

Сторітелінг в оборонному секторі

Storytelling in the Defense Sector

Костянтин Ніжейко

Corresponding author: доктор філософії з міжнародних економічних відносин, старший викладач, e-mail: k.nizheyko@knute.edu.ua, ORCID: 0000-0002-2925-1140

Олександра Лендел

здобувач ОС “Марістр”, e-mail: o.lendel_fmtp_4m_24_m_z@knute.edu.ua, ORCID: 0009-0005-9774-5272

Kostyantyn Nizheiko

Corresponding author: PhD in International Economic Relations, Senior Lecturer, e-mail: k.nizheyko@knute.edu.ua, ORCID: 0000-0002-2925-1140

Oleksandra Lendel

Master's degree student, e-mail: o.lendel_fmtp_4m_24_m_z@knute.edu.ua, ORCID: 0009-0005-9774-5272

Державний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна

State University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine

Received: July 30, 2025 | **Revised:** August 11, 2025 | **Accepted:** August 31, 2025

JEL Classification: D91, F52, E65, M33.

DOI: <https://doi.org/10.33445/sds.2025.15.4.21>

Мета роботи. Ідентифікація комунікативних та інформаційно-психологічних аспектів застосування сторітелінгу як інструменту впливу у військово-промисловій сфері та сфері національної безпеки.

Результати дослідження. Подано загальне визначення сторітелінгу, його функції та роль у формуванні емоційного зв'язку між аудиторією та комунікатором. Особливу увагу приділено аналізу оборонної діяльності в контексті сучасної інформаційної війни, де сторітелінг використовується як ефективний засіб психологічного впливу, мобілізації підтримки та формування позитивного іміджу військових структур. Окреслено актуальні тенденції застосування сторітелінгу у військових комунікаціях, зокрема в межах стратегічних комунікацій, інформаційних кампаній та операцій впливу. Досліджено типові тематики військових наративів: героїзм, жертвність, братерство, боротьба за незалежність, захист цінностей. Визначено особливості військового сторітелінгу, такі як емоційна насиченість, апеляція до національної ідентичності, візуально-звукова виразність і адаптація до різних платформ (соціальні мережі, відео, блоги, документальні формати тощо).

Оригінальність. Систематизовано сторітелінг як цілісний комунікаційний інструмент в оборонному секторі, що поєднує психологічний, маркетинговий та стратегічний виміри. Запропоновано структурований механізм використання сторітелінгу для впливу на публічну думку, державні рішення та позиціонування продукції ВПК у міжнародному середовищі. Обґрунтовані основні кроки для практичного впровадження сторітелінгу у стратегії українських компаній оборонного сектору.

Тип статті. концептуальний.

Purpose. To identify the communicative and informational-psychological aspects of storytelling as a tool of influence in the military-industrial sphere and national security.

Findings. A general definition of storytelling, its functions, and role in forming an emotional connection between the audience and the communicator are provided. Particular attention is paid to the analysis of defense activities in the context of modern information warfare, where storytelling is used as an effective means of psychological influence, mobilization of support, and formation of a positive image of military structures. Current trends in the use of storytelling in military communications, particularly in strategic communications, information campaigns, and influence operations, are outlined. Typical themes of military narratives are explored: heroism, sacrifice, brotherhood, struggle for independence, and defense of values. The features of military storytelling are identified, such as emotional intensity, appeal to national identity, visual and audio expressiveness, and adaptation to various platforms (social networks, video, blogs, documentary formats, etc.).

Originality. The study presents in a systematized storytelling as a comprehensive communication tool in the defense sector, combining psychological, marketing, and strategic dimensions. It proposes a structured mechanism for using storytelling to influence public opinion, government decisions, and the positioning of defense industry products in the international environment. The main steps for the practical implementation of storytelling in the strategies of Ukrainian defense sector companies are substantiated.

Paper type. conceptual.

Ключові слова: сторітелінг, національна безпека, військова комунікація, інформаційна війна, стратегічні наративи, оборонний сектор.

