на експліцитні та імпліцитні, за допомогою кількісного та контент-аналізу проілюстровано маргіналізацію перших та якісні зміни у других. Виявлено особливо стійкі та консенсусні імпліцитні пропагандистські наративи, які зберігають високий ступінь вживаності у німецьких медіа, незважаючи на факти й історичні події, через інерцію вживання, самоцензуру та табування слововжитку. Встановлено типові труднощі ідентифікації маніпулятивного пропагандистського наративу, особливо імпліцитного, зі сліпим використанням та імітаційним дотриманням стандартів свободи слова і журналістської неупередженості. Основним чинником стійкості пропагандистського наративу визначено здатність до евфемізації, непрямой номінації та інфляційну частотність вживання. Спрогнозовано появу нових, більш витончених наративів непрямой дії та обґрунтовано необхідність їх подальшого вивчення.

THE PROBLEM OF IDENTIFYING A PROPAGANDA NARRATIVE IN THE MODERN GERMAN PRINTED PRESS

Oleg Ostapovych

*Candidate of Philological Sciences,
Vasyl Stefanyk Carpathian National University*

Key words: *narrative, propaganda, ideology, manipulative technology, hybrid information warfare, precedent text allusion, media stereotype.*

The article presents an attempt at a new interpretation of the basic concepts of narrative, propaganda, ideology, manipulative technologies and hybrid information warfare, in the context of their changes over the past 3 years, from the point of view of linguistics and media science in general. The subject of consideration was the contextual and idiomatic verbalization of the media image of Ukraine and the Russian-Ukrainian war, starting from 2014, in the German periodicals “Die Frankfurter Allgemeine Zeitung”, “Die Tageszeitung” and “Der Spiegel”. Particular attention was paid to the potential possibilities and actual verbal means of manipulating the readership to create a distorted image of reality. Based on the material of German press sources from 2014–2022, the evolution of the aggressor’s propaganda narratives is analyzed, in the time period from the beginning of the Russian invasion in 2014 to the beginning of a full-scale war of aggression in 2022. To this purpose, frequently used motives, images, clichés, precedent text allusion and media stereotypes of Ukraine, which are presented in the analyzed press sources, are identified. Their classification into explicit and implicit is proposed, with the help of quantitative and content analysis the marginalization of the former and qualitative changes in the latter are illustrated. Particularly stable and consensual implicit propaganda narratives are identified, which retain a high degree of use in the German media, despite facts and historical events, due to the inertia of use, self-censorship and tabooing of word usage. Typical difficulties in identifying a manipulative propaganda narrative, especially an implicit one, with blind use and imitation of adherence to the standards of freedom of speech and journalistic impartiality, have been identified. The main factor in the stability of a propaganda narrative is the ability to euphemize, indirect nomination, and inflationary frequency of use. The emergence of new, more sophisticated narratives of indirect action is predicted and the need for their further study is substantiated.

Вступ. Базові поняття *нарративу*, пропаганди, ідеології, маніпулятивних технологій та гібридної інформаційної війни переживають різкі зміни у останні 3 роки та потребують цілком нового тлумачення як чистої лінгвістики, так і медіа-наук в цілому.

Теоретичні засади дослідження. Загальновідомим є те, що пропаганда – це спосіб подання інформації, якість якого залежить від того, хто і як її поширює (Вітушко, 2014). Для нас являє непересічний інтерес теорія пропаганди французького філософа Жака Елюля, представлена у книзі «Пропаганда», опублікованій французькою мовою в 1962 році та перевиданій англійською в 1965 році під назвою «Пропаганда: формування людських інструкцій». Центральною категорією його концепції є поняття панівного або керівного міфу. Вони надають пропаганді

особливого впливу над масами, апелюючи до найглибших переконань, цінностей та життєвих ідеалів. Препропаганда або субпропаганда передбачає поширення та прийняття певних міфів і загальних припущень, спрямованих на мобілізацію людської діяльності. На відміну від активної, інтенсивної пропаганди, непублічність може психологічно підготувати індивідів до того, що в потрібний момент активна пропаганда може підштовхнути їх до бажаних дій (Васильєва, 2022). Події в німецькомовному інформаційному просторі, що передували повномасштабному вторгненню російських агресорів в Україну, повністю підтверджують ці тези і будуть проілюстровані нижче на текстовому емпіричному матеріалі.