Key words: storytelling, national security, military communication, information warfare, strategic narratives, defense sector.

Вступ

У умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій та цифрової комунікації сторітелінг, тобто мистецтво передавання інформації через історії, набуває особливої актуальності навіть у таких специфічних і традиційно закритих сферах, як оборонний сектор. Застосування сторітелінгу в цій сфері обумовлено необхідністю досягнення низки важливих цілей національної безпеки держави, серед яких — формування національних оборонних наративів, побудова довіри до виробників озброєння, посилення морально-психологічної стійкості військових, ефективна комунікація із зовнішніми партнерами та просування продукції на міжнародному ринку.

В умовах війни нового типу, коли бойові дії супроводжуються потужними інформаційними кампаніями, розповіді про реальне застосування озброєння, його ефективність у конкретних бойових ситуаціях та історії військовослужбовців, які завдяки цій техніці змогли виконати завдання або врятувати життя, мають надзвичайне значення. Вони не лише мотивують особовий склад і зміцнюють бойовий дух, а й слугують вагомим аргументом для міжнародних партнерів, демонструючи спроможність держави захищатися і водночас раціонально використовувати надану допомогу. Крім того, у глобальній конкуренції на ринку озброєнь важливу роль відіграє здатність країни або компанії презентувати свою продукцію не лише через технічні характеристики, а й через переконливі історії успішного бойового застосування. Такі історії допомагають створити унікальний бренд вітчизняної продукції військового призначення, підвищують її привабливість для потенційних замовників і можуть бути вирішальними при укладанні контрактів. Водночас сторітелінг є ефективним інструментом публічної дипломатії, оскільки дозволяє доносити до міжнародної спільноти правдиву, емоційно наповнену інформацію про оборонний сектор, цінності, які захищає держава, і потреби, що обґрунтовані реальними історіями. Усе це свідчить про те, що сторітелінг в оборонному секторі є не просто елементом комунікації, а стратегічним інструментом інформаційної та безпекової політики, який допомагає в створенні сильного емоційного зв'язку між брендом та її цільовою аудиторією. В контексті функціонування військово-промислового комплексу, сторітелінг використовується як інструмент маркетингу B2G% має вплив на формування іміджу компаній, просування нових зразків озброєння, а також впливу на громадську думку – як урядів різних країн, потенційних партнерів, так і військових та цивільних.

Теоретичні основи дослідження

Тема сторітелінгу в оборонному секторі наразі не є широко дослідженою, проте вона висвітлюється у працях з інформаційної війни, комунікаційних стратегій у сфері безпеки, а також у контексті військової пропаганди та стратегічних наративів. Так наявні публікації підтверджують, що стратегічні наративи активно інтегрують у військову стратегію, оскільки вони формують зв'язок між намірами, діями й сприйняттям громадськості. Зокрема, Блас у статті “Beyond Storytelling” наголошує, що стратегічні наративи стають обов'язковими в умовах геополітичних конфліктів (як-от російсько-українська війна), оскільки вони допомагають пояснювати зміст операцій і зміцнювати легітимність збройних дій (Blas, 2023).

Інший важливий напрям — FICINT (fictional intelligence або “useful fiction”), що поєднує наукову аналітику та художнє оповідання. Цей підхід отримав популярність завдяки авторам типу О. Коула та П.В. Сінгера, які створюють сценарії майбутніх війн, що стимулюють уяву військових та політиків (Singer & Cole, 2020). Слід зазначити практика FICINT активно розвиваються останні три роки: науковці й практики США й Австралії використовують цей метод для навчання військових та трансляції складних технологічних ідей через захопливі історії (National Defence, 2025). Крім того, дослідження НАТО (2024) свідчать про еволюцію наративів від описових до стратегічних, які стали невід'ємною частиною тактики й операцій – особливо в контексті когнітивного виміру війни (Saari, et al., 2024).

Що стосується української наукової спільноти, то з початком збройної агресії російської федерації проти України у 2014 році, включно з анексією Криму та бойовими діями на Сході країни, зросла увага до питань інформаційного супроводу оборонних процесів, зокрема – комунікаційних стратегій та наративів у сфері ВПК. Але не зважаючи на це в українській науковій спільноті майже відсутні дослідження, присвячених питанням трансформації публічного образу оборонної промисловості, ролі сторітелінгу у просуванні українських оборонних технологій на зовнішні ринки, а також впливу стратегічних наративів на розвиток військово-технічної співпраці з партнерами з ЄС та НАТО. Серед наявних публікацій можна відзначити лише напрацювання

Г. Охріменко та І. Приходько (Охріменко та Приходько, 2023), а також О. Скрыбіна, І. Євсєєва, К. Халіманенко, В. Дембіцького (Скрыбін та ін., 2024).

Постановка проблеми

Сучасний оборонний сектор усе активніше застосовує сторітелінг як інструмент формування стратегічних наративів, здатних впливати на громадську думку, легітимізувати військові рішення та підвищувати довіру до інновацій у сфері безпеки. Це зумовлює необхідність дослідження особливостей сторітелінгу в оборонному секторі як нового елементу безпекового дискурсу та публічної взаємодії. Тому метою дослідження є ідентифікація комунікативних та інформаційно-психологічних аспектів застосування сторітелінгу як інструменту впливу у військово-промисловій сфері та сфері національної безпеки.

Результати

У сучасному світі інформація є важливим чинником впливу. У області озброєння, де зазвичай домінують технічні якості та стратегічні розрахунки, все більшого значення набуває сторітелінг – мистецтво створення та розповіді історій. На перший погляд, поєднання такої практичної сфери з емоційним засобом наративу може виглядати неочевидним. Але правильне використання розповіді у області озброєння має великий потенціал для досягнення різних цілей: від формування думки людей до отримання інвестицій й впливу на міжнародні зв'язки.

Сторітелінг — це метод передачі інформації у вигляді зв'язної та емоційно забарвленої історії. Його мета — не тільки інформувати, а й викликати емоції: співпереживання, довіру або мотивацію. Історія може стати сильнішою за сухі факти, оскільки вона впливає на підсвідомий рівень і активізує емоційне мислення аудиторії.

Військова діяльність є занадто складною та прихованою, оскільки інформація, що пов'язана з виробництвом, використанням та продажом зброї, часто вважається конфіденційною, проте оточується дискусіями. У цьому контексті сторітелінг допомагає донести складні ідеї в легко запам'ятовуючій формі, що надає йому особливого значення.

Спосіб комунікації оборонної промисловості значно змінився за останні 15 років. Зокрема, спостерігалось значне зростання використання сторітелінгу як інструменту впливу на громадську думку, залучення нових співробітників, просування технологічних рішень і формування лояльності до бренду. В таблиці нижче представлена умовна динаміка зростання кількості рекламних роликів, публікацій у соцмережах, фільмів, презентацій тощо, створених або на замовлення оборонних компаній з 2010 по 2025 роки.

Таблиця 1 – Тенденції використання сторітелінгу в оборонному секторі

2010-2015 роки: Початковий етап цифрової трансформації	2016-2020 роки: Поширення цифрового контент-маркетингу	2021-2025 роки: Залучення новітніх технологій
Оборонні компанії традиційно використовують закриті канали комунікації, орієнтуючись на урядових замовників та військових. Зростаюча роль цифрових платформ почала впливати на стратегії комунікації.	Основними інструментами комунікації стають соціальні мережі, відео, блоги, інфографіка тощо. Компанії, такі як Raytheon Technologies і Northrop Grumman, активно використовують сторітелінг для демонстрації технологічних досягнень і залучення громадськості.	Популярним стає використання штучного інтелекту, доповненої реальності для створення персоналізованого контенту. Активно застосовуються соціальні мережі для взаємодії з громадськістю та підвищення прозорості діяльності.