У роботі американського соціолога Г. Блумера «Колективна поведінка» було визначено три

основні шляхи досягнення пропагандою своїх цілей.

1. Навмисність і відносний акцент на маніпуляції.

2. Модель «внутрішній-іноземний».

3. Метою пропаганди є не формування думок і суджень, а виходячи з гідності суб'єкта, головним чином використання емоційних настроїв, почуттів і забобонів людей (Blumer, 1939: 230).

Основні прийоми пропагандистської технології залишаються незмінними: закон суб'єктивності; закон психологічної редукції до повної псевдоясності; закон матеріального обмеження обсягу повідомлень; закон нескінченного повторення; закон емоційного збудження (Карлова, 2024: 14).

Усі наведені прийоми знайшли своє відображення у аналізованих нами текстах.

Відомо також, що під час війни «образ ворога» набуває ідеологічної атрибутики (елемента ідеологічної системи), що неминуче породжує подвійні стандарти в оцінці своїх і дій інших – кожна сторона захищає себе (ми захищаємось – вони нападають, ми невинні – вони винні, ми повідомляємо – вони поширюють, ми говоримо правду – вони брешуть, наші герої – їхні головорізи; наші збройні сили борються за мир – їхня армія готується на війну тощо). Головне в зображенні ворога – його антигуманні риси, нелюдське обличчя. Ворог має бути «поганим», інакше війна була б морально і психологічно неможливою. Вбивство засуджується загальновизнаними нормами людської моралі, але ворогів можна і потрібно вбивати, а тому вони повинні бути виключені з категорій, на які ці норми поширюються (Житарюк, 2018: 14).

Наш емпіричний матеріал містить достатньо свідчень такого класичного «знелюднення противника» агресором, детально описаного у спеціальній літературі. Проте така пропаганда, на наше переконання, ефективно працює виключно на відповідно підготовлену власну аудиторію, а її ефективність за кордоном є доволі сумнівною, саме тому вона гіпотетично повинна маргіналізуватися при використанні «для закордонного споживача» і набувати більш тонких, імпліцитних рис.

Ми також розглядаємо наратив у його класичному розумінні як «пояснюючу розповідь», якщо користуватися термінологією американського філософа і мистецтвознавця Артура Данто (Експерти, 2024). Тобто наратив – це, за визначенням, не об'єктивна, а суб'єктивна розповідь. Загальновідомим є те, що наратив виникає тоді, коли в звичайну розповідь додаються суб'єктивні емоції і оцінки оповідача-наратора. З'являється необхідність не просто донести інформацію до

слухача, але справити враження, зацікавити, змусити слухати, викликати певну реакцію. Іншими словами, відмінність наративу від звичайної розповіді або оповіді, констатуючого факта, – в залученні індивідуальних нараторських оцінок і емоцій кожного оповідача. У нашому випадку таким «колективним маніпулятивним наратором» виступає російська державна пропагандистська машина, проте з використанням у якості каналу поширення «корисних ідіотів» із західноєвропейських масмедіа.

З теоретиків, які протягом багатьох років працювали в різних сферах, пов'язаних з концепцією гібридної війни, можливо, найбільш цитованим є Френк Гоффман. За його визначенням, гібридна війна відрізняється від попередніх форм війни: «Замість того, щоб відповідати індивідуальним викликам принципово різними методами (традиційними, нетрадиційними, терористичними), ми стикатимемося з ситуаціями, де різноманітність форм війни і тактик супротивника існує одночасно» (Завадський, 1996).

Ці конфлікти можна розглядати як відому метафору зіткнення цивілізацій Гантінгтона, в якому культурні та релігійні відмінності між народами є основним джерелом конфліктів у світі після холодної війни. Саме тому згаданий американський політолог Семюел Гантінгтон стверджував, що майбутні війни будуть не війнами між націями, а війнами між культурами (Енциклопедія, 2025).