Джерело: складено авторами за відкритими даними

Дані показують, що сторітелінг поступово зріс у першій половині 2010-х років, швидко розвивався після 2016 року на тлі загострення геополітичних конфліктів і активізувався після 2020 року, коли цифрова трансформація набула чинності. До 2025 року сторітелінг стане одним із ключових інструментів публічної комунікації в секторі безпеки та оборони.

Однією з головних особливостей сторітелінгу в сфері озброєння виступає мета у формуванні певного наративу. В залежності від цілей, історії можуть привертати увагу та наголошувати на наступних ідеях:

1. Потреба модернізації та оновленні армії (історії про наявне застаріле та невідповідне обладнання та озброєння, в порівнянні з успішними прикладами сучасних розробок, що можуть перекопати державні органи та громадськість у потребі інвестицій у нові технології).

2. Пріоритети наявності та використання конкретних видів озброєння (успішні історії про використання певної зброї та досягнення певних цілей в реальних ситуаціях можуть підвищити інтерес для її придбання потенційними покупцями).

3. Мужність, хоробрість та відвага військовослужбовців (історії про військову службу, підготовку на високому рівні, готовність до будь-якого супротиву, формують позитивні враження про стійкий характер військових, що має вплив на зміцнення зв'язку між армією та громадським населенням, підвищуючи авторитет військової діяльності).

4. Забезпечення національної безпеки (історії про потенційні загрози для держави та суспільства, ефективність використання всього або певного виду озброєння для їх подолання чи недопущення, мають на меті обґрунтування витрат на оборону та військово-промисловий комплекс, оскільки дані витрати є інвестицією у власну безпеку).

Виходячи з аналізу тенденцій за 2024 рік, в тому числі в контексті війни в Україні, зростання оборонних витрат у Європі та США, а також впливу новітніх технологій на комунікаційні стратегії, можна виділити співвідношення ключових тем, які найчастіше зустрічаються у військовому сторітелінгу. Найбільшу частку займають теми героїзму та патріотизму — вони забезпечують глибокий емоційний зв'язок із аудиторією та стимулюють лояльність до військових структур. Також помітну частину займають наративи загрози, що підсилюють відчуття небезпеки та потреби в захисті. Технічні теми, як-от інновації або безпека, менш емоційні, але виконують раціональну функцію переконання (рис. 1).