Саме існування таких термінів, як *гібридний, асиметричний, нетрадиційний, нелінійний, нове покоління, четверте та п'яте покоління, сіра війна* тощо, вказує на плутанину, яку стратегії та теоретиків мають із складними збройними конфліктами 20 і 21 століття. Події російсько-української війни, починаючи з 2014 року, є яскравою ілюстрацією еволюційних процесів у способах ведення гібридних інформаційних війн і є предметом нашого розгляду.

Матеріал і методи дослідження. Джерелами текстового корпусу даного дослідження слугували 436 публікацій у 3 німецьких газетах і журналах різної внутрішньополітичної орієнтації (*Die Frankfurter Allgemeine Zeitung, Die Tageszeitung* і *Der Spiegel*) за період з 01.03.2014 до 28.06.2014 і з 01.02.2022 до 30.04.2022, які тематизували становище в Україні.

Завдання емпіричного дослідження полягало у визначенні часто використовуваних мотивів, образів, кліше і, відповідно, медійних стереотипів України, які представлені в усіх трьох проаналізованих пресових джерелах, та аналізі історичної еволюції пропагандистських наративів, у часовому проміжку від початку російського вторгнення у 2014 році до

початку повномасштабної загарбницької війни у 2022 році.

Результати і обговорення. Дослідження еволюції російських пропагандистських наративів у німецькомовній пресі в 2014–2025 роках дозволяють простежити їх базові тенденції. Вони назагал можуть бути класифіковані на **експліцитні** та **імпліцитні**.

На первинному етапі у 2014–2022 роках переважаючими наративами щодо України були типові для ФРН кліше на кшталт *Konflikt im Osten*, *Gespaltenes Land*, *Zweisprachige Nation*, *Notwendigkeit des Föderalismus (der Bundesstaatlichkeit)*, *Puffer-Staat*, *Korruptes von Oligarchen regiertes Land*. Їх лейтмотивом можна умовно вважати евфемізм *Bürgerkrieg* (громадянська війна) на позначення неоголошеної російської агресії проти України (Amelina, Petrov, 2014; Jilge, 2014).

Прикладом є наступна розлога публікація:

UKRAINE. Das Land ist bankrott und zutiefst korrupt. Die ukrainischen Oligarchen, also jene, die bei den wilden und teilweise kriminellen Privatisierungen der neunziger Jahre ungemein reich wurden, sind politisch einflussreicher als ihre russischen Kollegen.

Ein Anschluss der Ostukraine an Russland würde ihn der direkten Konkurrenz russischer Oligarchen und der Kontrolle Putins aussetzen.

Auch die Sprachprobleme in der Ukraine betreffen sie nicht. Sie können zumeist Russisch und Ukrainisch, und die Sprache Europas und des Weltmarkts ist ohnehin Englisch, auch das beherrschen sie.

Die Oligarchen sind innenpolitisch an Stabilität interessiert und unterhalten außenpolitisch nach Ost und West rationale Beziehungen. Sie würden russische Separatisten oder radikale ukrainische Nationalisten nur dann unterstützen, wenn die sich politisch durchsetzen können (Die Tageszeitung, 01.03.2014).

На умовно «гарячому» етапі з 24 лютого 2022 року ці наративи значно втратили у актуальності, що підтверджує кількісний та контент-аналіз досліджуваного текстового корпусу.

Експліцитні пропагандистські наративи – *Nazi-Regime von Kiew*, *Rechtsextreme von Azov*, *Aggression und Völkermord gegen das Volk von Donbass*, *Schutz der russischsprachigen Bevölkerung*, *ureigene Russische Krim etc.* – стали відверто маргінальними за частотою вживання, їх сфера змістилася з друкованих медіа у відверто пропагандистські телеграм-канали та соцмережі. Їхня ефективність є відверто сумнівною і фіксує маніпулятивні впливи на уже готову до цього аудиторію (Drescher, 2022; Niggemeier, 2014).