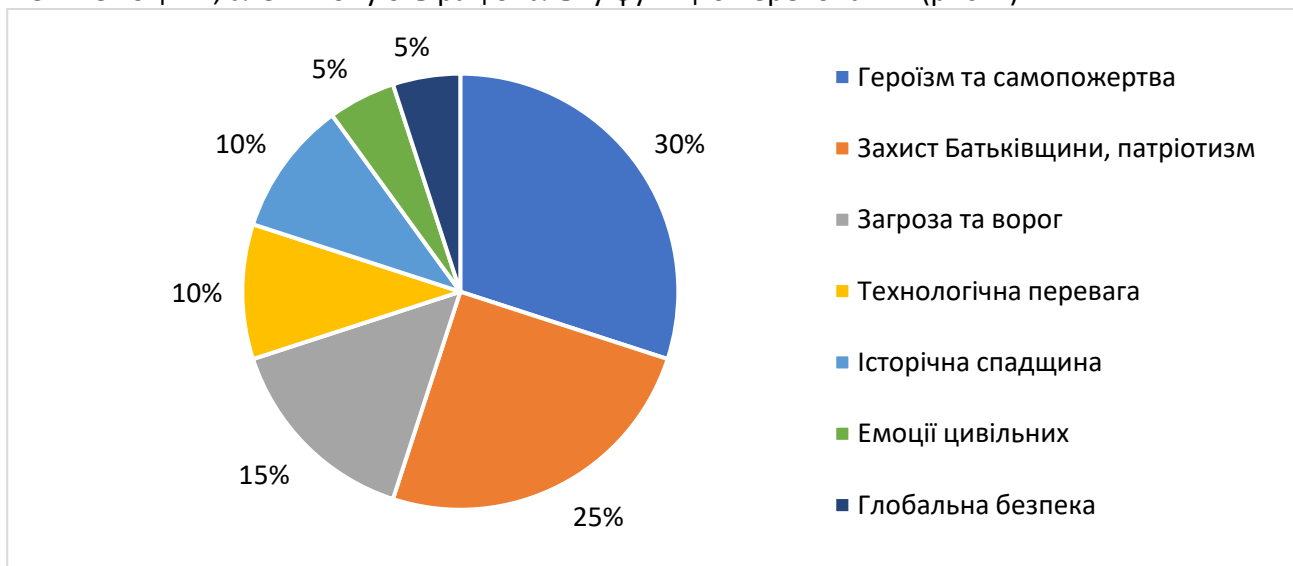


Рисунок 1 – Співвідношення тематик у військових наративах

Джерело: складено авторами

Сторітелінг у військовій сфері вважається досить складним явищем, яке вимагає глибокого розуміння теми, дотримання вимог безпеки, врахування етичних норм та

відповідного використання емоційної сили наративу. Оскільки кожна історія може бути як позитивно, так і негативно вплинула на суспільну думку, політичні рішення та навіть хід війни. Виходячи з цього, військових сторітелінг має свої унікальні та специфічні риси для його використання (табл. 2).

Таблиця 2 – Особливості військового сторітелінгу

Ознака	Його характеристика
Співвідношення між правдою та пропагандою	Не в залежності від того, що історії мають нести емоційне, мотивуюче забарвлення, бути переконливими, вони в першу чергу мають бути правдоподібними. Перебільшення пропаганди може викликати недовіру, маючи зворотній ефект.
Дотримання конфіденційності	У використанні військового сторітелінгу важливо уникати витоку інформації. Історії, що подаються суспільству, мають бути узгоджені для забезпечення безпеки. Не можна зазначати місця розташування військових, назви та місця важливо стратегічних об'єктів або деталі операцій. Дані обмеження вказують на головній цілі – зосередження на людському аспекті історії.
Емоційний та моральний вплив на суспільство	Історії про війну завжди дуже емоційні, вони мають втрати, біль, страх, надію та героїзм. Військові історії можуть як надихати, так і бути психологічно важко сприйнятими. Саме тому важливо донести інформацію правильно, щоб ні в якому разі не романтизувати війну, не знецінювати страждання, не перетворювати біду на сенсацію.
Зв'язок з національною ідентичністю	Військовий сторітелінг має відповідати національному контексту (захист Батьківщини, використання національних символів – прапору, гімну, гербу, зв'язок з історією та подіями минулого). Це домагає створювати великі наративи, будуючи загальну історію боротьби за незалежність та свободу і захисту країни.
Використання візуальних засобів	Візуальний контент допомагає в збереженні довіри глядача. Відеоматеріал, фотографії можуть мати набагато більший вплив та переконливість історій про озброєння. Окрім цього вони додають більшого емоційного забарвлення кожній історії.
Націленість на певну цільову аудиторію	Військові історії мають різну мету, в залежності від їхніх слухачів, відповідно мають адаптуватися: посилення мотивації та важливості підтримки армії для громадян, підтримка бойового духу, відчуття єдності з народом для військових, демонстрація героїзму військових та переконання у правильності дій з боку держави для іноземної аудиторії.

Джерело: складено авторами

В сучасний період сторітелінг активно використовується у різних аспектах, пов'язаних з військовою діяльністю, оборонною промисловістю та озброєння. Найпоширеніший приклад, з яким стикається нині кожен, це історії в соціальних мережах та медіа про бойові дії, військових, їхніх побратимів, особисті переживання, втрати та перемоги, озброєння, яке допомогло видити (наприклад, історія в Facebook від командира підрозділу про український БТР, який витримав пряме влучання, що зберегло життя всім військовим). Також в мережі Інтернет та на телебаченні з'явилася велика кількість військових фільмів та роликів про військові підрозділи, життя військових, їхній шлях та досягнення (наприклад, відео, які показують, як звичайна людина, фахівець в своїй справі, кардинально змінює сферу, вступивши до лав Збройних Сил України). Активно використовують сторітелінг і військові частини для формування іміджу армії та рекрутингу. Історії про військових, їхнє життя до та після, переваги певної бригади, використовують для залучення нових людей в команду. Щодо зв'язку з військовою технікою, наразі існує велика кількість експозицій та виставок у військових музеях і не тільки. Окрім технічного опису озброєння, згадується також хто створив цю техніку, як вона працювала під час бойових дій і як допомогла армії забезпечити перевагу чи навіть