Вони були актуальними у друкованій німецькій пресі до повномасштабного вторгнення, що ілюструє така публікація:

“Wir schlittern in einen Krieg”

Die Ukraine ist so wichtig für die politische Führung der USA, dass sie einen Krieg mit Russland riskiert.

Obama hat im Wesentlichen einen neuen Kalten Krieg gegen Russland deklariert

Erstens hat nicht Putin diese Krise begonnen. Es gab keine russische Aggression. Diese Krise begann, als die Europäische Union Janukowitsch im November ein Entweder-oder-Ultimatum gestellt hat. In den Protokollen des Abkommens ist die Nato zwar nicht explizit erwähnt, aber die Sicherheitsbedingungen hätten die Ukraine zu einer Art Ehrenmitglied der Nato gemacht. Zweitens ist falsch, dass Putin hinter allem steckt, was in der Ostukraine passiert. Die USA haben mehr Kontrolle über die Regierung in Kiew als Putin über die Aufständischen im Osten

Die Regierung in Kiew kontrolliert nicht einmal den Westen. Auch wenn sie dort Unterstützung genießt. Im Osten des Landes hat sie keine Unterstützung. Sowohl im Osten als auch im Westen sind Kämpfer unterwegs. Das enthält die Gefahr von Bürgerkrieg. Wenn dieser Bürgerkrieg ausbricht, wird Russland wahrscheinlich im Osten eingreifen und die Nato im Westen. Damit kommen wir von einem Bürgerkrieg zu einem Ost-West-Krieg. Dies ist mehr als ein Stellvertreterkrieg (Die Tageszeitung, 02.05.2014).

Значно зросла натомість частота використання імпліцитних, тонших за змістом пропагандистських наративів, розрахованих на більш критично налаштовану читацьку аудиторію. Їх не одразу можна ідентифікувати як маніпулятивні.

До таких належать, за нашими відомостями – *Nicht Russlands Krieg, sondern Putins Krieg*, *das Gesicht Putins wahren* (як варіант – *Don't humiliate Russia*), *NATO-Osterweiterung als Hauptursache des Kriegs*, *Kompromisse und territoriale Konzessionen sind notwendig für diplomatische Friedenslösung*, повернулися до життя такі ідеологеми ще доби Холодної війни та гірших радянських традицій псевдоборотьби за мир як *Frieden schaffen ohne Waffen* та *Es gibt keine gerechten Kriege, gerecht ist allein der Frieden* (Spahn, 2016)

Прикладом подібної маніпуляції є наступні публікації:

Die kalte Wahrheit

Bilder sind in Kriegen immer Waffen. Aber die Bilder von Putins Krieg in der Ukraine sind eindeutig. Die russische Militärmaschine walzt erbarmungslos ein Land nieder. Die Bevölkerung flieht in U-Bahn-Schächte. Hier die Täter, dort die Opfer (Die Tageszeitung, 05.03.2022).

...Wie PEN-Zentrum in Darmstadt an die vielen "unschuldigen Opfer dieses Völkerrechtsbruchs" erinnert: an ukrainische Zivilisten und Soldaten, die die Freiheit ihres Landes gegen Totalitarismus und Willkür verteidigen, aber auch an die oft getäuschten und stets schlecht ausgerüsteten russischen Soldaten, "die im Kampf für Putins Machtphantasien und Bedrohungsparanoia sterben. "Der Feind heißt Putin, nicht Puschkin, Tolstoi oder Achmatowa". Wichtig ist, dass es nicht die Russinnen und Russen sind, die Leid über die Ukraine bringen. Es sind Putin und seine Clique (Die Frankfurter Allgemeine Zeitung, 08.03.2022).

Для ідентифікації їх маніпулятивного змісту необхідне декодування таких відомих маніпулятивних технологій як *Täter-Opfer Umkehr* (приписування жертві провини нападника) та "Whataboutism" (переведення звинувачень на інший об'єкт).