врятувати життя. Самі виробники військової техніки залучають сторітелінг для зовнішньої комунікації. Наприклад, оборонні компанії “Укроборонпром”, “Baykar”, “Rheinmetall” публікують не лише характеристики озброєння, вони також публікують особисті історії виробників та випробувачів, відеоролики створення техніки від перших кроків до використання в бойових діях, показують історії збереження життя військових за їх допомогою (див. наприклад (Baykar, 2022; NEW EASTERN EUROPE, 2025).

На рисунку 2 представлено механізм використання сторітелінгу в оборонному секторі, який ілюструє ключові етапи — від формування наративів до досягнення стратегічних цілей.

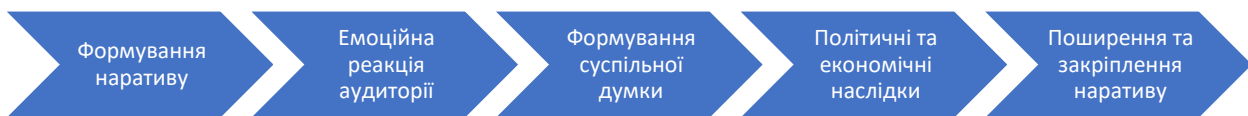


Рисунок 2 – Механізм використання сторітелінгу в оборонному секторі

Джерело: розроблено авторами

Центральним елементом цього процесу є змістовне та емоційне відображення реальних історій, здатних викликати цільову емоційну реакцію в аудиторії. Такі наративи виконують роль каталізаторів інформаційного впливу, оскільки не лише передають фактичні відомості про події, продукцію або дії військових структур, а й забезпечують глибоке залучення, емпатію та ідентифікацію з образами героїв, технологій або ідей.

Емоційний вплив на аудиторії забезпечує трансформацію окремого наративу в засіб формування колективної думки в сфері національної безпеки. В умовах російсько-української війни саме суспільна думка має стати фундаментом політичних рішень щодо розподілу бюджетних ресурсів, пріоритетів державного оборонного замовлення або легітимації стратегічних альянсів. Таким чином, сторітелінг в оборонному секторі виконує функцію не лише комунікаційного інструменту, а й непрямого важеля впливу на прийняття рішень у сфері безпеки та оборони.

Крім того, закріплення військових наративів у масовій культурі — через фільми, документалістику, соціальні мережі або навіть ігрову індустрію — сприяє формуванню стійких образів, що резонують з архетипами сили, захисту, технологічної переваги. Такий наративний контент часто набуває вірусного характеру, повторюється, варіюється та вбудовується в ширший інформаційний простір, створюючи ефект позитивного зворотного зв'язку. У результаті сторітелінг перетворюється на потужний мультиплатформенний інструмент стратегічних комунікацій, що здатний забезпечити довготривалий емоційний і політичний резонанс для формування ідеології національної єдності, підтримки вітчизняних оборонних стратегій та посилення міжнародного позиціонування українських оборонних компаній.

Висновки

Отже сторітелінг — це не лише спосіб подачі певної інформації, це повноцінний інструмент формування свідомості та впливу, особливо в сфері військової діяльності. Через правдиві, емоційні розповіді формується не тільки ставлення до війни, армії або техніки, а також цінності суспільства, моральна готовність та віра у перемогу. Відповідно у часи війни правильно побудована історія може не тільки зачепити слухача, вона здатна мобілізувати, навчити, об'єднати та врятувати.

Сторітелінг в оборонному секторі поступово трансформується зі звичайного інструменту комунікації у стратегічний ресурс впливу, що охоплює водночас емоційну, інституційну та економічну площини. Його ефективне використання дозволяє створювати символічний капітал військової та оборонної продукції, посилюючи суб'єктивне сприйняття її цінності як на внутрішньому, так і на зовнішньому рівні. Наративи, що народжуються з реального бойового

досвіду, персональних історій військовослужбовців або виробників, стають не просто засобом інформування, а цілісною системою передачі значень, яка формує довіру, мобілізує підтримку, створює репутаційні переваги та в цілому посилює національну безпеку.

В умовах інформаційно-психологічної війни, у якій Україна перебуває з 2014 року, сторітелінг стає не лише інструментом переконання або маркетингу, а засобом відстоювання суб'єктності держави в глобальному безпековому середовищі. Історії, які демонструють ефективність озброєння, моральну перевагу воїнів чи адаптивність оборонної промисловості, формують впізнавану візуальну та змістову ідентичність українського ВПК, сприяючи його просуванню на міжнародних ринках і підвищенню переговорної сили у сфері військово-технічного міжнародного співробітництва.

Крім того, наративи, що ґрунтуються на реальному бойовому досвіді, не лише сприяють формуванню іміджу окремих компаній або технологій, але й підсилюють загально-національний бренд безпеки та оборони. Саме тому сторітелінг доцільно розглядати як інструмент національної безпеки – такий, що поєднує медійні технології, цільову психологічну дію, маркетингову логіку та політичну прагматику.

В контексті розвитку українського оборонного сектору в умовах російсько-української війни важливо не лише технологічне нарощування потенціалу, а й вміння супроводжувати це розвитком ефективних стратегічних наративів. Це вимагає підготовки фахівців, здатних мислити як інженери, так і комунікатори, а також формування інституційної культури комунікації в оборонному секторі, орієнтованої на відкритість, репутаційну відповідальність і цілеспрямовану побудову національної безпекової ідентичності. Отже відповідно до отриманих результатів дослідження нами запропоновано основні кроки для практичного впровадження сторітелінгу у стратегії українських компаній оборонного сектору:

- обов'язкова розробка внутрішнього протоколу перевірки контенту на предмет витоку чутливої інформації (місця, об'єкти, технічні характеристики);

- проведення тренінгів з етичного сторітелінгу для PR-фахівців та контент-мейкерів компанії - щоб уникнути маніпуляцій, романтизації війни, пропаганди;

- систематизація реальних історій бойового застосування техніки, її ролі у збереженні життя, успішному виконанні місій;

- використання досвіду користувачів техніки (user experience) – історії від військових, інженерів, інструкторів (із дотриманням заходів безпеки та конфіденційності);

- побудова презентацій та публічних виступів у форматі “реальний виклик – наше рішення – доказ ефективності”;

- вбудовування сторітелінгу в корпоративні стенди на виставках: стенди повинні розповідати історію, а не просто демонструвати ТТХ;

- активне використання соціальних мереж: LinkedIn, X (ex-Twitter), YouTube, Instagram – для створення коротких історій, серій, реактивних постів;

- просування українського оборонного сектору як ціннісного бренду, що боронить не лише Україну, а й принципи свободи та партнерства в регіоні.

Фінансування

Це дослідження не отримало конкретної фінансової підтримки.

Конкуруючі інтереси

Автори заявляють, що у них немає конкуруючих інтересів.