Наступним прикладом цього є такі публікації:

(1) *Zwischen Altkanzler, Amnesty und Naturliebe SPD und Altkanzler "Gesprächskreis ohne Kanzleramt", Wenn man glaubt, die Schuldigen zu kennen, ist es leicht, mit einer Täter-Opfer-Umkehr zu argumentieren. Wenn Sie behaupten, Russland wäre der Angreifer und die Ukraine wäre der Angegriffene, so ist das ja Gott sei Dank (noch) falsch, beide Seiten fühlen sich bedroht, verständlich, da ein Sicherheitsbedürfnis auf beiden Seiten besteht.*

Korsett *"Distanziert Euch von Schröder"* In der Tat hat Russland nichts in der Ukraine zu suchen. Die imperialen Ambitionen des russischen Zarenreichs und der nachfolgenden Sowjetunion sind Vergangenheit und sollten es auch bleiben. Ebenso eindeutig haben auch die USA in der Ukraine nichts verloren (Die Tageszeitung, 05.02.2022).

(2) *Wer ist "schlimmer"?! "Wer den Krieg in der Ukraine immer noch mit der Nato-Osterweiterung erklärt, weigert sich dazuzulernen". Wie wahr! Auch allen anderen Formen von Whataboutism gilt es jetzt die Stirn zu bieten* (Die Tageszeitung, 16.03.2022).

Останнім же часом, після приходу до влади у США Д. Трампа європейське проросійське середовище у німецькій пресі знову активізувало старі та начебто відкинуті наративи щодо «нормалізації відносин з РФ», такі як *Business as usual* (бізнес як зазвичай) і навіть *Wandel durch Handel* (зміни через торгівлю) – наївна ілюзія, начебто взаємовигідні економічні відносини можуть сприяти демократизації країни-агресора.

Найнебезпечнішими з них вважаємо зафіксовані нами в березні 2025 року відносно «свіжі» на незаявлені наративи – *man soll nicht die Kompromisslösungen als "Appeasement"*

brandmarken (явна алюзія на Мюнхенську змову 1938 року, яка подається як щось начебто не таке й ганебне) і *das Selbstbestimmungsrecht der Bevölkerung in den besetzten Gebieten und ihre Bewegungsfreiheit* – маніпулятивний натяк на нібито законне волевиявлення мешканців окупованих регіонів на псевдореферендумах в умовах окупації як юридичний привід для територіальних поступок з боку України (Der Spiegel, 05.03.2025).

Вищенаведене свідчить, на нашу думку, про початок нового етапу атаки на німецькомовну аудиторію в умовах гібридної інформаційної війни та потребує подальшого аналізу імпліцитних алюзій та прихованих маніпулятивних меседжів.

Висновки. Негативні образи України в німецькій пресі 2014 року формувалися лейтмотивами, кліше та медійними стереотипами України, своєрідної «ядерної зони», прототиповими «good samples», за нашими даними, є: «Бідна, корумпована, керована олігархами країна з мовними проблемами та внутрішнім конфліктом між росіянами та українцями, глибоко культурно розділена, зі схильністю до насильства». Особливістю є нібито необхідна федералізація країни («древній» російський пропагандистський наратив) без прийняття рішень «або-або» (ЄС чи Росія). Інший ілюзорний образ мосту між Сходом і Заходом («сірої зони») як панацеї також безперечно є наративом російської пропаганди (Pomerantsev, Weiss, 2014).

Серед негативних образів України в німецькій пресі 2022 року, після початку загальноросійської загарбницької війни 24 лютого мотив корупції та олігархів значно послабився, але не зник повністю. Відтоді абсолютно домінуючим негативним образом стали «економічні проблеми війни для світу», нібито спричинені Україною, та страхи та паніка в усьому світі. Периферійною варіацією цього ж образу є проблеми українських біженців і гуманітарна катастрофа українського мирного населення.

Серед евфемістичних та метафоричних описів ситуації в Україні у 2014 р. абсолютно домінуючими евфемізмами були табу на слово «війна» – своєрідна самоцензура всіх німецьких ЗМІ (мовчазна «джентльменська угода»), а також вибір слів громадянська війна / війна між Сходом і Заходом, замість російського вторгнення; проросійські активісти/сепаратисти/«зелені чоловічки»/повстанці замість російських окупаційних військ. Інші мотиви більш спорадичні, з варіаціями основного мотиву – холодна війна (*Kalter Krieg*) чи проксі-війна (*Stellvertreterkrieg*) (Szafranski, 2019).