Список використаних джерел

Blas, N. (2023). Beyond storytelling. *Æther: A Journal of Strategic Airpower & Spacepower*, 2(1), 46-57. Available from : <https://www.airuniversity.af.edu/Portals/10/AEtherJournal/Journals/Volume-2/Number-1/Blas-Beyond-Storytelling.pdf>

- Singer, P. W., & Cole, A. (2020). *Burn-in: A Novel of the Real Robotic Revolution*. Mariner Books.
- National Defence (2025). Startup Helps Officers Explain Future Warfare Through Storytelling. Available from : <https://www.nationaldefensemagazine.org/articles/2022/12/16/startup-helps-officers-explain-future-warfare-through-storytelling>
- Saari, D., Häkkinen, T., & Moilanen, P. (2024). A Comprehensive Analysis of Narratives within NATO's Doctrines. In *Proceedings of the European Conference on Cyber Warfare and Security* (Vol. 23, No. 1). Academic Conferences International Ltd. Available from : <https://pdfs.semanticscholar.org/781a/d69e9845867a1f550861f71bf0fa685954f4.pdf>
- Охріменко, Г. В., & Приходько, І. П. (2023). Digital-сторітелінг на теренах медійного простору: аналіз контентоутворення. *Інформація та соціум*, 58-60. Available from : <https://ijas.donnu.edu.ua/article/view/14559>
- Скрябін, О., Євсєєв, І., Халіманенко, К., & Дембіцький, В. (2024). Використання радянською пропагандою комунікативно-пропагандистських технологій впливу для формування "образу США" під час холодної війни. *Вісник Національного університету оборони України*, 141-151. <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2024-82-6-141-151>.
- Baykar (2022). Turkish drones have become a symbol of the Ukrainian resistance. Available from : <https://baykartech.com/en/press/turkish-drones-have-become-a-symbol-of-the-ukrainian-resistance/>
- New Eastern Europe (2025) Securing stability: powering Ukraine's defence production surge. Available from : <https://neweasterneurope.eu/2024/07/26/securing-stability-powering-ukraines-defence-production-surge/>

References

- Blas, N. (2023). Beyond storytelling. *Æther: A Journal of Strategic Airpower & Spacepower*, 2(1), 46-57. Available from : [https://www.airuniversity.af.edu/Portals/10/AEtherJournal/Journals/Volume-2 Number-1/Blas-Beyond-Storytelling.pdf](https://www.airuniversity.af.edu/Portals/10/AEtherJournal/Journals/Volume-2%20Number-1/Blas-Beyond-Storytelling.pdf)
- Singer, P. W., & Cole, A. (2020). *Burn-in: A Novel of the Real Robotic Revolution*. Mariner Books.
- National Defence (2025). Startup Helps Officers Explain Future Warfare Through Storytelling. Available from : <https://www.nationaldefensemagazine.org/articles/2022/12/16/startup-helps-officers-explain-future-warfare-through-storytelling>
- Saari, D., Häkkinen, T., & Moilanen, P. (2024). A Comprehensive Analysis of Narratives within NATO's Doctrines. In *Proceedings of the European Conference on Cyber Warfare and Security* (Vol. 23, No. 1). Academic Conferences International Ltd. Available from : <https://pdfs.semanticscholar.org/781a/d69e9845867a1f550861f71bf0fa685954f4.pdf>
- Okhrymenko, H. V., & Prykhodko, I. P. (2023). Digital storytelling in the media space: An analysis of content creation. *Informatsiia ta Sotsium*, 58-60. Available from : <https://ijas.donnu.edu.ua/article/view/14559>.
- Skriabin, O., Yevsieiev, I., Khalimanenko, K., & Dembitskyi, V. (2024). The use of communicative and propaganda technologies of influence by Soviet propaganda to form the "image of the USA" during the Cold War. *Visnyk Natsionalnoho Universytetu Oborony Ukrainy*, 141-151. <https://doi.org/10.33099/2617-6858-2024-82-6-141-151>.
- Baykar (2022). Turkish drones have become a symbol of the Ukrainian resistance. Available from : <https://baykartech.com/en/press/turkish-drones-have-become-a-symbol-of-the-ukrainian-resistance/>
- New Eastern Europe (2025) Securing stability: powering Ukraine's defence production surge. Available from : <https://neweasterneurope.eu/2024/07/26/securing-stability-powering-ukraines-defence-production-surge/>