Евфемістичні та метафоричні терміни щодо ситуації в Україні у 2022 році виявили відмінні

від попередніх тренди. Як не дивно, евфемізм «конфлікт/криза замість війни» не слабшає (боязнь називати речі своїми іменами залишається). Проте російський пропагандистський наратив про громадянську війну майже повністю зник. Новий домінуючий евфемізм «війна Путіна замість війни Росії» (пряма цитата екс-канцлера ФРН Олафа Шольца) використовується з високою частотою і, так би мовити, «за замовчуванням», і ми також класифікуємо його як російський пропагандистський наратив.

Російські експліцитні пропагандистські наративи про Україну 2014 року відзначалися домінуючим мотивом і стереотипом у ЗМІ – «фашизм в Україні», здебільшого цитованим у квазінейтральній манері, майже без критики. Проте самі німецькі автори охоче підхопили й імпліцитні пропагандистські наративи – фрази «Провина Заходу та розширення НАТО на схід за ситуацію в Україні», «Утиски росіян в Україні» та «Ніякого російського вторгнення в Україну немає». Німецькі джерела так само охоче повторювали наратив про припинення вогню та деескалацію (Thiele, 2015).

Серед російських пропагандистських наративів про Україну в 2022 році мотив «нацистів і хунти» в Києві безперечно слабшає і вже не подається так нейтрально, як у 2014 році. Відповідно начебто необхідність припинення вогню вербалізується частіше. Також посилено пропагується нібито «єдність слов'янських братніх народів», але безрезультатно. Спочатку змінилася тактика російської пропаганди – основною спробою було очорнити батальйон «Азов» як нацистів (спочатку вона була підхоплена німецькими ЗМІ, але потім зійшла нанівець). Основною темою російської пропаганди на Заході залишаються у різних варіаціях наративи – «не все так однозначно» та «поставки зброї в Україну несуть небезпеку ескалації».

Корпус текстів нашого дослідження також свідчить про стійкість і тривалість обережно-евфемістичних описів ситуації в Україні в німецьких ЗМІ. Дивним чином, вибір слів конфлікт/криза замість війни зберігся після початку повномасштабного вторгнення і продовжує використовуватися паралельно з констатацією факту загарбницької війни з порушенням міжнародного права, часто в одному й тому ж самому тексті.

З початку повномасштабної війни основним імпліцитно пропагандистським евфемізмом німецької преси є вже згаданий мотив «це війна не Росії, це війна Путіна» (*«es ist nicht Russlands Krieg, es ist Putins Krieg»*), що є певним квазі-консенсусом серед німецьких журналістів, який сприяє формуванню сильно спотвореної картини

реальності. Перехід від нейтрального способу цитування російських пропагандистських наративів (який тривалий час сприяв різко негативному іміджу України в німецькій пресі) до їх критичного трактування був інтуїтивно та гіпотетично очікуваним в умовах тотальної загарбницької війни з 2022 року та підтверджується нашим матеріалом (що, у свою чергу, призвело до покращення іміджу України в німецькій пресі).

Очікуваними перспективами подальших досліджень ми вважаємо майбутні негативні образи «зухвалої, впертої, невдячної України», яка постійно вимагає посилення поставок зброї, спричиняє економічні проблеми Німеччини та не готова до «мирного, дипломатичного вирішення конфлікту» (з територіальними поступками). Ця тенденція була фрагментарною в наших текстових матеріалах на момент першої фіксації в період з лютого по квітень 2022 року. Але вона заслуговує на подальше дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Васильєва, Н.В. (2022). Пропаганда як складова інформаційно-комунікативної політики і загроза національній безпеці. *Таврійський науковий вісник. Серія Публічне управління та адміністрування*, 2, 34–41.
2. Вітушко, Н. (2014). *Перевірка інформації на достовірність у процесі підготовки джерельної бази бібліотечного аналітичного продукту в умовах інформаційного протистояння*. Київ. Вип. 39, С. 328–339.
3. *Експерти підраховали кількість фейкових новин на сайтах ОРДЛО* (2024). URL: <https://tsn.ua/ato/v-institutu-masovoyi-informaciyi-doslidili-skilki-feykovih-novin-na-saytah-ordlo-886438.html> (дата звернення: 06.04.2025).
4. *Енциклопедія сучасної України* (2024). URL: <https://esu.com.ua/article-64263>
5. Житарюк, М. (2018). «Історична тяглість» щодо України (від Й. Сталіна до В. Путіна) у сценаріях реанімування Російської імперії. *Вісник Львівського університету. Серія журналістики*, 44, 101–111.
6. Завадський, І.І. (1996). Інформаційна війна – що це таке? Захист інформації. *Конфідент*, № 4.
7. Карлова, В.В. (2024). Вплив засобів масової інформації на формування української національної свідомості. URL: <http://academy.gov.ua/ej/ej6/txts/07kvvunc.htm> (дата звернення: 28.05.2024).
8. *Контгєра. Як зупинити російські фейки* (2024). URL: <http://tyzhden.ua/Society/184903> (дата звернення: 06.04.2025).

9. Amelina, V., & Petrov, N. (2014). Legitimität, Repression, Kollaps. Die Entwicklungsstadien des Putin-Regimes. *Osteuropa*. 8, 85–98.
10. Blumer, H. (1939). Collective Behavior. Robert E. Park, Ed. *An Outline of the Principles of Sociology*. New York: Barnes and Noble, pp. 219–280.
11. Die Ukraine und ihre vertrackte Identität. Arbeit an den Stereotypen. URL: <http://www.nzz.ch/feuilleton/arbeit-anden-stereotypen-1.18657794>.
12. Drescher, J. (2022). Übersicht der deutschsprachigen Medien zur Lage in der Ukraine (30. November – 6. Dezember). *Ukraine Crisis Media Centre*: URL: <http://uacrisis.org/ua/38336-deutsch-30-november-bis-6->
13. Hallin, D.C., & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics)*. Cambridge University Press. 320 p.
14. Jilge, W. (2014). Was treibt Russland? Zum Hintergrund der Ukraine-Krise. *Euromaidan. Was in der Ukraine auf dem Spiel steht*. Berlin, S. 183–194.
15. Niggemeier, S. (2014). Die Wahrheit über die Lügen der Journalisten. *Krautreporter*, 24.10.2014. URL: <http://krautreporter.de/46--die-wahrheit-uber-die-lugender-journalisten>
16. Pomerantsev, P., & Weiss, M. (2014). *The Menace of Unreality: How the Kremlin Weaponizes Information, Culture and Money*. New York. URL: <http://www.interpretermag.com/the-menace-of-unreality-how-the-kremlin-weaponizes-information-culture-and-money/>
17. Spahn, S. (2016). *Das Ukraine-Bild in Deutschland: Die Rolle der russischen Medien*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač. 186 S.
18. Szafranski, R. (2019). Theory of Information Warfare: Preparing For 2020. *Official Site of «Airpower Journal»*. URL: http://www.airpower.au.af.mil/airchronicles/apj/apj95/spr95_files/szfran.htm
19. Thiele, M. (2015). *Medien und Stereotype Konturen eines Forschungsfeldes*. Transcript Verlag.
20. Ukraine-Konflikt, Berlins Antwort auf Putins Mythen, Der Spiegel online, 19.02.2015. URL: <http://www.spiegel.de/politik/ausland/ukraine-konfliktberlins-antwort-auf-putins-mythen-a-1019441.html>

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ

1. Die Frankfurter Allgemeine Zeitung. URL: <https://www.faz.net/aktuell/politik/ukraine/>
2. Die Tageszeitung. URL: <https://taz.de/>
3. Der Spiegel. URL: <https://www.spiegel.de/thema/ukraine/>

Отримано: 26.08.2025
Прийнято: 30.09.2025
Опубліковано: 30.10.2025

